**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

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

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

до організації самостійної роботи,
проведення практичних занять
з навчальної дисципліни

# «КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ СЕРВІСІ»

*(для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальності 241 – Готельно-ресторанна справа)*

**Харків**
**ХНУМГ ім. О. М. Бекетова**
**2022**

Методичні рекомендації до організації самостійної роботи, проведення практичних занять з навчальної дисципліни «Комунікаційні технології в готельно-ресторанному сервісі» конспект лекцій для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальності 241 – Готельно-ресторанна справи / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова ; уклад. С. А. Александрова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. – 21 с.

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

Рецензент

**І. М. Писаревський**, доктор економічних наук, професор кафедри туризму і готельного господарства (Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова)

*Рекомендовано кафедрою туризму та готельного господарства, протокол № 15 від 08 травня 2022 р.*

## ЗМІСТ

ВСТУП…….……..…. 4

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОМУНІКАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ГОТЕЛЬНОМУ І РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ ……..….. 5

Тема 1 Комунікаційні технології: сутність та основні поняття…… 5

Тема 2 Бар'єри комунікації……..… 7

Тема 3 Техніка успішної взаємодії зі споживачами послуг та діловими партнерами підприємств готельно-ресторанного сервісу…... 8

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2 ОСОБЛИВОСТІ ТА ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ МІЖОСОБИСТІСНИХ КОМУНІКАЦІЙ В ГОТЕЛЬНОМУ І РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ…….…. 8

Тема 4 Внутрішні комунікації на підприємствах готельно-ресторанного сервісу…….…… 8

Тема 5 Форми та технології комунікативної діяльності керівників підприємств готельно-ресторанного сервісу…….…….…. 12

Тема 6 Ситуації, що ускладнюють процес комунікації…….…... 13

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3 МІЖКУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ В ГОТЕЛЬНОМУ І РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ…….…… 14

Тема 7 Міжкультурні комунікації…….…….…. 14

Тема 8 Співставлення культур світу……..…. 15

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ…….....……..... 19

# ВСТУП

Проблема підготовки фахівців, конкурентоздатних як на вітчизняному, так і на ще вимогливішому світовому ринку праці, є однією з найактуальніших у сучасній вищій школі України. Значною мірою це стосується підготовки фахівців готельно-ресторанного сервісу.

Ділові зустрічі, участь у виставках, конференціях, симпозіумах, робота з туристами як гідів, керуючих й аніматорів у готелях, на базах відпочинку і в санаторіях потребують від працівників не тільки загальних і спеціальних знань, професійної грамотності, а й уміння організовувати та вести ефективні комунікації.

Процес викладання дисципліни «Комунікаційні технології в готельно-ресторанному сервісі» спрямований на набуття знань, умінь, навичок, ціннісних установок і компетенцій щодо комунікацій в секторі готельно-ресторанного господарства: ознайомлення студентів із сутністю й аспектами ділової професійної взаємодії, психологічними особливостями споживачів послуг готельно-ресторанного господарства, підготовка студентів до ефективних професійних міжособистісних комунікацій, у тому числі міжкультурних.

Методика вивчення дисципліни базується на поєднанні лекцій, практичних занять, що передбачають вирішення поточних завдань, аналіз конкретних ситуацій, ділові ігри, тестування і самостійної позааудиторної роботи студентів.

# ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1
# ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОМУНІКАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ГОТЕЛЬНОМУ І РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

## Тема 1 Комунікаційні технології: сутність та основні поняття

### Питання для обговорення

1. Сутність комунікаційних технологій, їх значення для готельно-ресторанного сервісу.
2. Професійно-комунікативна компетентність фахівців готельно-ресторанного господарства: складання профілю.
3. Етапи процесу комунікації.
4. Канали комунікації та їх особливості.
5. Типи невербальної комунікації.

### Питання для самостійного опрацювання

1. Комунікації в готельно-ресторанному сервісі.
2. Поняття «суб’єкт» та «об’єкт» професійних комунікацій в готельно-ресторанному сервісі.
3. Функціональна готовність працівників підприємств готельно-ресторанного сервісу до ефективних професійних комунікацій.
4. Психологічні компоненти процесу комунікації.
5. Особливості невербальних комунікацій.
6. Професійна мова спілкування.
7. Особливості професійного й ділового спілкування в готельно-ресторанному сервісі.
8. Фахівець підприємства готельно-ресторанного сервісу як суб’єкт ділового спілкування.

