

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА**

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ**

до виконання розрахунково-графічної роботи  
з навчальної дисципліни

**«ПРОФЕСІЙНА КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ»**

*(для студентів усіх форм навчання спеціальностей*  
*241 – Готельно-ресторанна справа, 242 – Туризмознавство)*

**Харків**  
**ХНУМГ ім. О. М. Бекетова**  
**2020**

Методичні рекомендації до виконання розрахунково-графічної роботи з навчальної дисципліни «Професійно-комунікативна компетентність» (для студентів усіх форм навчання спеціальностей 241 – Готельно-ресторанна справа, 242 – Туризмознавство) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова ; уклад. С. А. Александрова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2020. – 13 с.

Укладач      канд. пед. наук, доц. С. А. Александрова

Рецензент

**І. М. Писаревський**, доктор економічних наук, професор кафедри туризму і готельного господарства Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

*Рекомендовано кафедрою туризму і готельного господарства, протокол № 1 від 29 серпня 2019 р.*

## ВСТУП

Індустрія туризму та гостинності – це галузь діяльності, фахівці якої мають володіти, нарівні із професійними знаннями, вміннями й навичками, комунікативною грамотністю та компетентністю як у рамках рідної культури, так і в міжкультурному спілкуванні.

Високий рівень комунікативної компетентності для фахівців туристського, курортного, готельного і ресторанного бізнесу є професійно важливою якістю, що забезпечує успішну діяльність, пов'язану з постійними міжособистісними комунікаціями.

Дисципліна «Професійно-комунікативна компетентність» має практичну спрямованість – її метою є формування і розвиток у студентів професійно-комунікативної компетентності, оволодіння теоретичними основами, системами норм і цінностей професійної комунікації, набуття практичних навичок ведення ефективних міжособистісних комунікацій у сфері гостинності.

Метою і завданням вивчення дисципліни є формування професійної комунікативної компетентності, оволодіння теоретичними основами, системами норм та цінностей професійної комунікації, вміння вести ефективні комунікаційні взаємодії.

Предмет вивчення – загальні поняття з ділового професійного спілкування та комунікацій у сфері туризму та індустрії гостинності як на міжособистісному, так і на міжкультурному рівнях, типові комунікативні ситуації.

Основним засобом оволодіння навчальним матеріалом у час, вільний від обов'язкових навчальних занять є самостійна робота студента, яку можна виконувати у бібліотеці, навчальних кабінетах, комп'ютерних класах (лабораторіях), а також в домашніх умовах.

Основними видами самостійної роботи студента при вивченні дисципліни «Професійно-комунікативна компетентність» є: вивчення додаткової літератури; підготовка доповідей, рефератів; підготовка до практичних занять; поточного та підсумкового контролю.

Навчальним планом передбачено виконання студентами розрахунково-графічної роботи з дисципліни «Професійно-комунікативна компетентність».

Метою виконання розрахунково-графічної роботи є ознайомлення з діловою культурою країн світу, формування міжкультурної комунікативної компетентності у студентів.

Для досягнення поставленої мети пропонується вирішити такі завдання:

- ознайомитися з класифікацією культур світу;
- визначити особливості ділової культури двох країн (згідно з варіантом);
- порівняти ділові культури двох країн;
- визначити основні проблеми, які можуть виникати у діловій взаємодії представників двох країн;
- запропонувати основні шляхи попередження та усунення проблем міжкультурної взаємодії;
- охарактеризувати, спираючись на праці науковців, культуру України за класифікацією Хофстида.

# **1 ОРГАНІЗАЦІЯ ІНДИВІДУАЛЬНО-САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ**

Індивідуальна робота студента є важливим елементом оволодіння знаннями та навичками у час, вільний від обов'язкових навчальних занять, яка формує практичні навички роботи студентів зі спеціальною літературою, орієнтує їх на інтенсивну роботу, критичне осмислення здобутих знань та глибоке вивчення теоретичних і практичних основ дисципліни.

Розрахунково-графічна робота є підсумковою індивідуальною роботою з дисципліни «Професійно-комунікативна компетентність», яка демонструє те, що студент засвоїв необхідний обсяг знань з певних питань зазначеної дисципліни, вміє оперувати набутими знаннями.

