

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 – 3.04

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

Кафедра Туризму і готельного господарства

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ЕФЕКТИВНІ КОМУНІКАЦІЇ»

напряму підготовки 6.140101 «Готельно-ресторанна справа»

**Інститут, факультет, відділення *Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова, факультет Менеджменту, денне
та заочне відділення***

Харків
ХНУМГ
2014 рік

Робоча програма навчальної дисципліни «**Ефективні комунікації**» (для студентів 4 курсу денної та 5 курсу заочної форми навчання напряму підготовки 6.140101 «Готельно-ресторанна справа»), 2013. – 12 с.

Розробник: ст. викл. О. М. Кравець

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри Туризму і готельного господарства.

Протокол № 1 від «28» серпня 2013 року.

Завідувач кафедри Туризму і готельного господарства
д.е.н., проф. І. М. Писаревський

Схвалено науково - методичною радою факультету Менеджменту за напрямом підготовки 6.140101 «Готельно-ресторанна справа».

Протокол № 1 від «29» серпня 2013 року.

Голова д.е.н., проф. І. М. Писаревський

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів: - денна форма навчання – 2,0; - заочна форма навчання – 2,5	Галузь знань: 1401 «Сфера обслуговування» Напрямок підготовки: 6.140101 «Готельно-ресторанна справа»	Варіативна	
Модулів – 1	Спеціальності (професійні спрямування): –	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		4-й	5-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання – розрахунково-графічна робота (РГР)		Семестр	
Загальна кількість годин: - денна форма – 72; - заочна – 90		8-й	9-й
		Лекції	
Тижневих годин для денної форми навчання: - аудиторних – 2; - самостійної роботи студента – 2,8. для заочної форми навчання : аудиторних – 0,4; - самостійної роботи студента – 5,6	Освітньо-кваліфікаційний рівень: бакалавр	15 год.	2 год.
		Практичні, семінарські	
		15 год.	4 год.
		Лабораторні	
		–	
		Самостійна робота	
		42 год.	84 год.
		в т.ч. індивідуальне завдання (РГР):	
14 год.	18 год.		
Вид контролю:			
залік			

Примітка

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 42 % до 58 %;

для заочної форми навчання – 7 % до 93 %

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета: формування вмінь побудови комунікативних схем, набуття навичок налагодження комунікацій на сервісних підприємствах.

Завдання: набуття навичок побудування системи професійних комунікацій на сервісних підприємствах, управління комунікаціями та корпоративною ідентичністю сервісних підприємств.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- загальні засади системи обслуговування сервісної організації;
 - принципи управління 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 й удосконалювання сервісного процесу;

вміти :

- здійснювати ефективну взаємодію з виробниками турпослуг: 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 інші засоби;
 - здійснювати післяпродажне обслуговування клієнтів, визначати якість надання замовлених послуг, здійснювати претензійно-позивну роботу;
 - виявляти, реєструвати, аналізувати претензії, скарги, рекламації зі сторони споживачів турпослуг; володіти технікою прийняття заходів, спрямованих на усунення скарг клієнтів на підставі методик загального менеджменту якості та з використанням інструментів контролю якості, здійснювати перевірку їх виконання.

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Управління комунікаціями

Тема 1. Послуги як економічна категорія.

Тема 2. Комунікація як інтерактивний діалог.

Тема 3. Менеджмент комунікацій.

Тема 4. Маркетинг комунікацій.

Змістовий модуль 2. Управління корпоративною ідентичністю

Тема 5. Корпоративна ідентифікація.

Тема 6. Корпоративний імідж.

