

ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Міністерства освіти і науки,
молоді та спорту України
29 березня 2012 року №384
(у редакції наказу Міністерства
освіти і науки України
від 05 червня 2013 року №683)

Форма № Н – 3.03

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА**

ПРОГРАМА
ВАРІАТИВНОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ЕФЕКТИВНІ КОМУНІКАЦІЇ»

підготовки бакалавра
напряму б.140101 «Готельно-ресторанна справа»

Харків
ХНУМГ
2014 рік

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО:

Харківським національним університетом міського господарства
імені О. М. Бекетова

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ:

ст. викл. О. М. Кравець

Обговорено та рекомендовано до затвердження науково-методичною
радою факультету Менеджменту з напрямку підготовки 6.140101 «Готельно-
ресторанна справа».

Протокол № 1 від «29» серпня 2013 року.

ВСТУП

Програма вивчення варіативної навчальної дисципліни «Ефективні комунікації» складена відповідно до варіативної частини освітньо-професійної програми підготовки бакалавра напряму 6.140101 «Готельно-ресторанна справа».

Предметом вивчення дисципліни є система професійних комунікацій в сервісі.

Міждисциплінарні зв'язки: Вступ до фаху, Психологія, Менеджмент туризму, Маркетинг туристської індустрії, Менеджмент готельного господарства.

Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових модулів:

1. *Управління комунікаціями.*
2. *Управління корпоративною ідентичністю.*

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни є формування вмінь побудови комунікативних схем, набуття навичок налагодження комунікацій на сервісних підприємствах.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни є набуття навичок побудови системи професійних комунікацій на сервісних підприємствах, управління комунікаціями та корпоративною ідентичністю сервісних підприємств.

1.3. Згідно з вимогами варіативної частини освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

- загальні засади системи обслуговування сервісної організації;
- принципи керування комунікаціями з клієнтами та фокус-групами; основні моделі обслуговування;
- базові сервісні стратегії;
- побудови комунікативних схем, формування навичок налагодження ефективних комунікацій на сервісних підприємствах;
- систему класифікацій критичних подій в сервісному процесі;
- природу поведінки споживачів на ринку послуг;
- особливості електронних комунікацій;
- загальні прийоми формування постійної клієнтури;
- принципи роботи зі скаргами споживачів і удосконалювання сервісного процесу;

вміти :

- здійснювати ефективну взаємодію з виробниками туристських послуг: засобами розміщення, закладами харчування, транспорту, екскурсійними бюро, музеями, спортивними установами, іншими закладами рекреаційно-курортної сфери, сфери культури, розваг тощо з дотриманням правил ведення договірної

роботи;здійснювати обробку та трансформацію інформації на запит клієнта, корпоративного клієнта, партнера;

- виявляти туристів зі специфічними вимогами та створювати сприятливий психологічний клімат в туристській групі,

- проводити індивідуальну роботу з туристами;

- володіти технікою і методикою продажів, включаючи продаж по телефону, через Інтернет, GDS, у відповідь на запити через електронну пошту, лист бронювання, on-line систему та ін. засоби;

- здійснювати післяпродажне обслуговування клієнтів, визначати якість надання замовлених послуг, здійснювати претензійно-позивну роботу;

- виявляти, реєструвати, аналізувати претензії, скарги, рекламації зі сторони споживачів туристських послуг; володіти технікою прийняття заходів, що спрямовані на усунення скарг клієнтів на підставі методик загального менеджменту якості та з використанням інструментів контролю якості та здійснювати перевірку їх виконання.

На вивчення навчальної дисципліни студентами денної форми навчання відводиться *72 години / 2,0 кредити ECTS*, заочної – *90 годин / 2,5 кредити ECTS*.

2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Модуль 1: Ефективні комунікації

Змістовий модуль 1. Управління комунікаціями

1.1. Послуги як економічна категорія

1. Розвиток сфери послуг.
2. Система надання послуг.
3. Характеристики послуг.
4. Класифікація послуг.
5. Маркетинговий комплекс сервісної організації.

1.2. Комунікація як інтерактивний діалог

1. Засади комунікативного процесу.
2. Моделі комунікацій.
3. Розробка і управління комунікативним комплексом.

1.3. Менеджмент комунікацій

1. Участь клієнта у сервісному процесі.
2. Постановка сервісного процесу.
3. Поведінка споживачів на ринку послуг.
4. Поведінка споживачів на різних етапах сервісного процесу.
5. Удосконалення сервісного процесу.

1.4. Маркетинг комунікацій

1. Формування постійної клієнтури.
2. Формування лояльності клієнтів.
3. Контроль рівня задоволеності клієнтів.

4. Емоційний стан як мета комунікативної політики.
5. Принципи споживчого вибору.

Змістовий модуль 2. Управління корпоративною ідентичністю

2.1. Корпоративна ідентифікація

1. Взаємозв'язок корпоративної ідентичності, іміджу та репутації організації.
2. Основи корпоративної ідентичності.
3. Керування корпоративною репутацією.

2.2. Корпоративний імідж

1. Засади корпоративного іміджу.
2. Керування іміджем сервісної організації.

2.3. Оцінка ефективності комунікацій

1. Комунікативні дослідження: поняття, інструменти, методи.
2. Методика оцінки ефективності маркетингових комунікацій.
3. Методи оцінки ефективності рекламної діяльності.
4. Оцінка ефективності корпоративних іміджу та репутації.

3. Рекомендована література

1. Ефективні комунікації : навч. посібник / Л. А. Нохріна, О. М. Кравець; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2012. – 264 с.
2. Аванесова Г. А. Сервисная деятельность : история и современная практика, предпринимательство, менеджмент : учеб. пособие / Г. А. Аванесова. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 318 с.
3. Даулинг Г. Репутация фирмы : создание, управление и оценка эффективности [Текст] : пер. с англ. – М. : Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»: ИНФРА-М, 2003. – XXIV, 368 с. – (Серия «Современные консалтинговые технологии»).
4. Лавлок К. Маркетинг услуг : персонал, технология, стратегия [Текст] : пер. с англ. – [4-е изд.]. – М. : ИД «Вильямс», 2005. – 1008 с.
5. Рева В. Е. Коммуникационный менеджмент : учебно-метод. пособие / В. Е. Рева. – Пенза : Изд-во ПГУ, 2003. – 161 с.
6. Романов А. А. Маркетинговые коммуникации / А. А. Романов, А. В. Панько. – М. : Эксмо, 2006. – 432 с. – (Прицельный маркетинг).
7. Кравець О. М. Ефективні комунікації : навчальний дистанційний курс [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cdo.kname.edu.ua/course/view.php?id=608>.

4. Форма підсумкового контролю успішності навчання – залік.

5. Засоби діагностики успішності навчання – комплекти завдань поточного контролю за змістовими модулями, індивідуальне завдання (РГР).

Навчальне видання

Програма
варіативної навчальної дисципліни

«Ефективні комунікації»

підготовки бакалавра

напряму 6.140101 «Готельно-ресторанна справа»

Розробник: **КРАВЕЦЬ** Ольга Миколаївна

В авторській редакції

Комп'ютерне верстання: *Ю. Ю. Конюшенко*

План 2012, поз. 345 а

Підп. до друку 4.11.2013 р.

Друк на ризографі

Тираж 1 пр.

Формат 60x84/16

Ум. друк. арк. 0,2

Зам. № 9517

Видавець і виготовлювач:

Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Революції, 12, Харків, 61002

Електронна адреса: rectorat@kname.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

ДК №4705 від 28.03.2014 р.