

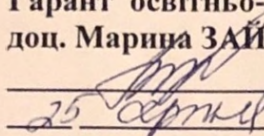
МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ І МУЗЕЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ  
ДІЯЛЬНОСТІ  
КАФЕДРА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

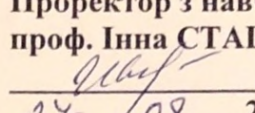
ЗАТВЕРДЖУЮ:

Гарант освітньо-професійної програми  
доц. Марина ЗАЙЦЕВА

  
25 серпня 2020 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Проректор з навчальної роботи  
проф. Інна СТАШЕВСЬКА

  
27.08 2020 р.

**Силабус  
навчальної дисципліни**

**«СОЦІОКУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЙ»**

Освітньо-професійна програма — Туризмознавство

Спеціальність — 242 Туризм

Галузь знань — 24 Сфера обслуговування

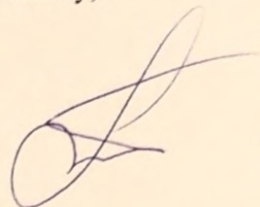
Ступінь вищої освіти – бакалавр

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	Соціокультурні аспекти бізнес-комунікацій
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	1
6	Семестр	1
7	Лекції (год.)	20
8	Практичні (семінарські, лабораторні) заняття (год.)	20
9	Самостійна робота (год.)	80
10	Індивідуальна робота (год.)	—
11	Кількість кредитів	4,0
12	Загальна кількість годин	120
13	Види поточного контролю	поточне опитування, контрольні роботи, реферати
14	Вид підсумкового контролю	залік

## 2. Анотація дисципліни

### 2.1. Місце дисципліни в програмі навчання

Навчальна дисципліна «Соціокультурні аспекти бізнес-комунікацій» покликана допомогти студенту оволодіти базовими комунікативними навичками, які притаманні діловій людині. Дисципліна знайомить студентів із основними морально-етичними принципами ведення бізнесу, формує загальне уявлення про ділові стосунки між бізнес-партнерами, керівниками і підлеглими, взаємодію із клієнтами та іншими учасниками бізнес-процесів. У процесі вивчення дисципліни студенти мають оволодіти методами здійснення бізнес-комунікацій, оволодіти практичними навичками організації ділових зустрічей, ведення переговорів, службового спілкування, ділової переписки тощо. Окрім цього соціокультурні аспекти бізнес-комунікацій як навчальна дисципліна покликана сприяти формуванню у студентів здібностей до побудови власного іміджу ділової людини і засвоєнню моральних принципів ведення бізнесу.

### 2.2. Пререквізити та постреквізити дисципліни

Дисципліна «Соціокультурні аспекти бізнес-комунікацій» функціонує і розвивається у нерозривному зв'язку як із багатьма суспільними науками (філософія, соціологія, політологія, та ін.), так і з тими, що сфокусовані на проблемах управління виробництвом, підприємницькою та бізнесовою діяльністю. Зокрема, розгляд соціокультурних аспектів бізнес-комунікацій неможливий без психологічного контексту, тобто без використання знань про поведінку людей, сприйняття ними навколишнього середовища та інших осіб. Зокрема важливу роль відіграють такі дисципліни як соціальна психологія (взаємини особистості з іншими людьми, соціальними групами, спільнотами, соціальними інститутами, суспільством загалом), 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).

Своєю чергою, здобутий студентами у ході вивчення навчальної дисципліни «Соціокультурні аспекти бізнес-комунікацій» фрагмент соціокультурного досвіду у вигляді системи знань, умінь, норм і цінностей стане теоретичним підґрунтям подальшого вивчення усіх комунікативних дисциплін, таких як «Організацій соціальних комунікацій в туризмі», «Анімаційні технології у туристичній діяльності», «Маркетинг» та «Інтернет-маркетинг в туризмі». Зокрема

дана дисципліна важлива і для ряду профільних курсів – «Організація ресторанного господарства», «Організація готельного господарства», «Екскурсійна діяльність» а також при проходженні виробничої практики (стажування).

**2.3. Мета вивчення дисципліни** – забезпечення набуття студентами ключових фахових компетентностей із застосування комунікативних навичок у бізнес-середовищі, оволодіння практичними навичками організації ділових зустрічей, ведення переговорів, службового спілкування, вирішення конфліктів та вмінням формувати імідж ділової людини. Її досягнення передбачає ознайомлення студентів із теоретичними аспектами дисципліни та прийомами практичного використання інструментарію бізнес-комунікацій в практичній професійній діяльності майбутнього фахівця з туризму.

#### **2.4. Завдання вивчення дисципліни.**

1. Сформувати цілісну систему знань про бізнес-комунікації.
2. Спонукає до отримання студентами практичних навичок і вмінь щодо використання комунікативних умінь у бізнес-середовищі.
3. Надати систему знань з оволодіння методикою вирішення складних, конфліктних ситуацій;
4. Отримання навичок щодо побудови іміджу ділової людини.