Метою виконання розрахунково-графічної роботи є ознайомлення з діловою культурою країн світу, формування міжкультурної комунікативної компетентності у студентів.

Варіант розрахунково-графічної роботи визначається за порядковим номером у журналі групи (узгоджується з викладачем).

## **2 ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ РОЗРАХУНКОВО-ГРАФІЧНОЇ РОБОТИ**

Мова розрахунково-графічної роботи – державна, стиль – науковий, чіткий, без орфографічних і синтаксичних помилок, послідовність – логічна. Пряме переписування у роботі матеріалів із літературних та електронних джерел є неприпустимим.

Роботу оформляють у вигляді тексту, ілюстрацій, таблиць на аркушах формату А4 (210 мм x 297 мм).

У друкованому варіанті текст розташовують через 1,5 міжрядковий інтервал до тридцяти рядків на сторінці з мінімальною висотою шрифту в 1,8 мм (комп'ютерний набір – 14-й кегль, шрифт – Times New Roman). Абзацний відступ повинен бути однаковим протягом всього тексту роботи і дорівнювати п'яти знакам.

Текст розрахунково-графічної роботи розміщується на аркуші з дотриманням таких розмірів берегів – 20 мм.

Структурні елементи «ЗМІСТ», «ВСТУП», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ», «ДОДАТКИ» не нумерують, а їх назви друкують великими напівжирними літерами симетрично до тексту без крапки в кінці, не підкреслюючи.

Розділи і підрозділи повинні мати заголовки. Пункти та підпункти можуть мати заголовки. Заголовки підрозділів, пунктів і підпунктів треба починати з абзацного відступу і друкувати маленькими літерами, крім першої великої, не підкреслюючи, без крапки в кінці. Якщо заголовок складається з двох і більше речень, їх розділяють крапкою. Перенесення слів у заголовку розділів не допускається.

Відстань між заголовком і подальшим чи попереднім текстом має дорівнювати одному рядку.

Не допускається розміщувати назву розділу, підрозділу, а також пункту й підпункту в нижній частині сторінки, якщо після неї знаходиться тільки один рядок тексту.

Усі сторінки роботи, включаючи додатки, повинні мати порядкову нумерацію в межах всієї роботи і позначаються арабськими цифрами без крапки в кінці. Першою сторінкою вважається сторінка титульного аркуша, друга – змісту, далі – текст основної частини тощо. Номери сторінок (починаючи з другої) ставлять у правому верхньому кутку арабськими цифрами без знака №. Не допускається заключати номери сторінок в лапки та інші знаки.

Якщо розділ підрозділяється на декілька основних частин, то їх нумерація здійснюється арабськими цифрами і складається з номерів розділу та підрозділу, які розділяються крапкою, наприклад 1.2 (другий підрозділ першого розділу).

Ілюстрації (креслення, рисунки, графіки, схеми, діаграми) слід розміщувати в роботі безпосередньо після тексту, де вони згадуються вперше, або на наступній сторінці. На всі ілюстрації мають бути посилання в роботі.

Ілюстрацію позначають словом: Рисунок..., яке разом з назвою ілюстрації розміщують після пояснювальних даних, наприклад: Рисунок 1 – Діаграма сальдо туристського балансу.

Ілюстрації слід нумерувати арабськими цифрами порядковою нумерацією.

Цифровий матеріал, як правило, оформлюють у вигляді таблиць.

Кожна таблиця повинна мати назву, яку розміщують над нею і друкують симетрично до тексту. Назву і слово «Таблиця» починають з великої літери. Назву не підкреслюють. На всі таблиці мають бути посилання в тексті роботи.

### **Структурні елементи роботи:**

1. Титульний аркуш – містить дані про виконавця та викладача, найменування теми роботи, варіант.

2. Зміст розташовують безпосередньо після титульної сторінки, починаючи з нової сторінки. До змісту включають: вступ, розділи, підрозділи, пункти і підпункти основної частини роботи, висновки, список використаних джерел, додатки.

3. Вступ – обґрунтування актуальності розрахунково-графічної роботи, її мета та зміст. Обсяг вступу не повинен перевищувати однієї сторінки.