9. Ділове спілкування в готельно-ресторанному сервісі: сутність та об’єктивні потреби у розвитку.

10. Огляд наук, які досліджують різні аспекти спілкування.

11. Особливості письмової ділової мови.

12. Особливості опосередкованого спілкування (по телефону, електронною поштою).

## Завдання

1. Існують різні точки зору із приводу співвідношення понять «комунікація» і «спілкування», «компетентність» і «компетенція». У таблиці 1 представлені основні підходи до співвідношення цих термінів.

Використовуючи різну літературу, статті, ресурси Інтернет, заповніть таблицю (впишіть у неї по три визначення із вказівкою автора й джерела інформації). Після заповнення таблиці сформулюйте власну думку з приводу співвідношення запропонованих понять, оформіть її у вигляді висновків.

Таблиця 1 – Співвідношення понять «комунікація» і «спілкування», «компетентність» і «компетенція»

| Визначення, автор | | Джерело інформації (автор, наукова стаття, посилання) |
|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 |
| 1. Співвідношення понять «комунікація», «спілкування» | | |
| 1.1 «Комунікація» – поняття більш широке ніж «спілкування» | | |
| 1 | | |
| 2 | | |
| 3 | | |
| 1.2 «Спілкування» – поняття більш широке ніж «комунікація» | | |
| 1 | | |
| 2 | | |
| 3 | | |
| 1.3 «Комунікація» і «спілкування» – рівнозначні поняття | | |
| 1 | | |
| 2 | | |
| 3 | | |

Продовження таблиці 1

| 1 | 2 | 3 |
|---|---|---|
| 2 Співвідношення понять «компетентність», «компетенція» | | |
| 2.1 «Компетентність» – поняття більш широке ніж «компетенція» | | |
| 1 | | |
| 2 | | |
| 3 | | |
| 2.2 «Компетенція» – поняття більш широке ніж «компетентність» | | |
| 1 | | |
| 2 | | |
| 3 | | |
| 2.3 «Компетентність»і . «компетенція» – рівнозначні поняття | | |
| 1 | | |
| 2 | | |
| 3 | | |

2. Для перевірки ступеня володіння професійною термінологією складіть кросворд з професійних термінів.

## Тема 2 Бар’єри комунікації

### Питання для обговорення

1. Критерії ефективної комунікацій.

2. Бар’єри комунікації з якими стикаються в готельно-ресторанному сервісі.

3. Транзактний аналіз (Е.Берн).

### Питання для самостійного опрацювання

1. Теорія транзактного аналізу.

2. Конструктивна та деструктивна критика.

3. Нейролінгвістичне програмування.

4. Репрезентативні системи.

## Завдання

1. Користуючись досвідом професійного спілкування, додатковою літературою визначте, які комунікативні бар'єри виникають найчастіше в процесі професійної діяльності в готельно-ресторанному сервісі, які їх причини.

2. Сформулюйте правила, які допоможуть запобігти виникненню комунікативних бар'єрів або усунути їх, якщо вони виникли. Результати оформіть у вигляді таблиці 2.

Таблиця 2 – Бар'єри комунікації в готельно-ресторанному сервісі

| Вид бар'єру (проблема взаємодії) | Причина виникнення | Шляхи попередження та подолання |
|---|---|---|
| Взаємодія «споживач – фахівець підприємства» | | |
| | | |
| Взаємодія «фахівець – фахівець (в рамках одного підприємства)» | | |
| | | |
| Взаємодія «фахівець – діловий партнер (вітчизняний)» | | |
| | | |
| Взаємодія «фахівець – діловий партнер (іноземний)» | | |
| | | |

## Тема 3 Техніка успішної взаємодії зі споживачами послуг та діловими партнерами підприємств готельно-ресторанного сервісу

### Питання для обговорення

1. Етапи взаємодії зі споживачами послуг в готельно-ресторанному сервісі та стратегії їх мотивування