Тема 7. Оцінка ефективності комунікацій.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	РГР	с.р.		л	п	лаб	РГР	с.р.
Модуль 1. ЕФЕКТИВНІ КОМУНІКАЦІЇ												
Змістовий модуль 1.1. Управління комунікаціями												
1. Послуги як економічна категорія	12	3	3	-	3	3	14	0,5	0,5	-	3	10
2. Комунікація як інтерактивний діалог	10	2	2	-	3	3	13,5	-	0,5	-	3	10
3. Менеджмент комунікацій	10	2	2	-	3	3	12	0,5	0,5	-	2	9
4. Маркетинг комунікацій	10	2	2	-	3	3	13	0,5	0,5	-	3	9
Разом за ЗМ 1.1	42	9	9	-	12	12	53,5	1,5	2	-	11	38
Змістовий модуль 1.2. Управління корпоративною ідентичністю												
5. Корпоративна ідентифікація	10	2	2	-	2	4	12,5	0,5	-	-	3	9
6. Корпоративний імідж	10	2	2	-	2	4	12	-	1	-	2	9
7. Оцінка ефективності комунікацій	10	2	2	-	2	4	13	-	1	-	2	9
Разом за ЗМ 1.2	30	6	6	-	6	12	36,5	0,5	2	-	7	27
Усього годин	72	15	15	-	18	24	90	2	4	-	18	66

5. Теми семінарських занять не передбачені навчальним планом

6. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1	Маркетинговий комплекс сервісної організації	3	0,5
2	Розробка і управління комунікативним комплексом	2	0,5
3	Поведінка споживачів на різних етапах сервісного процесу	2	0,5
4	Формування лояльності клієнтів сервісної організації	2	0,5
5	Брендинг, як нова конкурентна перевага сервісних підприємств	2	-
6	Оцінка ефективності корпоративного іміджу сервісного	2	1
7	Оцінка ефективності реклами сервісного підприємства	3	1
Разом		15	4

7. Теми лабораторних занять не передбачені навчальним планом

8. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1	Послуги як економічна категорія	3	10
2	Комунікація як інтерактивний діалог	3	10
3	Менеджмент комунікацій	3	9
4	Маркетинг комунікацій	3	9
5	Корпоративна ідентифікація	4	9
6	Корпоративний імідж	4	9
7	Оцінка ефективності комунікацій	4	9
8	Написання і захист РГР	14	18
	Разом	42	84

Самостійна навчальна робота розрахована на формування практичних навичок в роботі студентів зі спеціальною літературою, орієнтування їх на інтенсивну роботу, критичне осмислення здобутих знань та глибоке вивчення теоретичних і практичних проблем підприємств сфери послуг, для підвищення якості професійної підготовки управлінських кадрів.

До форм самостійної навчальної роботи студентів за дисципліною віднесені:

1. Підготовка до лекційних та практичних занять.
2. Робота в дистанційному навчальному курсі «Ефективні комунікації».
3. Робота з законодавчими, нормативними та інструктивними матеріалами.
4. Написання і захист доповідей за темами змістових модулів (для денної форми навчання).
5. Робота над індивідуальним завданням у вигляді РГР.
6. Контрольна перевірка кожним студентом-слухачем якості особистих знань за запитаннями для самостійного поглибленого вивчення та самоконтролю.

9. Індивідуальні завдання

У межах дисципліни студент виконує розрахунково-графічну роботу (РГР).

Метою РГР є закріплення та поглиблення знань студентів, отриманих під час аудиторних занять, пошук та обробка літературних джерел, формування сучасного мислення та професійності майбутніх спеціалістів.

Студенти виконують РГР самостійно протягом вивчення дисципліни із проведенням консультацій викладачем дисципліни відповідно графіка навчального процесу.

РГР припускає зміст наступних елементів наукового дослідження: 1) практичну значимість; 2) комплексний і системний підходи до вирішення поставленого завдання; 3) застосування творчого підходу і відбиття власного бачення вирішення поставленого завдання.

Вимоги до оформлення РГР наведені у відповідних Методичних вказівках.

Структура РГР наступна: 1) титульний аркуш; 2) вступ; 3) основна частина; 4) висновки; 5) список використаних джерел; 6) додатки.