4. Основна частина – послідовно, логічно та стисло викладаються основні теоретичні аспекти питання, що розглядаються, виконується графічна частина.

5. Висновки є стислим викладенням підсумків проведеної студентом роботи. Обсяг висновків не повинен перевищувати однієї сторінки.

6. Список використаних джерел – містить бібліографічні описи використаних джерел і розміщується після висновків.

Приклад оформлення списку використаних джерел:

1. Автоматизація бізнес-процесів в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [ru.abp.in.ua/information/article/outsourcing](http://ru.abp.in.ua/information/article/outsourcing)

2. Аникин Б. А. Аутсорсинг : создание высокоэффективных и конкурентоспособных организаций / Б. А. Аникин. – М. : Инфра М, 2003. – 187 с.

### 3 РЕКОМЕНДАЦІ ДО ВИКОНАННЯ РОЗРАХУНКОВО-ГРАФІЧНОЇ РОБОТИ

**Завдання 1.** Використовуючи додаткову літературу, ресурси Інтернет, проаналізувати основні класифікації ділових культур.

**Завдання 2.** Використовуючи дані таблиці 1, відберіть з запропонованих характеристик ті, які відповідають країнам (дві країни обрати згідно з варіантом розрахунково-графічної роботи), прокоментуйте свій вибір.

Таблиця 1 – Класифікація ділових культур

№	Характеристика	Можливі варіанти
1	2	3
1	Класифікація ділових культур за Р. Льюїсом	
1.1	Організація діяльності особистості у часі	– моно активні; – поліактивні; – реактивні.
1.2	Спосіб використання часу	– монохронні; – поліхронні.
1.3	Ступінь пунктуальності	– пунктуальні; – не пунктуальні.
1.4	Ступінь орієнтованості на діалог	– орієнтовані на діалог; – орієнтовані на безособистісний збір інформації.
1.5	Організація особистісного простору	– контактні; – дистантні.
1.6	Сприйняття часу	– лінійне; – суб'єктивне; – циклічне.
2	Класифікація ділових культур за Ф. Тромпенаарсом	
2.1	Ставлення до часу	– послідовне; – синхронне.
2.2	Ставлення до природи	– природа підкоряється людині; – людина є частиною природи.
2.3	Ставлення до правил, законів	– культура універсальних істин; – культура індивідуальних істин.
2.4	Відношення до колективізму/індивідуалізму	– індивідуалістські; – колективістські.
2.5	За ступенем розмежовування особистого та публічного життя	– низькоконтекстні; – висококонтекстні .
2.6	За визначенням статусу особистості	– орієнтовані на соціальне походження; – орієнтовані на заслуги.
2.7	За ступенем прояву емоцій	– нейтральні; – емоційні.

Продовження таблиці 1

1	2	3
3	Класифікація ділових культур за А. Клуххоном та Ф. Стротдбеком	
3.1	Відношення до природи	– панування людини над природою; – гармонія людини з природою; – підкоряння людини природі.
3.2	Відношення до часу	– орієнтація на минуле; – орієнтація на теперішнє; – орієнтація на майбутнє.
3.3	Відношення до колективізму/індивідуалізму	– індивідуалістські; – колективістські.
3.4	Природа людини	– людина – джерело пороку, носій зла; – людина – джерело добродійності, добра; – в людях суміщається добро та зло.
3.5	Відношення до життя та діяльності	– націленість на активну діяльність; – орієнтованість на життя в усіх його проявах; – баланс між особистим життям та професійною діяльністю.
4	Класифікація ділових культур за С. Роненом та О. Шенкаром	
4.1	Подібність культурних цінностей	– англомовна група; – скандинавська група; – германська група; – латиноєвропейська група; – латиноамериканська група; – близькосхідна група; – тихоокеанська група; – арабська група; – така, що не належить до жодної групи цієї класифікації.
5	Класифікація ділових культур за Г. Хофстідом	
5.1	Дистанція влади	– маленька; – велика.
5.2	Відношення до колективізму/індивідуалізму	– індивідуалістські; – колективістські.
5.3	За розподілом ролей в суспільстві	– маскулінна (мужня) ; – фемінна (жіноча).
5.4	Ступінь неприйняття невизначеності	– низький; – високий.
5.5	Часова орієнтація	– довгострокова; – короткострокова.