2. Корпоративна книга сценаріїв продажів в готельно-ресторанному сервісі

## Питання для самостійного опрацювання

1. Маніпулятивні прийоми ведення ділових переговорів.
2. Гендерні, вікові, характерологічні, етнічні особливості в психології споживачів підприємств готельно-ресторанного сервісу у ході ділового спілкування.
3. Порівняльна характеристика споживачів підприємств готельно-ресторанного сервісу в Україні й в інших країнах світу.
4. Вимоги до публічного виступу.
5. Вивчення співрозмовника за його манерою поведінки.
6. Аналіз різних типів співрозмовників та рекомендації щодо взаємодії з ними.
7. Створення корпоративної книги сценаріїв продаж: вигоди и технологія.
8. Імідж ділової людини.
9. Діловий етикет: історія виникнення та сучасні тенденції.
10. Види протокольних заходів та правила поведінки на них.
11. Подарунки та сувеніри для ділових партнерів.
12. Розробка стратегії ділових переговорів з урахуванням різниці культур.
13. Національні традиції та манери за столом.
14. Гумор в міжнародному бізнесі.
15. Стиль обговорення питань на переговорах у представників різних національностей.
16. Мова рухів, жестів, міміки на ділових переговорах.
17. Український стиль ведення ділових переговорів.

## Завдання

1. На основі досвіду проходження виробничої практики провести дослідження з вивчення питання:

– функціональної готовності працівника готельно-ресторанного сервісу до ефективної професійної діяльності;

– типи споживачів послуг готельно-ресторанного сервісу;

– психологія колективу підприємств готельно-ресторанного сервісу.

2. Розробити письмово презентацію готелю, ресторану, послуги, страви.

3. Проаналізуйте діяльність менеджерів підприємств готельно-ресторанного сервісу як предмета професійного і ділового спілкування.

4. Скласти план підготовки та проведення переговорів з актуального для підприємства питання.

5. Скласти корпоративну книгу сценаріїв (стандартів) продажів

Орієнтовний зміст корпоративної книги сценаріїв продажів:

Розділ 1 Підготовка до продажу й спілкування з клієнтом.

1.1 Зовнішній вигляд фахівця підприємства. Фірмовий стиль.

1.2 Джерела інформації про клієнта. Картотека бази клієнтів: клієнти ключові, реальні, перспективні, імовірні, потенційні.

1.3 Сценарій зустрічі.

Розділ 2 Переговори по телефону.

2.1 Стандарти проведення телефонних переговорів.

2.2 Фрази-кліше під час спілкування із клієнтом по телефону.

Розділ 3. Встановлення контакту.

3.1 Вплив невербальної поведінки.

3.2. Стандарти встановлення вербального контакту.

Розділ 4 Збір інформації. Виявлення потреб клієнта.

4.1 Питання-кліше для виявлення потреб клієнта.

4.2 Кліше активного слухання.

Розділ 5 Презентація й робота з запереченнями.

5.1 Унікальні конкурентні переваги компанії.

5.2 Факти, що викликають інтерес і повагу до компанії.

5.3 Унікальні конкурентні переваги продукту.

5.4 Кліше презентації товару.

5.5 Переведення питань, сумнівів, заперечень споживача в його потребу.

5.6 Стандарт роботи фахівця із сумнівами й запереченнями споживача.

5.7 Питання, які найбільш часто задають споживачі та варіанти відповідей на них.

5.8 Заборонені фрази й висловлення.

Розділ 6 Завершення угоди, продажу товару.

6.1 Фрази-кліше про домовленість наступних дій.

6.2 Фрази-кліше на етапі завершення контакту.

Розділ 7 Посадові інструкції.

Розділ 8 Робота з документами первинної бухгалтерії.

8.1 Порядок укладання договору.

## ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2
## ОСОБЛИВОСТІ ТА ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ МІЖОСОБИСТІСНИХ КОМУНІКАЦІЙ В ГОТЕЛЬНОМУ І РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

### Тема 4 Внутрішні комунікації на підприємствах готельно-ресторанного сервісу

#### Питання для обговорення

1. Види організаційних комунікацій. Комунікаційні мережі.
2. Управління комунікаціями в організації.

## Питання для самостійного опрацювання

1. Управління інформаційними потоками в організації.
2. Фактори, що впливають на ефективність комунікаційних процесів.
3. Оцінки ефективності системи внутрішніх комунікацій.
4. Комунікаційні ролі в організації.
5. Принципи управління персоналом.
6. Формування та управління професійною командою.
7. Управління формуванням організаційних комунікацій на підприємствах готельно-ресторанного сектору.

## Завдання

1. Охарактеризуйте комунікації в кожному з існуючих типів організаційної структури підприємства, можливе співвідношення між формальними та неформальними комунікаціями; складнощі, які можуть виникати при організації комунікації в кожній оргструктурі, шляхи їх подолання або попередження.

