

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ І МУЗЕЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ

КАФЕДРА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Гарант освітньо-професійної програми
доц. Марина ЗАЙЦЕВА

25 серпня 2020 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Проректор з навчальної роботи
проф. Інна СТАШЕВСЬКА

24 08 2020 р.

Силабус
навчальної дисципліни

ОРГАНІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ В ТУРИЗМІ
(англ. мовою)

Освітньо-професійна програма — Туризмознавство

Спеціальність — 242 Туризм

Галузь знань — 24 Сфера обслуговування

Ступінь вищої освіти – бакалавр

Харків - 2020

Силабус склав
кандидат наук із соціальних комунікацій, ст. викладач кафедри туристичного бізнесу
Ростовцев Сергій Сергійович

Силабус затверджено на засіданні кафедри туристичного бізнесу,
протокол № 2 від «25» серпня 2020 р.

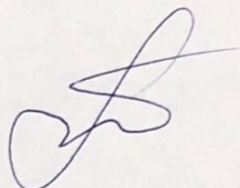
Завідувач кафедри туристичного бізнесу,
доктор наук з культурології, доцент



Любов БОЖКО

Силабус затверджено на засіданні групи забезпечення спеціальності «Туризм», протокол № 1
від «27» серпня 2020 р.

Голова групи забезпечення
доктор наук з культурології, доцент



Любов БОЖКО

1. Загальна інформація про дисципліну

1	Назва дисципліни	Організація соціальних комунікацій в туризмі
2	Викладач	Ростовцев Сергій Сергійович
3	Контактні дані викладача (роб.тел., емейл)	rostovtsev.sergey@gmail.com
4	Статус дисципліни (обов'язкова чи вибіркова)	Обов'язкова
5	Рік підготовки	3
6	Семестр	5
7	Лекції (год.)	30
8	Практичні (семінарські, лабораторні) заняття (год.)	20
9	Самостійна робота (год.)	100
10	Індивідуальна робота (год.)	—
11	Кількість кредитів	5,0
12	Загальна кількість годин	150
13	Види поточного контролю	поточне опитування, контрольні роботи, реферати
14	Вид підсумкового контролю	екзамен

2. Анотація дисципліни

2.1. Місце дисципліни в програмі навчання

Навчальна дисципліна «Організація соціальних комунікацій в туризмі» покликана допомогти студенту поглибити знання з принципів комунікацій у туристичному середовищі. Дисципліна знайомить студентів із комунікативними технологіями, інструментами побудови ефективних стосунків у колективі, команді, з окремими особами тощо та формує загальне уявлення як про теоретичні, так і про практичні аспекти соціальних комунікацій. У процесі вивчення дисципліни студенти мають оволодіти навичками вербальної і невербальної комунікації, ознайомитися з інструментами PR-технологій. Окрім цього організація соціальних комунікацій в туризмі як навчальна дисципліна покликана сприяти формуванню у студентів здібностей до побудови ефективної комунікації із представниками підприємств туристичної діяльності, клієнтами, партнерами тощо.

2.2. Пререквізити та постреквізити дисципліни

Дисципліна «Організація соціальних комунікацій в туризмі» функціонує і розвивається у нерозривному зв'язку як із багатьма суспільними науками (філософія, соціологія та ін.), так і з тими, що сфокусовані на питаннях структури підприємств, підприємницької та бізнесової діяльності. Зокрема, розгляд соціальних комунікацій неможливий без базових знань з комунікацій, відповідного економічного контексту, тобто без використання знань економіки підприємств, сучасних інформаційних технологій, професійної етики і ділового спілкування. Однак особливо тісними є взаємозв'язки соціальних комунікацій саме з комунікативними дисциплінами. Першочергово мовиться про соціокультурні аспекти бізнес-комунікацій (теоретичні основи бізнес-комунікацій), етика та естетика (морально-етичні принципи комунікацій), соціальну психологію (взаємини особистості з іншими людьми, соціальними групами, спільнотами, соціальними інститутами, суспільством загалом), а також інформаційні технології (особливості використання онлайн-технологій), вікову і педагогічну психологію (можливості особистості на різних етапах онтогенезу), економічну психологію (ставлення громадян до економічної дійсності загалом, так і до конкретної економічної ситуації, що є важливим чинником у виборі управлінських засобів впливу на їх економічну поведінку), збагачуючи водночас їх своїми узагальненнями та закономірностями.