#### **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;
- організовувати 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 заліку 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 заліку.

Норми академічної етики: дисциплінованість; дотримання субординації; чесність; відповідальність.

## 4. Програма навчальної дисципліни:

Тематика курсу					
Тема, план лекції	Форма заняття	Література	Завдання, год.	Вага оцінки	Термін виконання
<b>Тема 1. Спілкування та комунікації</b> 1. Проблема та практика спілкування 2. Питання теорії комунікації. 3. Бізнес комунікації. 4. Ефективність комунікації в умовах ринку.	Лекція, семінарське заняття	8, 12, 21	4	6 балів	
<b>Тема 2. Процес та види комунікації</b> 1. Структура комунікативного процесу. 2. Елементи комунікативного процесу. 3. Ділова розмова. 4. Види комунікації. 5. Форми комунікації. 6. Схеми комунікації. 7. Підходи до спілкування як до процесу.	Лекція, семінарське заняття	8, 12, 21, 23	4	6 балів	
<b>Тема 3. Труднощі та бар'єри комунікації</b> 1. Труднощі комунікації. 2. Основні групи помилок комунікації. 3. Міжособистісні бар'єри, пов'язані із сприйняттям, семантичними бар'єрами, невербальними перепонами, неякісним зворотним зв'язком,	Лекція, Семінарське заняття	7, 17, 12	4	6 балів	

невмінням слухати. 4. Помилки в спілкуванні. 5. Бар'єри спілкування. 6. Фактори, які впливають на розмову.					
<b>Тема 4. Психологічна культура ділової розмови</b> 1. Створення сприятливого психологічного клімату. 2. Способи схилення опонента до потрібної точки зору. 3. Закони запам'ятовування: закон враження, закон пам'яті-повторення, закон пам'яті-асоціації. 4. Вміння говорити. 5. Вміння слухати. 6. Постановка запитань і техніка відповіді на них. 7. Управління емоціями.	Лекція, Семінарське заняття	17, 3, 11	4	6 балів	
<b>Тема 5. Конфлікти, їх суть і природа</b> 1. Поняття конфлікту. 2. Види конфліктів. 3. Стреси, неврози, кризи. 4. Методи зняття напруги.	Лекція, Семінарське заняття	3, 4, 8,	4	6 балів	
<b>Тема 6. Ведення комерційних переговорів</b> 1. Підготовка до переговорів. Вибір часу та місця зустрічі. 2. Порядок ведення переговорного процесу. Взаємне уточнення інтересів. Узгодження позицій і розробка домовленостей. 3. Стратегія ведення переговорів. 4. Стили ведення переговорів.	Лекція, Семінарське заняття	15, 21, 23	4	6 балів	
<b>Тема 7. Ділова атрибутика і одяг</b> 1. Візитні картки. Варіанти оформлення візитних карток. 2. Ділові подарунки. 3. Діловий одяг жінки. 4. Діловий одяг чоловіка. Рекомендації з підбору та комбінування одягу і аксесуарів.	Лекція, Семінарське заняття	22, 17, 15, 8	4	6 балів	
<b>Тема 8. Нетворкінг</b> 1. Нетворкінг як наука про побудову ділових відносин. 2. Основні принципи нетворкінгу	Лекція, Семінарське заняття	15, 21, 23	4	6 балів	
<b>Тема 9. Невербальна комунікація</b> 1. Мова тіла. 2. Основні комунікаційні жести та їх походження.	Лекція, семінарське заняття	15, 17, 21, 23	4	6 балів	

3. Зони та території. 4. Особливості використання окремих жестів.					
<b>Тема 10. Корпоративна культура</b> 1. Визначення корпоративної культури. 2. Цінності організації а її місія. 3. Ознаки виникнення проблем з культурою в організації. 4. Шляхи покращення корпоративної культури.	Лекція, Семінарське заняття	9, 7, 5, 17	4	6 балів	
<b>Разом</b>			40	60	

## 5. Тематика семінарських (або практичних) занять

### Семінарське заняття №1

**Тема: «Спілкування та комунікація»**

**Питання для обговорення:**

- 1 Проблема та практика спілкування.
- 2 Питання теорії комунікації.
- 3 Бізнес комунікації.

Література: 8, 12, 21

### Семінарське заняття №2

**Тема: «Процес та види комунікації»**

**Питання для обговорення:**

- 1 Структура комунікативного процесу.
- 2 Ділова розмова.
- 3 Схеми комунікації.