# Тема 5 Форми та технології комунікативної діяльності керівників підприємств готельно-ресторанного сервісу

## Питання для обговорення

1. Ділова бесіда: основні завдання та етапи.
2. Прийняття рішень та ведення комунікацій керівником.

### Питання для самостійного опрацювання

1. Організаційна культура як управлінський ресурс керівника.
2. Концепції організаційної поведінки.
3. Влада та ділова політика.
4. Управління  та лідерство в організації.

## Тема 6 Ситуації, що ускладнюють процес комунікації в готельно-ресторанному сервісі

### Питання для обговорення

1. Конфлікти в готельно-ресторанному сервісі.
2. Професійні стреси в готельно-ресторанному сервісі.
3. Професійні деформації.

### Питання для самостійного опрацювання

1. Шляхи подолання стресів.
2. Професійні деформації фахівців підприємств готельно-ресторанного сервісу.
3. Розвиток функціональної готовності працівників готельно-ресторанного сервісу до ефективного  професійного й ділового спілкування.
4. Психологічна характеристика колективу підприємства готельно-ресторанного сервісу.
5. Професійне спілкування як фактор формування здорового морально-психологічного клімату підприємства готельно-ресторанного сервісу.
6. Професійне спілкування як фактор професійного й особистісного розвитку працівників.
7. Шляхи  професійної реабілітації.

### Завдання

1. Поміркуйте, які спеціальності, посади на підприємствах готельно-ресторанного сервісу є найбільш стресовими.

2. З якими різновидами стресу стикаються працівники підприємств готельно-ресторанного сервісу.

## ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3 МІЖКУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ В ГОТЕЛЬНОМУ І РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

### Тема 7 Міжкультурні комунікації

### Питання для обговорення

1. Міжкультурна комунікація та компетентність.
2. Автостереотипи та гетеростереотипи в міжкультурних комунікаціях.

### Питання для самостійного опрацювання

1. Фактори впливу на можливість виникнення та силу культурного шоку або культурної адаптації.
2. Сприйняття в міжкультурній комунікації.

### Завдання

1. Практична вправа «Культурний шок і культурна адаптація». Запропонуйте перелік типових причин виникнення культурного шоку у працівників міжнародної компанії (10–15 причин), які переведені на нове місце в інше культурне середовище й запропонуйте засоби можливого подолання культурного шоку.

## Тема 8 Співставлення культур світу

### Питання для обговорення

1. Моделі міжкультурних відмінностей:

– модель Е. Холла;

– модель А. Клакхона і Ф. Стродтбека;

– модель вивчення культурних цінностей Г. Хофстеде;

– модель Р. Льюїса;

– модель Ф. Тромпенаарса.

### Питання для самостійного опрацювання

1. Особливості ведення ділових переговорів в англомовних країнах (США, Великобританія, Канада, Австралія, Нова Зеландія).

2. Особливості ведення ділових переговорів в скандинавських країнах (Норвегія, Фінляндія, Данія, Швеція).

3. Особливості ведення ділових переговорів в германських країнах (Німеччина, Австрія, Швейцарія).

4. Особливості ведення ділових переговорів в латино європейських країнах ( Португалія, Іспанія, Італія, Франція, Бельгія).

5. Особливості ведення ділових переговорів в латиноамериканських країнах (Перу, Мексика, Аргентина, Чилі, Венесуела, Колумбія).

6. Особливості ведення ділових переговорів в країнах Близького Сходу (Греція, Іран, Туреччина).

7. Особливості ведення ділових переговорів в тихоокеанських країнах (Китай, Гонконг, Тайвань, Корея, Індонезія, Малайзія, Філліпини, Сінгапур, В’єтнам).

8. Особливості ведення ділових переговорів в арабських країнах (Бахрейн, Кувейт, Саудівська Аравія, ОАЕ).

9. Особливості ведення ділових переговорів в інших країнах, які не відносяться ні до жодної групи класифікації країн, розробленої С.Роненом та О.Шенкаром (Японія, Ізраїль, Індія, Бразилія).

10.Невербальні особливості поведінки представників різних країн світу.

11.Ступінь дотримання протоколу на переговорах у представників різних національностей

**Завдання**

1. Використовуючи літературу, ресурси Інтернет, проаналізуйте основні класифікації ділових культур.