**Завдання 3.** Вивчить й опишіть особливості ділової культури двох країн (за варіантом). Теоретичний матеріал розрахунково-графічної роботи має бути викладений стисло, логічно.

**Завдання 4.** Знання культурного контексту може допомогти при взаємодії з іноземними діловими партнерами. Одним з ефективних інструментів, що дозволяє прогнозувати й аналізувати проблеми, пов'язані з міжкультурними відмінностями в бізнесі, є модель Хофстіда, яка описує ділові культури за допомогою числових показників.

Відобразіть графічно індекси культур двох країн (за варіантом). Виявіть основні конфліктні області, опишіть основні проблеми, які, на вашу думку, можуть виникати при діловому співробітництві представників двох країн, зазначте шляхи оптимізації процесу взаємодії (попередження та подолання проблем міжкультурної взаємодії).

**Приклад.** Припустимо, планується співробітництво бізнесменів двох різних культур. Взаємодія є дуже важливою для обох сторін, тому неможливо допущення будь-яких проблем. Необхідно передбачити всі можливі труднощі, які можуть виникнути в процесі співробітництва через різницю культур.

З метою визначення області виникнення непорозумінь, пропонуємо визначити числові показники за чотирма параметрами моделі Хофстїда для обох країн-партнерів (за даними табл/ 2).

Таблиця 2 – Числові показники за чотирма параметрами моделі Хофстїда для країн-партнерів

Індекс	Країна 1	Країна 2
Індивідуалїзм/колективїзм	37	91
Маскулїнність/фемїнність	48	62
Уникання невизначеності	40	46
Дистанція влади	34	40

Після цього необхідно побудувати графік за значеннями індексів (рис. 1), зробити висновки.

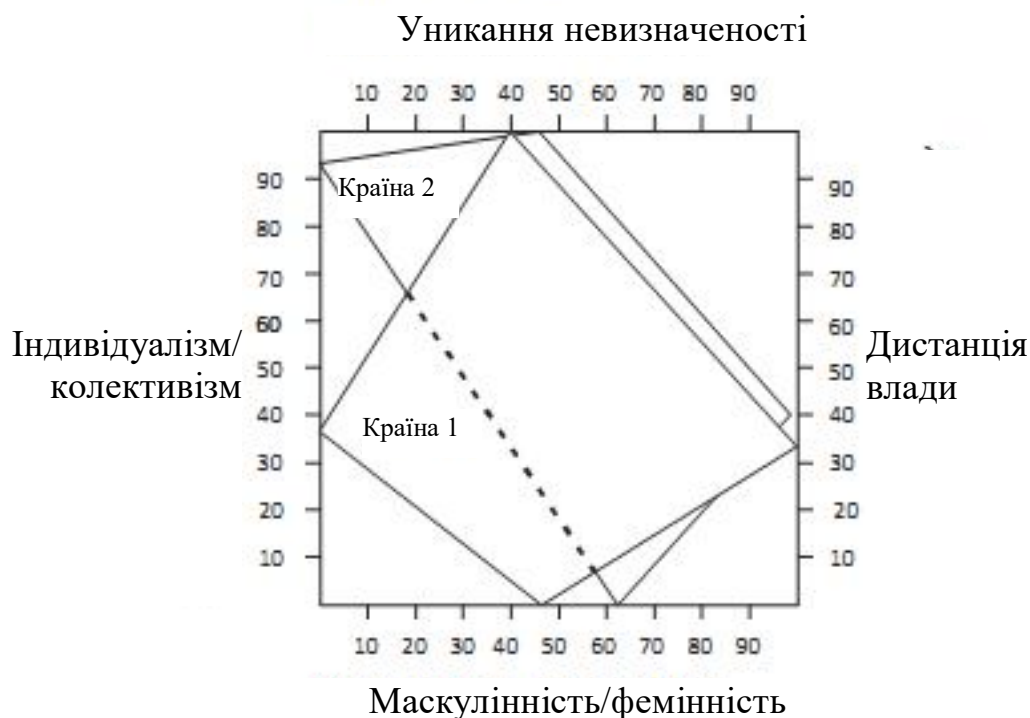


Рисунок 1 – Графічне зображення індексів культури двох країн

**Завдання 5.** Користуючись джерелами Internet (винятково науковими статтями) проаналїзувати культуру України за параметрами Хофстїда.