Свою чергою, здобутий студентами у ході вивчення навчальної дисципліни «Організація соціальних комунікацій в туризмі» фрагмент соціокультурного досвіду у вигляді системи знань, умінь, норм і цінностей стане теоретичним підґрунтям подальшого вивчення таких дисциплін як «Управління персоналом», «Економіка туристичного підприємства», «Маркетинг», «Інтернет-маркетинг в туризмі», «Менеджмент в туризмі», а також при проходженні виробничої практики (стажування) і підготовці освітньо-кваліфікаційних робіт (написання міждисциплінарних курсових, дипломної роботи тощо).

2.3. Мета вивчення дисципліни – забезпечення набуття студентами ключових фахових компетентностей із застосування комунікативних технологій у контексті організації процесу управління туристичним підприємством; застосування комунікативних прийомів для вирішення конкретних управлінських завдань. Її досягнення передбачає ознайомлення студентів із теоретичними аспектами дисципліни та прийомами практичного використання інструментарію соціальних комунікацій в практичній професійній діяльності майбутнього фахівця з туризму.

2.4. Завдання вивчення дисципліни.

1. Сформувані знання з теоретичних засад, змісту, структури та завдань соціальних комунікацій у сфері туризму;

2. Спонукає студентів до опанування методик та практичних навичок професійного спілкування фахівця з туризму із використанням вербальних та невербальних комунікативних технік і технологій;

3. Набути знань і навичок з міжкультурної комунікації для підвищення конкурентоспроможності на ринку міжнародного туризму;

4. Ефективно використовувати сучасні комунікативні технології задля побудови ефективних зв'язків з партнерами по бізнесу та клієнтами туристичних організацій.

2.5. Найменування та опис компетентностей, формування котрих забезпечує вивчення дисципліни.

Загальні компетентності:

- Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу.
- Здатність до екологічного мислення та соціальної відповідальності.
- Здатність зосереджуватись на якості та результаті при виконанні завдань.
- Навички використання інформаційних та комунікативних технологій.
- Здатність визначати, формулювати і вирішувати проблеми.
- Навички міжособистісної взаємодії
- Уміння працювати автономно та в команді.

Професійні компетентності:

- Уміння застосовувати фахові знання на практиці.
- Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації.
- Здатність працювати у полікультурному середовищі.
- Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал.

2.6. Результати навчання.

Результати вивчення даної освітньої компоненти деталізують такі програмні результати навчання:

- виявляти і пояснювати принципи і методи організації та технології обслуговування туристів;
- володіти принципами і методами організації залучення потенційних клієнтів туристичних підприємств;

- організувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки;
- застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг в онлайн-середовищі;
- встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей з метою налагодження рекламного партнерства;
- приймати обґрунтовані рішення щодо вибору того чи іншого підходу до ведення комунікації;
- демонструвати комунікативні знання та уміння як у стандартних так і у невизначених ситуаціях.

3. Політика дисципліни

3.1. Політика виставлення оцінок (пропущені заняття, відпрацювання пропусків): кожна оцінка виставляється відповідно до розроблених викладачем та заздалегідь оголошених студентам критеріїв, а також мотивується в індивідуальному порядку на вимогу студента; у випадку не відпрацювання студентом усіх передбачених навчальним планом видів занять до екзамену він не допускається; пропущені заняття обов'язково мають бути відпрацьовані. Форму і час відпрацювання студент та викладач взаємопогоджують.

3.2. Політика академічної поведінки та доброчесності (плагіат, поведінка в аудиторії): конфліктні ситуації мають відкрито обговорюватись в академічних групах з викладачем, необхідно бути взаємно толерантним, поважати думку іншого. Плагіат та інші форми нечесної роботи неприпустимі. Недопустимі підказки і списування у ході семінарських занять, контрольних роботах, на іспиті.

Норми академічної етики: дисциплінованість; дотримання субординації; чесність; відповідальність; робота в аудиторії з відключеними мобільними телефонами, окрім ситуацій використання онлайн-інструментарію інтернет-маркетингу.

