

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

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

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

до проведення практичних занять

та організації самостійної роботи

з навчальної дисципліни

«КОМУНІКАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У ТУРИЗМІ»

*(для здобувачів другого (магістерського) рівня
вищої освіти всіх форм навчання
зі спеціальності 242 – Туризм)*

**Харків
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова
2023**

Методичні рекомендації до проведення практичних занять та організації самостійної роботи з навчальної дисципліни «Комунікаційний менеджмент у туризмі» (для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальності 242 – Туризм) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова ; уклад. О. І. Угоднікова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023. – 35 с.

Укладач канд. екон. наук О. І. Угоднікова

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 5 вересня 2022 р.

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Практичне заняття за темою 1 Теоретичні засади комунікаційного менеджменту. Формування базового глосарію.....	6
Самостійна робота за темою 1 Теоретичні засади комунікаційного менеджменту. Основні визначення та поняття курсу.....	6
Практичне заняття за темою 2 Управління комунікаціями в команді. Лідерство.....	9
Самостійна робота за темою 2 Етапи побудови ефективної команди.....	10
Практичне заняття за темою 3 Підготовка публічного виступу.....	13
Самостійна робота за темою 3 Сучасні та перспективні інноваційні концепції підготовки публічних виступів.....	14
Практичне заняття за темою 4 Ділове листування.....	16
Самостійна робота за темою 4 Розробка шаблону звіту відділу	16
Практичне заняття за темою 5 Електронні розсилки	18
Самостійна робота за темою 5 Розробка листа для покупців із пропозицією знижок до Нового року як оферу.....	19
Практичне заняття за темою 6 Маніпуляції та боротьба з ними.....	21
Самостійна робота за темою 6 Відпрацювання технік боротьби з маніпуляціями.....	22
Практичне заняття за темою 7 Розробка конверсійної стратегії.....	24
Самостійна робота за темою 7 Вивчення елементів конверсійних стратегій.....	25
Практичне заняття за темою 8 Розробка брендингової стратегії.....	26
Самостійна робота за темою 8 Розробка сценарію промо-ролику власного бренду в туризмі	27
Практичне заняття за темою 9 Риторика у різних країнах світу: історія, традиції, сучасні підходи	28
Самостійна робота за темою 9 Історія та інноваційні технології в публічних виступах.....	29
Практичне заняття за темою 10 Крос-культурні особливості ведення бізнесу.....	31
Самостійна робота за темою 10 Національні крос-культурні особливості.....	31
Індивідуальне завдання (розрахунково-графічна (контрольна) робота).....	34

ВСТУП

Практична робота здобувачів – це форма організації навчального процесу, під час якої здобувачі отримують практичні навички та досвід вирішення практичних завдань. Це може бути виконання різноманітних завдань, лабораторних робіт, проєктів, симуляцій та інших практичних вправ.

Самостійна робота здобувача – це форма організації навчального процесу, коли заплановані завдання виконуються здобувачем самостійно під методичним керівництвом викладача.

Мета самостійної роботи – засвоєння в повному обсязі навчальної програми та формування у здобувачів загальних і професійних компетентностей, які відіграють суттєву роль у становленні майбутнього фахівця вищого рівня кваліфікації.

Навчальний час, відведений здобувачам для практичної роботи та самостійної, визначається навчальним планом.

У ході самостійної роботи здобувач має перетворитися на активного учасника навчального процесу, навчитися свідомо ставитися до оволодіння теоретичними і практичними знаннями, вільно орієнтуватися в інформаційному просторі, нести індивідуальну відповідальність за якість власної професійної підготовки.

Практичне заняття дозволяє здобувачам не лише засвоїти теоретичні знання, а й отримати досвід їх застосування у реальних умовах. Це допомагає підвищити рівень розуміння теми, покращити навички роботи з обладнанням, програмним забезпеченням та іншими інструментами, що використовуються у вибраній галузі. Практичне заняття також дозволяє здобувачам розвивати критичне мислення, комунікаційні навички та вміння приймати рішення. Вони можуть працювати в групах, взаємодіяти з іншими здобувачами та викладачами, що сприяє формуванню колективних та індивідуальних навичок.