## 4 ВИХІДНІ ДАНІ ДО РОЗРАХУНКОВО-ГРАФІЧНОЇ РОБОТИ

### 4.1 Завдання за варіантами

Завдання згідно варіанту наведено у таблиці 3.

Таблиця 3 – Завдання за варіантами

Варіант	Країни ділових партнерів	Варіант	Країни ділових партнерів
1	КАНАДА-ФІНЛЯНДІЯ	16	БРАЗИЛІЯ-ГОНКОНГ
2	ПІВДЕННА КОРЕЯ-США	17	ШВЕЦІЯ-ШВЕЙЦАРІЯ
3	ЯПОНІЯ-ІНДІЯ	18	ІТАЛІЯ-ІНДІЯ
4	ІЗРАЇЛЬ-ІНДОНЕЗІЯ	19	ІТАЛІЯ-ІСПАНІЯ
5	НІМЕЧЧИНА-ЯПОНІЯ	20	ФРАНЦІЯ-ІНДІЯ
6	МЕКСИКА-НОРВЕГІЯ	21	ФРАНЦІЯ-ШВЕЙЦАРІЯ
7	ТУРЕЧЧИНА-ДАНІЯ	22	АВСТРІЯ-ЕКВАДОР
8	ЯПОНІЯ-РОСІЯ	23	ЮГОСЛАВІЯ-НОРВЕГІЯ
9	ВЕЛИКОБРИТАНІЯ-ЯПОНІЯ	24	БРАЗИЛІЯ-ІРАН
10	РОСІЯ-ІНДІЯ	25	ІЗРАЇЛЬ-США
11	ІСПАНІЯ-НОРВЕГІЯ	26	ПОРТУГАЛІЯ-ДАНІЯ
12	ПАКИСТАН-США	27	МЕКСИКА-ІЗРАЇЛЬ
13	АВСТРАЛІЯ-СІНГАПУР	28	ІСПАНІЯ-ГРЕЦІЯ
14	НОРВЕГІЯ-АВСТРІЯ	29	ГРЕЦІЯ-ІНДІЯ
15	НІМЕЧЧИНА -АРАБСЬКІ КРАЇНИ	30	США-ФІНЛЯНДІЯ

### 4.2 Інформаційний матеріал

#### Виміри Культури (за Хофстідом):

**1. Дистанція влади (power distance, PDI)** (табл. 6) – ступінь нерівності між людьми, яку населення даної країни вважає припустимим або нормальним. При цьому низький ступінь характеризується відносною рівністю в суспільстві, а високий – навпаки.

Таблиця 6 – Індекс дистанції влади (ІДВ)

Країна (регіон)	ІДВ	Країна (регіон)	ІДВ	Країна (регіон)	ІДВ	Країна (регіон)	ІДВ
Малайзія	104	Франція	68	Іран	58	Німеччина	35
Гватемала	95	Гонконг	68	Тайвань	58	Велика Британія	35
Панама	95	Колумбія	67	Іспанія	57	Швейцарія	34
Філіппіни	94	Сальвадор	66	Пакистан	55	Фінляндія	33
Мексика	81	Туреччина	66	Японія	54	Норвегія	31
Венесуела	81	Бельгія	65	Італія	50	Швеція	31
Арабські країни	80	Східна Африка	64	Аргентина	49	Ірландія	28
Еквадор	78	Перу	64	Південна Африка	49	Нова Зеландія	22
Індонезія	78	Таїланд	64	Ямайка	45	Данія	18
Індія	77	Чилі	63	США	40	Ізраїль	13
Західна Африка	77	Португалія	63	Канада	39	Австрія	11
Югославія	76	Уругвай	61	Нідерланди	38		
Сінгапур	74	Греція	60	Австралія	36		
Бразилія	69	Південна Корея	60	Коста-Ріка	35		

**2. Індивідуалізм** (табл. 5) – характеристика суспільства, у якому зв'язок між індивідами незначний, кожний опікується, насамперед, про себе й свою сім'ю.