4. Програма навчальної дисципліни:

Тематика курсу					
Тема, план лекції	Форма заняття	Література	Завдання, год.	Вага оцінки	Термін виконання
Тема 1. Сутність, структура і види соціальної комунікації 1. Сутність і загальна характеристика процесу комунікації. 2. Мета, принципи, функції і закони соціальних комунікацій. 3. Різновиди соціальних комунікацій. 4. Елементи комунікаційного процесу.	Лекція	8, 12, 21	4	2 бали	
Тема 2. Моделі соціальної комунікації 1. Лінійні моделі комунікацій. 2. Нелінійні моделі комунікації	Лекція	8, 12, 21, 23	4	2 бали	
Тема 3. Канали комунікації 1. Комунікаційні канали та їх еволюція. 2. Природні комунікаційні канали. 3. Роди соціальної комунікації	Лекція	7, 17, 12	4	2 бали	

відповідно до застосовуваних каналів. 4. Штучні комунікаційні канали. 5. Усна та письмова комунікації. 6. Документальна та електронна комунікації.					
Тема 4. Комунікаційна діяльність і спілкування 1. Поняття та форми комунікаційної дії. 2. Види комунікаційної діяльності: мікро-, міді-, та макрокомунікації. 3. Спілкування як вид комунікаційної діяльності.	Лекція	17, 3, 11	4	2 бали	
Тема 5. Комунікативні стилі 1. Асертивний стиль. 2. Агресивний. 3. Пасивний. 4. Пасивно-агресивний. 5. Покірний. 6. Домінантний.	Лекція	3, 4, 8,	4	2 бали	
Тема 6. Вербальна комунікація 1. Мова як засіб комунікації. 2. Форми мовної комунікації. 3. Усна і письмова комунікація. 4. Правила успішної комунікації та аргументація.	Лекція, Семінарське заняття	15, 21, 23	4	5 балів	
Тема 7. Невербальна комунікація 1. Сутність і особливості невербальної комунікації. 2. Пара- і екстралінгвістичні компоненти невербальної комунікації. 3. Міміка і погляд. 4. Жести. 5. Організація простору і часу. 6. Пози і хода. 7. Контакт очей.	Лекція, Семінарське заняття	22, 17, 15, 8	2	5 балів	
Тема 8. Бізнес комунікації 1. Особливості бізнес-комунікацій; 2. Характеристика бізнес-комунікацій; 3. Цілі бізнес-комунікацій.	Лекція, Семінарське заняття	15, 21, 23	2	5 балів	
Тема 9. Ділові переговори 1. Стратегії і особливості планування переговорів. 2. Стилi ведення переговорів. 3. Прийоми ведення переговорів. 4. Фази ведення переговорів. 5. Рекомендації щодо ведення ділових переговорів.	Лекція, семінарське заняття	15, 17, 21, 23	2	5 балів	

6. Протокольні аспекти ділових переговорів.					
Тема 10. Команди на робочому місці 1. Група і команда: відмінності. 2. Моделі формування груп. 3. Типологія команд.	Лекція, Семінарське заняття	9, 7, 5, 17	4	5 балів	
Тема 11. Управління людськими ресурсами 1. Функції HR-відділків. 2. Інструменти управління людськими ресурсами. 3. Типи мотивації.	Лекція, Семінарське заняття	11, 6	2	5 балів	
Тема 12. Насилля на робочому місці. 1. Визначення насилля. 2. Типи насилля на робочому місці. 3. Агресія на робочому місці. 4. Дискримінація.	Лекція, Семінарське заняття	11, 2, 6	4	5 балів	
Тема 13. Різність на робочому місці. 1. Визначення поняття «різність». 2. Переваги запровадження різності в організації. 3. Управління різністю.	Лекція, Семінарське заняття	16, 11, 7	4	5 балів	
Тема 14. Концепція Public Relations 1. Визначення і цілі PR. 2. Функції PR. 3. Типи PR. 4. PR-інструменти.	Лекція, Семінарське заняття	16, 11, 7	4	5 балів	
Тема 15. PR-технології. 1. Основні PR-технології. 2. Паблісіті. 3. Особливості комерційної пропаганди. Її роль в стимулюванні продажу продуктів туристичного бізнесу. 4. Технології зв'язків з громадськістю для сфери туризму.	Лекція, Семінарське заняття	16, 19, 13, 8	2	5 балів	
Разом			50	60	