Обсяг готової РГР має становити у друкованому варіанті 30 – 35 сторінок. Орієнтовна кількість сторінок у розділах: вступ – 1 – 2 с.; основна частина – 20 – 25 с.; висновки – 1 – 2 с.

Список використаних джерел необхідно скласти у певному порядку: спочатку наводяться законодавчі та нормативні акти, статистичні довідники, потім загальна та спеціальна література за алфавітом.

РГР виконується за варіантом, який визначається за останнім номером залікової книжки студента.

Кількість часу на виконання РГР в годинах для студентів денної форми навчання становить *14 годин*, заочної – *18 годин*.

10. Методи навчання

Теоретичні, розрахункові і практичні положення дисципліни вивчаються студентами в процесі роботи над лекційним курсом, при виконанні самостійній роботі з навчальною літературою.

Окремі теми дисципліни вивчаються з різним ступенем поглиблення та деталізації, що передбачено цією робочою програмою. Тестові поточний та підсумковий модульний контроль проводиться шляхом тестування у дистанційному навчальному курсі «Ефективні комунікації».

Остаточна оцінка знань студентів з дисципліни – інтегральна (100-бальна).

11. Методи контролю

Загальне модульне оцінювання з дисципліни здійснюється за накопичувальною системою і передбачає:

- 1) відвідування лекційних та практичних занять;
- 2) написання і захист доповідей за темами змістових модулів;
- 3) оцінювання виконання та презентації індивідуального завдання (РГР);
- 4) проведення поточного тестового контролю за кожною з тем змістових модулів;
- 5) проведення підсумкового контролю за модулем 1 з дисципліни у формі заліку за накопичувальною системою.

Структура засобів контролю з дисципліни для студентів денної форми навчання

Вид робіт, що оцінюється	Оцінка	Примітка
1	2	3
Відвідування занять	0 – 8 балів	оцінювання визначають в такий спосіб: 0,5 бали за кожне лекційне та 1,5 бали – практичне заняття, враховуючи активність під час аудиторних занять
Складання і захист доповідей	0 – 20 балів	визначають як оцінку, яку студент одержав за виконання і захист кожної з тем змістового модуля у співвідношенні за 5-ти бальною шкалою

1	2	3
Поточне тестування за темами ЗМ 1.1	0 – 60 балів	поточне тестування здійснюється у дистанційному навчальному курсі «Ефективні комунікації» за кожною з чотирьох тем ЗМ 1.1. Кожен тест містить 15 запитань на перевірку знань та навичок, одержаних під час аудиторних занять та самостійної роботи (кожна вірна відповідь дорівнює 1 балу)
Оцінка за ЗМ 1.1	0 – 50 %	оцінку визначають діленням кількості накопичених студентом балів за ЗМ 1.1 на число, яке дорівнює відношенню загальної кількості балів і числа 50
Відвідування занять	0 – 6 балів	оцінювання визначають в такий спосіб: 0,5 бали за кожне лекційне та 1,5 бали – практичне заняття, враховуючи активність під час аудиторних занять
Складання і захист доповідей	0 – 15 балів	визначають як оцінку, яку студент одержав за виконання і захист кожної з тем змістового модуля у співвідношенні за 5-ти бальною шкалою
Поточне тестування за ЗМ 1.2	0 – 45 балів	поточне тестування здійснюється у дистанційному навчальному курсі «Ефективні комунікації» за кожною з трьох тем ЗМ 1.2. Кожен тест містить 15 запитань на перевірку знань та навичок, одержаних під час аудиторних занять та самостійної роботи (кожна вірна відповідь дорівнює 1 балу)
Виконання і захист РГР	0 – 25 балів	визначають як оцінку, яку студент одержав за виконання і захист РГР (див. нижченаведену табл.)
Оцінка за ЗМ 1.2	0 – 50 %	оцінку визначають діленням кількості накопичених студентом балів за ЗМ 1.2 на число, яке дорівнює відношенню загальної кількості балів і числа 50
Оцінка за модуль 1	0 – 100 %	залік з дисципліни здійснюється за накопичувальною системою – оцінку визначають як суму кількості балів у відсотках, накопичених студентом протягом вивчення дисципліни за ЗМ 1.1 – 1.2