**Колективізм** – характеристика суспільства, у якому люди від народження ростуть і розвиваються в згуртованих групах. Ці групи опікуються й оберігають своїх членів в обмін на суцільну лояльність.

Таблиця 5 – Індекс ідивідуалізму (ІІ)

Країна (регіон)	ІІ	Країна (регіон)	ІІ	Країна (регіон)	ІІ	Країна (регіон)	ІІ
США	91	Німеччина	67	Уругвай	36	Південна Корея	18
Австралія	90	Південна Африка	65	Греція	35	Тайвань	17
Велика Британія	89	Фінляндія	63	Філіппіни	32	Перу	16
Канада	80	Австрія	55	Мексика	30	Коста-Ріка	15
Нідерланди	80	Ізраїль	54	Східна Африка	27	Пакистан	14
Нова Зеландія	79	Іспанія	51	Югославія	27	Індонезія	14
Італія	76	Індія	48	Португалія	27	Колумбія	13
Бельгія	75	Японія	46	Малайзія	26	Венесуела	12
Данія	74	Аргентина	46	Гонконг	25	Панама	11
Швеція	71	Іран	41	Чилі	23	Еквадор	8
Франція	71	Ямайка	39	Західна Африка	20	Гватемала	6
Ірландія	70	Бразилія	38	Сінгапур	20		
Норвегія	69	Арабські країни	38	Таїланд	20		
Швейцарія	68	Туреччина	37	Сальвадор	19		

3. Показники **мужність (маскулінність) і жіночність (фемінність)** (табл. 6) – відображають те, як люди даної культури ставляться до цінностей типу «наполегливість» і «самовпевненість», «високий рівень роботи», «успіх і конкуренція», які асоціюються майже у всіх країнах з роллю чоловіка. Ці цінності відрізняються від фемінних (жіночих) цінностей типу «життєві зручності», «підтримка теплих особистих відносин», «турбота про слабких і солідарність», які асоціюються переважно з роллю жінки. Ці індекси свідчать про перевагу в суспільстві зразків поведінки, притаманних представникам чоловічої або жіночої статі. У всіх країнах роль жінки відрізняється від ролі чоловіка, але в «жорстких» суспільствах ця відмінність більше, ніж в «ніжних».

**Фемінна (жіноча) культура** – культура суспільства, у якому традиційно відмінність статевих ролей несуттєва.

**Маскулінна (мужня) культура** – культура, у якій традиційно ролі чоловіків і жінок чітко розділені.

Таблиця 6 – Індекс мужності (ІМ)

Країна (регіон)	ІМ	Країна (регіон)	ІМ	Країна (регіон)	ІМ	Країна (регіон)	ІМ
Японія	95	США	62	Ізраїль	47	Гватемала	37
Австрія	79	Австралія	61	Індонезія	46	Таїланд	34
Венесуела	73	Нова Зеландія	58	Західна Африка	46	Португалія	31
Італія	70	Греція	57	Туреччина	45	Чилі	28
Швейцарія	70	Гонконг	57	Тайвань	45	Фінляндія	26
Мексика	69	Аргентина	56	Панама	44	Югославія	21
Ірландія	68	Індія	56	Іран	43	Коста-Ріка	21
Ямайка	68	Бельгія	54	Франція	43	Данія	16
Велика Британія	66	Арабські країни	53	Іспанія	42	Нідерланди	14
Німеччина	66	Канада	52	Перу	42	Норвегія	8
Філіппіни	64	Малайзія	50	Східна Африка	41	Швеція	5
Колумбія	64	Пакистан	50	Сальвадор	40		
Південна Африка	63	Бразилія	49	Південна Корея	39		
Еквадор	63	Сінгапур	48	Уругвай	38		

**4. Уникання невизначеності** (табл. 7) – ступінь дискомфорту, який випробовують люди, що належать до даного суспільства, перед невідомими або невизначеними обставинами.