5. Тематика семінарських (або практичних) занять

Семінарське заняття №1

Тема: «Невербальна комунікація»

Питання для обговорення:

- 1 Theoretical aspects of communication;
2. Components of communication;
3. Intrapersonal / interpersonal commun.;
4. Group dynamics;

5. Public / Mass communication;
 6. Cross cultural commun.
 7. Organizational commun.
- Література: 22, 17, 15, 8

Семінарське заняття №2

Тема: «Моделі комунікації»

Питання для обговорення:

1. Aristotle's Model of Communication
2. Laswell's (1948) model of Communication
3. Shannon and Weaver's (1949) model of Communication
4. Schramm (1955) model of Communication
5. Theodore M Newcomb's model of Communication (1953)
6. Wilbur Schramm & Osgood Model of Communication (1954)
7. George Gerbner Model of Communication (1956)
8. Westley and MacLean's Model of Communication (1957)
9. Dance's Helix Model (1967).

Література: 11, 20, 3

Семінарське заняття №3

Тема: «Канали комунікації»

Питання для обговорення:

1. Written Communication: business letters, circulars, manuals, reports, telegrams, office memos, bulletins, presentations etc.
2. Oral communication: Face to face; Conversation; Over telephone; Radio; Broadcast; Interviews; Meetings; Conferences; Seminars; Announcements; Speeches; Group discussion, Artificial communication
3. Visual Communication: Facial expressions and gestures, printed pictures, posters, slides, films, photographs, sign boards
4. Computer-based communication: Email; Instant messaging; Text messaging; Distance learning; Internet forums; Bulletin boards; Online shopping; Videoconferencing
5. Artificial communication: Iconic documents, Symbol documents, Fine arts, Document communication
6. Perception Channels: Visual, Auditory, Kinaesthetic.

Література: 15, 21, 23

Семінарське заняття №4

Тема: «Вербальна комунікація»

Питання для обговорення:

1. Inheritance of somebody;
2. Dialogue between people;
3. Command;
4. Reference – imitation of a social group;
5. Team leading;

Література: 13, 15, 20

Семінарське заняття №5

Тема: «Комунікативні стилі»

Питання для обговорення:

1. Assertive style;
2. Aggressive style

3. Submissive style;
4. Passive-aggressive style;
5. Manipulative style;
6. Influencers;
7. Dominant people.

Література: 2, 20, 21

Семінарське заняття №6

Тема: «Вербальна комунікація»

Питання для обговорення:

- 1 Role of symbols in Verbal Communication;
2. Soft skills vs Hard Skills – what’s more important?
3. Soft Skills: adaptability, attitude, communication, creative thinking, work ethic, teamwork, networking, decision making, positivity, time management, motivation, flexibility, problem-solving, critical thinking, and conflict resolution etc. Create the list of most important and describe them.
4. Verbal Communication Skills;
5. Verbal Communications Skills according to a position – CEO, manager, sales, HR etc.
6. Techniques for improving your communication skills..

Література: 16, 11, 7

Семінарське заняття №7

Тема: «Команди на робочому місці»

Питання для обговорення:

- 1 How to build team.
- 2 Group vs Team.
- 3 Models of Groups.
- 4 Types of Teams.

Література: 11, 6

Семінарське заняття №8

Тема: «Насилля на робочому місці»

Питання для обговорення:

- 1 Types of workplace violence.
- 2 How to deal with aggressive people.
- 3 Workplace discrimination.

Література: 15, 21, 23

Семінарське заняття №9

Тема: «Різність в організації»

Питання для обговорення:

- 1 What is diversity?.
- 2 Benefits of diversity.
- 3 Diversity management.

Література: 6, 11, 12

Семінарське заняття №10

Тема: «Концепція Public Relations»

Питання для обговорення:

- 1 Types of Public Relations.
- 2 Functions of PR.