Критерії оцінювання якості виконання РГР для студентів денної форми навчання

№ з/п	Критерій оцінювання	К-сть балів
1	повнота викладення матеріалу та змістовність висновків	5
2	дотримання встановлених правил оформлення роботи; використання додаткових джерел (наукова, навчальна література, професійні періодичні видання, матеріали з мережі Internet)	5
3	творчий підхід	5
4	правильні відповіді на запитання при захисті	5
5	своєчасність подання роботи викладачу (згідно графіка навчального процесу)	5
	Разом	25

**Структура засобів контролю з дисципліни
для студентів заочної форми навчання**

Вид робіт, що оцінюється	Оцінка, %	Примітка
Виконання й захист РГР	0 – 40	визначається як оцінка, яку студент одержав за виконання і захист РГР за 40-а бальною шкалою
Підсумкове тестування	0 – 60	<i>проводиться після того, як студент одержав оцінку за виконання та захист РГР.</i> Тест містить 40 запитань (кожна вірна відповідь дорівнює 1,5 бали), представлених порівну за ЗМ 1.1 – 1.2
Оцінка за модуль 1	0 – 100	залік з дисципліни здійснюється за накопичувальною системою – оцінку визначають як суму кількості балів у відсотках, накопичених студентом в ході виконання і захисту РГР та суми відсотків балів, набраних за результатами залікового тестування

**Критерії оцінювання якості виконання РГР
для студентів заочної форми навчання**

№ з/п	Критерій оцінювання	К-сть балів
1	повнота викладення матеріалу та змістовність висновків	15
2	дотримання встановлених правил оформлення роботи; використання додаткових джерел (наукова, навчальна література, професійні періодичні видання, матеріали з мережі Internet)	10
3	творчий підхід	5
4	правильні відповіді на запитання при захисті	5
5	своєчасність подання роботи викладачу (згідно графіка навчального процесу)	5
	Разом	40

12. Розподіл балів, які отримують студенти

Залік для студентів денної форми навчання

Поточне тестування та самостійна робота							Сума балів, %
ЗМ 1.1– 50 %				ЗМ 1. 2– 50 %			
T 1	T 2	T 3	T 4	T 5	T 6	T 7	РГР
22	22	22	22	22	22	22	25
							100

Залік для студентів заочної форми навчання

Поточне тестування та самостійна робота							РГР, %	Сума балів, %
ЗМ 1.1– 30 %				ЗМ 1. 2– 30 %				
T 1	T 2	T 3	T 4	T 5	T 6	T 7		
22	22	22	22	22	22	22	40	
							100	

T 1, T 2 ... – теми змістових модулів

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D	задовільно	
60 – 63	E		
35 – 59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0 – 34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Студент отримує оцінку «незадовільно», якщо він не засвоїв основні поняття і категорії; не знає наукового і фактичного матеріалу; може лише переказувати учбовий матеріал, але не може обґрунтувати відповіді на жодне питання.

13. Методичне забезпечення

1. Методичні вказівки з дидактичним забезпеченням до проведення практичних занять, організації самостійної роботи, виконання контрольної роботи з дисципліни «Ефективні комунікації» (для студентів 4 – 5 курсів всіх форм навчання напрямів підготовки 6.140103 «Туризм», 6.140101 «Готельно-ресторанна справа») / О. М. Кравець; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2012. – 54 с.

2. Методичні вказівки з дидактичним забезпеченням до виконання розрахунково-графічної роботи з дисципліни «Ефективні комунікації» (4 – 5 курсів всіх форм навчання напрямів підготовки 6.140103 «Туризм», 6.140101 «Готельно-ресторанна справа») / О. М. Кравець; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2012. – 68 с. Кравець О. М.