Таблиця 7 – Індекс уникання невизначеності (ІУН)

Країна (регіон)	ІУН	Країна (регіон)	ІУН	Країна (регіон)	ІУН	Країна (регіон)	ІУН
Греція	112	Аргентина	86	Німеччина	65	США	46
Португалія	104	Туреччина	85	Таїланд	64	Філіппіни	44
Гватемала	101	Південна Корея	85	Іран	59	Індія	40
Уругвай	100	Мексика	82	Фінляндія	59	Малайзія	36
Бельгія	94	Ізраїль	81	Швейцарія	58	Велика Британія	35
Сальвадор	94	Колумбія	80	Західна Африка	54	Ірландія	35
Японія	92	Венесуела	76	Нідерланди	53	Гонконг	29
Югославія	88	Бразилія	76	Східна Африка	52	Швеція	29
Перу	87	Італія	75	Австралія	51	Данія	23
Франція	86	Пакистан	70	Норвегія	50	Ямайка	13
Чилі	86	Австрія	70	Південна Африка	49	Сінгапур	8
Іспанія	86	Тайвань	69	Нова Зеландія	49		
Коста-Ріка	86	Арабські країни	68	Індонезія	48		
Панама	86	Еквадор	67	Канада	48		

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ботвина Н. В. Міжнародні культурні традиції: мова та етика ділової комунікації: навч. посібник / Н. В. Ботвина. – Київ : АртЕк, 2008.
2. Власова Т. И. Профессиональное и деловое общение в сфере туризма / Т. И. Власова, М. М. Данилова, А. П. Шарухин. – СПб. : ДАРК, 2005.
3. Герчикова И. Л. Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики / И. Л. Герчикова. – М. , 2002.
4. Гойхман О. Я. Основы речевой коммуникации / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина. – М. : Инфра-М., 1997.
5. Громова Н. М. Межкультурное деловое общение в сфере межнационального сотрудничества/ Н. М. Громова. – Режим доступа: [http:// www. hrm. ru /db/ hrm/category.html](http://www.hrm.ru/db/hrm/category.html)
6. Грушевицкая Т. Г. Основы межкультурной коммуникации / Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков, А. Л. Садохин. – М. , 2002.
7. Емельянов Ю. Н. Обучение паритетному диалогу / Ю. Н. Емельянов. – Л. , 1991.
8. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей / Д. Карнеги. – М. : Комета, 1990.
9. Калтунова М. В. Язык делового общения / М. В. Калтунова. – М. : Экономика, 2000.
10. Куницына В. Н. Межличностное общение / В. Н. Куницына, Н. В. Казаринова, В. М. Погольша. – СПб. : Питер, 2001.
11. Морозов В. Корпоративная книга сценариев (стандартов) продаж [Электронный ресурс] / В. Морозов. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>
12. Седова Л. Н. Национальные особенности ведения деловых переговоров / Л. Н. Седова. – Харьков : ХГЭУ, 2002.
13. Соловйова Р. П. Міжнародний досвід ділового спілкування/ Р. П. Соловйова, Ю. М. Соловйова [Електронний ресурс]. – Режим доступа: [http://archive.nbu.gov.ua/ portal/soc\\_gum/vdnuet/gum/2009\\_2/19.pdf](http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/vdnuet/gum/2009_2/19.pdf)
14. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера : навч. посібник / Г. Л. Чайка. – Київ : Знання, 2005.
15. Юхименко П. І. Міжнародний менеджмент/ П. І. Юхименко. – Київ : Знання, 2005.

*Виробничо-практичне видання*

Методичні рекомендації  
до виконання розрахунково-графічної роботи  
з навчальної дисципліни

**«ПРОФЕСІЙНА КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ»**

*(для студентів всіх форм навчання спеціальностей  
241 – Готельно-ресторанна справа, 242 – Туризмознавство)*

Укладач **АЛЕКСАНДРОВА** Світлана Анатоліївна

Відповідальний за випуск *Л. В. Оболенцева*

*За авторською редакцією*

Комп'ютерне верстання *І. В. Волосожарова*

План 2020, поз. 293 М.

---

Підп. до друку 04.12.2020. Формат 60 × 84/16.  
Друк на ризографі. Ум. друк. арк. 0,8.  
Тираж 50 пр. Зам. № .

Видавець і виготовлювач:  
Харківський національний університет  
міського господарства імені О. М. Бекетова,  
вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002.  
Електронна адреса: [rectorat@kname.edu.ua](mailto:rectorat@kname.edu.ua)  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:  
ДК № 5328 від 11.04.2017.