3 PR tools and Techniques.

Література: 9, 7, 5, 17

6. Самостійна робота

№ п/п	Тематика	К-сть годин
1	Сутність, структура і види соціальної комунікації	5
2	Моделі соціальної комунікації	5
3	Канали комунікації	6
4	Комунікаційна діяльність і спілкування	6
5	Соціальне спілкування в управлінському процесі	6
6	Вербальна комунікація.	6
7	Невербальна комунікація	6
8	Комунікації у організаціях туристичного бізнесу	6
9	Ділова бесіда як форма ділової комунікації	6
10	Ділові переговори як форма ділової комунікації	6
11	Комунікація, як складова частина управління організацією	6
12	Соціальні комунікації і їх роль у стратегії керування організацією	6
13	Типологічні моделі соціальних комунікацій	6
14	Сутність та сучасний стан розвитку зв'язків з громадськістю у сфері туристичного бізнесу	6
15	Системний опис PR-технології	6
16	Рекламно-інформаційна діяльність туристичних підприємств	6
17	Спілкування, як соціальний феномен. Психологічна культура ділової розмови на підприємствах туристичної діяльності	6
Разом		100

7. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

Рівень досягнення запланованих результатів навчання перевірятиметься за допомогою таких форм контролю:

- 1) виявляти і пояснювати принципи і методи організації та технології обслуговування туристів – диспути, доповіді, бесіди, індивідуальні проекти;
- 2) володіти принципами і методами організації залучення потенційних клієнтів туристичних підприємств – диспути, доповіді, бесіди;
- 3) організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки – студентські презентації та виступи, доповіді, бесіди;
- 4) застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг в онлайн-середовищі – групова дискусія;
- 5) встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей з метою налагодження рекламного партнерства – студентські презентації, групова дискусія;
- 6) аналізувати туристичний онлайн-ринок та місце підприємства на ньому – завдання на реальних об'єктах;
- 7) приймати обґрунтовані рішення щодо вибору того чи іншого підходу до ведення комунікації – тестування, поточне опитування, моделювання практичних професійних ситуацій з метою вирішення конкретних завдань;
- 8) демонструвати комунікативні знання та уміння як у стандартних так і у невизначених ситуаціях – тестування, поточне опитування, моделювання практичних професійних

ситуацій з метою вирішення конкретних завдань, модульна контрольна робота, реферати, індивідуальні проекти.

8. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Інтернет-маркетинг в туризмі» визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Для екзамену

Змістовий розділ 1 Теми 1-7	Змістовий розділ 2 Теми 8-15	Індивідуальний проект + підсумковий контроль (екзамен)
40%	20%	40%
10 тиждень	17 тиждень	Екзаменаційна сесія

Шкала оцінювання:

За шкалою ТНЕУ	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	відмінно	A (відмінно)
85–89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

11. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№	Найменування	Номер теми
1.	Мультимедійні презентації лекцій;	1-15
2.	Запропонована література; Кейси;	1-15
3.	Силабус;	1-15
4.	Збірка тестових і контрольних завдань для поточного оцінювання навчальних досягнень студентів;	1-15
5.	Засоби підсумкового контролю (екзаменаційні білети для підсумкового контролю)	1-15

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література:

1. Горовий В. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс : [монографія] / В. Горовий ; Нац. акад. наук України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ : НБУВ, 2010. – 356 с.
2. Квіт С. Масові комунікації : підручник / Сергій Квіт; Нац. ун-т "Києво-Могилян. акад.". – Київ : Вид. Дім "Києво-Могилян. акад.", 2008. – 206 с.
3. Косенко Ю. В. Основи теорії мовної комунікації : навч. посібник / Ю. В. Косенко ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Сум. держ. ун-т. – Суми : Сум. держ. ун-т, 2011. – 281 с.

4. Осовська Г. В. Комунікації в менеджменті : навч. посібник / Г. В. Осовська. – Київ : Кондор, 2003. – 218 с.
5. Партико З. В. Теорія масової інформації та комунікації : навч. посібник / З. В. Партико. – Львів : Афіша, 2008. – 290 с.
6. Руда, М. В. Міжнародні бізнес-комунікації в системі інформаційного забезпечення підприємства / М. В. Руда, Н. Ю. Лев // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку : [зб. наук.-приклад. пр.] / М-во освіти і науки України, Нац. ун-т "Львів. політехніка". – Львів, 2013. – № 769. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 182-189.
7. Семенюк О. А. Основи теорії мовної комунікації : навч. посібник / О. А. Семенюк, В. Ю. Парашук. – Київ : Вид. центр "Академія", 2010. – 237 с.
8. Сердюк, О. Етика бізнесу та коло її проблем / Олена Сердюк // Філософ. думка. – 2005. – № 4. – С. 93-102.
9. Соломон, Р. Етика бізнесу / Роберт Соломон // Філософ. думка. – 2005. – № 4. – С. 103-117.
10. Business communication: presentations (комунікації в бізнесі: презентації) : навч. посіб. для студ. екон. спец. вищ. навч. закладів / Н. В. Авраменко, Н. В. Ануфрієва ; М-во освіти і науки України, Тернопіл. нац. екон. ун-т. – Тернопіль : Екон. думка, 2006. – 127 р.