14. Рекомендована література

Базова

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. Барлоу Д. Сервіс, орієнтований на бренд. Нова конкурентна перевага / Джанелл Барлоу, Пол Стюарт ; пер. з англ. К. Сисоевої. – К. : Видавництво Олексія Капусти (підрозділ «Агенції «Стандарт»), 2007. – 266 с.

4. 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»).
5. Лавлок К. Маркетинг услуг : персонал, технология, стратегия [Текст] / К. Лавлок ; пер. с англ. – [4-е изд.]. – М. : ИД «Вильямс», 2005. – 1008 с.
6. Рева В. Е. Коммуникационный менеджмент : учебно-метод. пособие / В. Е. Рева. – Пенза : Изд-во ПГУ, 2003. – 161 с.
7. Романов А. А. Маркетинговые коммуникации / А. А. Романов, А. В. Панько. – М. : Эксмо, 2006. – 432 с. – (Прицельный маркетинг).

Допоміжна

1. Зверинцев А. Б. Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR /А. Б. Зверинцев. – СПб. : Союз Страниц, 1995. – 267 с.
2. Богалдин-Малых В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса : учеб. пособие / В. В. Богалдин-Малых. – М. : Изд-во Московского психолого-социального института; Воронеж: Изд-во НПО «МОДЭК», 2004. – 560 с.
3. Горовиц Ж. Сервис-стратегия: управление, ориентированное на потребителя / Ж. Горовиц ; пер. 2-го англ. изд. – М. : Дело и Сервис, 2007. – 228 с.
4. Измерение удовлетворённости потребителя по стандарту ИСО 9000:2000 / Н. Хилл, Б. Сельф, Г. Роше. – М. : Издательский Дом «Технологии», 2004. – 192 с.
5. Кларк Г. Маркетинг сервиса, приносящего прибыль / Г. Кларк ; пер. с англ. – К. : Знання, 2006. – 302 с. – (Европейский маркетинг).
6. Котлер Ф. Маркетинг : Гостеприимство. Туризм : учеб. для ВУЗов [Текст] : / Ф. Котлер ; пер. с англ. – [2-е изд., перераб и доп.]. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 1063 с.
7. Райхельд Ф. Эффект лояльности: движущие силы роста, прибыли и непреходящей ценности / Ф. Райхельд ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2005. – 383 с.
8. Технологии управления репутацией : учебно-метод. комплекс. – СПб. : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2007. – 183 с.

15. Інформаційні ресурси

1. Альохіна С. В. Основні підходи до оцінки ефективності реклами [Електронний ресурс] / С. В. Альохіна – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/10_NPE_2008/Economics/29463.doc.htm
2. Закон України „Про внесення змін в Закон України „Про захист споживачів” від 1 грудня 2005 року № 3161-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/v0005700-96>.
3. Закон України „Про звернення громадян” від 2 жовтня 1996 року № 393/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/393/96-%D0%B2%D1%80>
4. Кравець О. М. Ефективні комунікації : навчальний дистанційний курс [Електронний ресурс] / О. М. Кравець. – Режим доступу : <http://cdo.kname.edu.ua/course/view.php?id=608>
5. Нормативні акти України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nau.kiev.ua>.
6. Організація бізнес-процесів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://proces.biz>.
7. Спеціалізована бібліотека з організаційного менеджменту та організаційної психології [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.intercult.ru/business/library/psychology/org_psy.html

Навчальне видання

Робоча програма навчальної дисципліни

«Ефективні комунікації»

напряму підготовки 6.140101 «Готельно-ресторанна справа»

Розробник: **КРАВЕЦЬ** Ольга Миколаївна

В авторській редакції

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

План 2012, поз. 345 б

Підп. до друку 4.11.2013 р.

Друк на ризографі

Тираж 1 пр.

Формат 60x84/16

Ум. друк. арк. 0,5

Зам. № 9518

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.