Література: 8, 12, 21, 23

### Семінарське заняття №3

**Тема: «Труднощі та бар'єри комунікації»**

**Питання для обговорення:**

- 1 Труднощі комунікації.
- 2 Основні групи помилок комунікації.
- 3 Міжособистісні бар'єри, пов'язані із сприйняттям, семантичними бар'єрами, невербальними перепонами, неякісним зворотним зв'язком, невмінням слухати.
- 4 Помилки в спілкуванні.
- 5 Бар'єри спілкування.
- 6 Фактори, які впливають на розмову.

Література: 7, 17, 12

### Семінарське заняття №4

**Тема: «Психологічна культура ділової розмови»**

**Питання для обговорення:**

- 1 Створення сприятливого психологічного клімату.
- 2 Способи схилення опонента до потрібної точки зору.
- 3 Закони запам'ятовування: закон враження, закон пам'яті-повторення, закон пам'яті-асоціації.
- 4 Вміння говорити. Вміння слухати. Постановка запитань і техніка відповіді на них. Управління емоціями.

Література: 17, 3, 11

**Семінарське заняття №5****Тема: «Конфлікти, їх суть і природа»****Питання для обговорення:**

- 1 Поняття конфлікту.
  - 2 Види конфліктів.
  - 3 Стреси, неврози, кризи.
- Література: 3, 4, 8,

**Семінарське заняття №6****Тема: «Ведення комерційних переговорів»****Питання для обговорення:**

1. Підготовка до переговорів;
  2. Порядок ведення переговорів;
  3. Техніка ведення переговорів;
  4. Стратегія переговорів,
  5. Стилi ведення переговорів.
- Література: 15, 21, 23

**Семінарське заняття №7****Тема: «Ділова атрибутика і одяг»****Питання для обговорення:**

- 1 Використання візитних карток: правила користування, вимоги до оформлення;
  2. Ділові подарунки: що дарувати, коли, за якими правилами
  3. Діловий одяг чоловіка: правила підбору, носіння, аксесуари.
  4. Діловий одяг жінки: правила підбору, носіння, аксесуари.
  5. Інші аспекти зовнішнього вигляду ділової людини.
- Література: 22, 17, 15, 8

**Семінарське заняття №8****Тема: «Нетворкінг, етика ділового спілкування»****Питання для обговорення:**

1. Принципи нетворкінгу;
  2. Теорії спілкування:
    - 2.1 Число Данбара;
    - 2.2 Бритва Хенлона;
    - 2.3 Теорія мотивації Фредерика Герцберга.
  3. Правила побудови ділових зв'язків;
  4. Рекомендації з нетворкінгу;
  5. Етика ділової переписки;
  6. Стандарти ділової переписки;
  7. Принципи електронного листування.
- Література: 15, 21, 23

**Семінарське заняття №9****Тема: «Невербальна комунікація»****Питання для обговорення:**

1. Мова тіла – загальні принципи;
2. Зони і території під час спілкування;
3. Долоні й інформація, що ними передається;
4. Жести рук;
5. Жести пов'язані із торканням обличчя;
6. Руки в якості бар'єру;
7. Сигнали очей;



8. Аксесуари у якості невербальної комунікації;  
Література: 15, 17, 21, 23

### Семінарське заняття №10

**Тема: «Корпоративна культура»**

**Питання для обговорення:**

- 1 Корпоративна культура в організації.
- 2 Методи запровадження корпоративної культури.

Література: 9, 7, 5, 17

### 6. Самостійна робота

№ п/п	Тематика	К-сть годин
1	Процес та види комунікацій.	8
2	Труднощі та бар'єри комунікації.	8
3	Мовна діяльність: значення, зміст, розуміння.	8
4	Діловий стиль і манери обговорення.	8
5	Службове спілкування.	8
6	Комунікативні конфлікти та їх наслідки.	8
7	Ведення комерційних переговорів.	8
8	Організація та проведення ділових зустрічей.	8
9	Ділові контакти з іноземними партнерами	8
10	Нетворкінг	8
<b>Разом</b>		<b>80</b>

### 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 «Соціокультурні аспекти бізнес-комунікацій» визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

**Для заліку**

Змістовий розділ 1 Теми 1-5	Змістовий розділ 2 Теми 6-10	Індивідуальний проект + підсумковий контроль (залік)
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.	Запропонована література; Кейси;	1-10
2.	Силабус;	1-10
3.	Збірка тестових і контрольних завдань для поточного оцінювання навчальних досягнень студентів;	1-10
4.	Засоби підсумкового контролю (екзаменаційні білети для підсумкового контролю)	1-10

**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. Паращук. – 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. Варипасва, Л. М. Етика бізнесу та її значення у підприємницькій діяльності / Л. М. Варипасва // 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. Комунікативні якості студентів-менеджерів як складові бізнес-комунікації / В. П. Каткова // Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології ХХІ 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-ХХІ, 2010. – 527 с.

18. Палеха Ю. І. Документально-інформаційні комунікації : навч. посібник / Ю. І. Палеха, Н. В. Мурейко, О. Г. Оксіук. – 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.