Допоміжна

11. Алексеева І. О. Вступ до теорії міжкультурної комунікації : підручник / І. О. Алексеева // Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – Київ : Київ. ун-т, 2011. – 294 с.
12. Варипасєва, Л. М. Етика бізнесу та її значення у підприємницькій діяльності / Л. М. Варипасєва // Прогресивна техніка та технології харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : тези доп. міжнар. наук.-практ. конф., 19 трав. 2011 р. / М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Хар. обл. держ. адмін., Харк держ. ун-т харчування та торгівлі [та ін. ; редкол.: О. І. Черевко та ін.]. – Х., 2011. – Ч. 4 (секції 12-16). – С. 44.
13. Каткова, В. П. Комуникативні якості студентів-менеджерів як складові бізнес-комунікації / В. П. Каткова // Інформаційна освіта та професійно-комуникативні технології XXI століття : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф., Одеса, 9-11 верес. 2010 р. / М-во освіти і науки України, Упр. освіти і науки Одес. обл. держ. адмін., Обл. універс. наук. б-ка ім. М. Грушевського, Центр інформації з питань євроінтеграції України, Одес. нац. політехн. ун-т ; [редкол.: Спрінсян В. Г. та ін. – О., 2010. – С. 162-166.
14. Климанська Л. Д. Зв'язки з громадськістю: технології прагматичної комунікації : навч. посібник / Л. Д. Климанська ; М-во освіти і науки України, Нац. ун-т "Львів. політехніка". – Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2014. – 161 с.
15. Коник Д. Стратегічні комунікації : посіб. для держ. службовців / Дмитро Коник. – Київ : Обнова компанії, 2016. – 256 с.
16. Ломачинська І. М. Документально-інформаційні комунікації в системі соціальних комунікацій : навч. посібник / І. М. Ломачинська, Ю. П. Якимюк, Л. В. Ломачинська ; за заг. ред. Ломачинської І. М. ; М-во освіти і науки України. – 3-тє вид., перероб. і допов. – Київ : Центр учб. л-ри, 2014. – 334 с.
17. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія професійної комунікації : навч. посіб. / Л. Е. Орбан-Лембрик. – Чернівці : Книги-XXI, 2010. – 527 с.

18. Палеха Ю. І. Документально-інформаційні комунікації : навч. посібник / Ю. І. Палеха, Н. В. Мурейко, О. Г. Оксіюк. – Київ : Ліра-К, 2014. – 382 с
19. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління [Текст] : навч. посібник / І. Ю. Слісаренко ; Міжрегіон. акад. упр. персоналом. – Київ : МАУП, 2001. – 104 с.
20. Соціальні комунікації: результати досліджень - 2014 : кол. монографія / [авт.: Ільганаєва В. та ін. ; наук. ред. О. М. Холод] ; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв, Ін-т журналістики і міжнар. відносин. – Київ : КНУКіМ, 2015. – 362 с.
21. Холод О. М. Соціальні комунікації : тенденції розвитку : навч. посіб. / О. М. Холод. – Вид. 2-ге, перероб. й доп. – Київ : Білий Тигр, 2018. – 369 с.
22. Холод О. М. Соціальні комунікації: соціо- і психолінгвістичний аналіз : [навч. посіб.] / Олександр Холод. – Вид. 2-ге, допов. і перероб. – Львів : ПАІС, 2011. – 285 с.
23. Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації : навч. посіб. для самост. роботи студента / О. В. Яшенкова. – Київ : Вид. центр "Академія", 2011. – 300 с.