2. Використовуючи дані табл. 3, відберіть з запропонованих характеристик ті, які відповідають країнам (країни обрати згідно варіанту розрахунково-графічної роботи), прокоментуйте свій вибір.

Таблиця 3 − Класифікація ділових культур

| № з/п | Характеристика | Можливі варіанти |
|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | Класифікація ділових культур по Р. Льюісу | |
| 1.1 | Організація діяльності особистості у часі | – моноактивні,<br>– поліактивні,<br>– реактивні. |
| 1.2 | Спосіб використання часу | – монохронні,<br>– поліхронні |
| 1.3 | Ступінь пунктуальності | – пунктуальні,<br>– непунктуальні |
| 1.4 | Ступінь орієнтованості на діалог | – орієнтовані на діалог,<br>– орієнтовані на безособистісний збір інформації |
| 1.5 | Організація особистісного простору | – контактні,<br>– дистантні |
| 1.6 | Сприйняття часу | – лінійне,<br>– суб’єктивне,<br>– циклічне |

Продовження таблиці 3

| 1 | 2 | 3 |
|---|---|---|
| 2 | Класифікація ділових культур за Ф. Тромпенаарсом | |
| 2.1 | Відношення до часу | – послідовне,<br>– синхронне |
| 2.2 | Відношення до природи | – природа підкоряється людині,<br>– людина є частиною природи |
| 2.3 | Відношення до правил, законів | – культура універсальних істин,<br>– культура індивідуальних істин |
| 2.4 | Відношення до колективізму/індивідуалізму | – індивідуалістські,<br>– колективістські |
| 2.5 | За ступенем розмежовування особистого та публічного життя | – низькоконтекстні,<br>– висококонтекстні |
| 2.6 | За визначенням статусу особистості | – орієнтовані на соціальне походження,<br>– орієнтовані на заслуги |
| 2.7 | За ступенем прояву емоцій | – нейтральні,<br>– емоційні |
| 3 | Класифікація ділових культур за А.Клукхоном та Ф. Стротдбеком | |
| 3.1 | Відношення до природи | – панування людини над природою,<br>– гармонія людини з природою,<br>– підкоряння людини природі |
| 3.2 | Відношення до часу | – орієнтація на минуле,<br>– орієнтація на теперішнє,<br>– орієнтація на майбутнє |
| 3.3 | Відношення до колективізму/індивідуалізму | – індивідуалістські,<br>– колективістські |
| 3.4 | Природа людини | – людина – джерело пороку, носій зла,<br>– людина – джерело добродійності, добра,<br>– в людях суміщається добро та зло |
| 3.5 | Відношення до життя та діяльності | – націленість на активну діяльність,<br>– орієнтованість на життя в усіх його проявах,<br>– баланс між особистим життям та професійною діяльністю |

Продовження таблиці 3

| 1 | 2 | 3 |
|---|---|---|
| 4 | Класифікація ділових культур за С.Роненом та О.Шенкаром | |
| 4.1 | Подібність культурних цінностей | – англомовна група<br>– скандинавська група<br>– германська група<br>– латиноєвропейська група<br>– латиноамериканська група<br>– близькосхідна група<br>– тихоокеанська група<br>– арабська група<br>– така, що не належить до жодної групи даної класифікації |
| 5 | Класифікація ділових культур за Г.Хофстідом | |
| 5.1 | Дистанція влади | – маленька<br>– велика |
| 5.2 | Відношення до колективізму/індивідуалізму | – індивідуалістські<br>– колективістські |
| 5.3 | За розподілом ролей в суспільстві | – маскулінна (мужня)<br>– фемінна (жіноча) |
| 5.4 | Ступінь неприйняття невизначеності | – низький<br>– високий |
| 5.5 | Часова орієнтація | – довгострокова<br>– короткострокова |

3. Вивчить й опишіть особливості ділової культури двох країн. Відобразіть графічно індекси культур двох країн (за класифікацією Хофстіда). 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).

4. Користуючись джерелами Internet (винятково науковими статтями) проаналізувати культуру України за параметрами Хофстіда.

# СПИСОК ДЖЕРЕЛ


1. Александрова С. А. Професійно-комунікативна компетентність (в туризмі) / С. А. Александрова, І. М. Писаревський ; Харків. нац. акад. міськ. госп-ва. – Харків : ХНАМГ, 2010. – 228 с.

2. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: монографія /

2. №4(239). - С. 5-9., 2012 2. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: монографія / Бебик В.М. – Київ: МАУП, 2015. – 438 с.
Бебик В.М. – Київ: МАУП, 2015. – 438 с.

3. Боденхамер Б. НЛП-практик: полный сертификационный курс. Учебник магии НЛП / Б. Боденхамер, М. Холл. – СПб. : Прайм-Еврознак, 2005. – 510 с.

4. Власова Т. И. Профессиональное и деловое общение в сфере туризма : учеб. пособие / Т. И. Власова, М. М. Данилова, А. П. Шарухин. – СПб. : Д.А.Р.К., 2009. – 288 с.

5. Волкова Н. П. Професійно-педагогічна комунікація: теорія, технологія, практика : монографія / Н. П. Волкова. – Донецьк : Вид-во ДНУ, 2005. – 304 с.

6. Денисюк С.Г. Комунікологія : навч. посібник / С. Г. Денисюк. – Вінниця : ВНТУ, 2015. – 102 с.

7. Кеннеди Г. Переговоры: полный курс / Г. Кеннеди. – М. : Альпина Паблишер, 2012. – 388 с.

8. Наумік К. Г. Комунікаційні мережі як інструмент ефективного управління / К. Г. Наумік, Шафер Н. М. // Збірник наукових статей Харківського національного економічного університету. – № 10 (107). – 2011. – С. 180 – 182.

9. Осовська Г. В. Комунікації в менеджменті : навч. посібник / Г. В. Осовська . – Київ : Кондор, 2017. – 215 с.

10. Пушных В. А. Межкультурный менеджмент : учеб. пособие / В. А. Пушных, М. С. Ерёменко. – Томск : ТПУ, 2011. – 180 с.

11. Ричард Л. Деловые культуры в международном бизнесе: от столкновения к взаимопониманию / Л. Ричард. – М. : Дело, 2001. – 448 с.

12. Ричард Л. Столкновение культур. Путеводитель для всех, кто делает бизнес за границей / Л. Ричард. – М. : Изд. «Манн, Иванов и Фербер». – 2013. – 295 с.

13. Ричард Р. Гестеланд. Кросскультурное поведение в бизнесе. – Днепропетровск: Баланс-клуб. – 2003. – 276 с.

14. Сагер Л. Ю. Анализ теоретических основ внутрішніх комунікацій як необхідної умови ефективного управління підприємством [Електронний ресурс] / Л. Ю.Сагер. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default /files/mmi2011_1_128_136.pdf (дата звернення: 21.11.2021). – Назва з екрана.

15. Сагер Л. Ю. Науково-методичні аспекти управління комунікаціями на промисловому підприємстві [Електронний ресурс] / Л. Ю.Сагер. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/ sites/default/files/mmi2012_4_66_73.pdf (дата звернення: 21.11.2021). – Назва з екрана.

16. Слободянюк А. В. Психологія управління та конфліктологія : навч. посібник / А. В. Слободянюк, Н. О. Андрущенко. – Вінниця : ВНТУ. – 2010. – 120 с.

17. Тихомирова Є. Б. Конфліктологія та теорія переговорів : підручник / Є. Б. Тихомирова, С. Р. Постоловський. – Суми : Університетська книга. – 2017. – 239 с

18. Чернявская Т. П. Коммуникация в бизнесе: психологическая теория и практика : учеб.-метод. пособие / Т. П. Чернявская, Т. П. Висковатова. – Одесса : Одесск. национ. ун-т им. И. И. Мечникова, 2013. – 257 с.

19. Шпак Н. О. Основи комунікаційного менеджменту промислових підприємств: монографія / Н. О. Шпак. – Львів : Львівська політехніка, 2011. – 328 с.

*Виробничо-практичне видання*

Методичні рекомендації
до організації самостійної роботи, проведення практичних занять
з навчальної дисципліни

**«КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ
В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ СЕРВІСІ»**

*(для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти
всіх форм навчання зі
спеціальності 241 – Готельно-ресторанна справа)*

Укладач **АЛЕКСАНДРОВА** Світлана Анатоліївна

Відповідальний за випуск *Л. В. Оболенцева*
*За авторською редакцією*
Комп'ютерний верстання *С. А. Александрова*

План 2022, поз. 378М

Підп. до друку 13.06.2022. Формат 60 × 84/16.
Електронне видання. Ум. друк. арк. 4,5

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