Необхідним елементом успішного засвоєння матеріалу навчальної дисципліни є самостійна робота здобувачів з вітчизняною та закордонною спеціальною літературою, нормативними актами, статистичними матеріалами. Основні завдання самостійної роботи, які запропоновані здобувачам для засвоєння теоретичних знань з навчальної дисципліни, наведені нижче.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ ЗА ТЕМОЮ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОМУНІКАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ.
ФОРМУВАННЯ БАЗОВОГО ГЛОСАРІЮ

План

1. Презентація теми та мети заняття.
2. Роз'яснення основних понять.
3. Розв'язання кейсів та практичних завдань, пов'язаних з темою.
4. Групова робота: створення стратегії комунікаційного менеджменту для певної компанії.
5. Обговорення результатів практичної роботи.
6. Підведення підсумків заняття та надання додаткових рекомендацій.

Завдання

Сформувати структуру глосарію дисципліни.

САМОСТІЙНА РОБОТА ЗА ТЕМОЮ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОМУНІКАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ.
ОСНОВНІ ВИЗНАЧЕННЯ ТА ПОНЯТТЯ КУРСУ

План

1. Ознайомлення з теорією комунікаційного менеджменту.
2. Поняття «Комунікація» та її типи.
3. Етапи процесу комунікаційного менеджменту.

Методика організації самостійної роботи здобувачів: здобувач під час підготовки до заняття має відповісти на такі запитання:

1. Подайте визначення термінів «Комунікаційний менеджмент», «Комунікації», «Комунікаційні технології», «Вербальна та невербальна комунікації».
2. Назвіть принципи комунікації?
3. Ознаки й особливості ефективних комунікацій.
4. Класифікація комунікацій за об'єктом, суб'єктом, видами та іншими ознаками.
5. Класифікація комунікацій у сфері туризму та рекреації.
6. Які сучасні тенденції розвитку комунікацій?
7. Сутність і завдання комунікацій у системі управління.
8. Принципи побудови комунікації в бізнесі.
9. Охарактеризуйте механізми, що можуть бути реалізовані під час побудови систем комунікації в туризмі.

Завдання

1. Проаналізувати поняття «Комунікаційний менеджмент». Як це поняття трактують різні автори? Роботу оформити у вигляді реферату.
2. Зробити глосарій основних визначень.

Рекомендовані джерела

1. Богомаз К. Ю. Соціальні комунікації в управлінні [Електрон. ресурс] : конспект лекцій : для студентів усіх форм навч. освіт. рівня «бакалавр» усіх спеціальностей / К. Ю. Богомаз. – Електрон. текст. дані. – Дніпродзержинськ : ДДТУ, 2016. – 84 с.– Режим доступу : https://dut.edu.ua/uploads/1_243_95274425.pdf, вільний (дата звернення: 22.03.2023). – Назва з екрана.
2. Бурмака Т. М. Комунікативний менеджмент [Електрон. ресурс] : конспект лекцій : для студентів усіх форм навч. освіт. рівня «бакалавр» спеціальності 073 – Менеджмент / Т. М. Бурмака, К. О. Великих. – Електрон. текст. дані. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. – 69 с. – Режим доступу : <https://eprints.kname.edu.ua/52644/1/2018%20175%D0%9B%20%D0%B>

[A%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82%20%D0%9A%D0%9C.pdf](#), вільний (дата звернення: 23.03.2023). – Назва з екрана.

3. Васильченко М. І. Комуникативний менеджмент [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / М. І. Васильченко, В. В. Гришко. – Електрон. текст. дані. – Полтава : ПолтНТУ, 2018. – 208 с. – Режим доступу : <http://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PolNTU/5311/1/%D0%9A%D0%9C%20%D0%92%D0%B0%D1%81%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%93%D1%80%D0%B8%D1%88%D0%BA%D0%BE%202018%20%281%29.pdf>, вільний (дата звернення: 23.03.2023). – Назва з екрана.

4. Гудзь О. Є. Комунікаційний менеджмент [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / О. Є. Гудзь, І. М. Маковецька – Електрон. текст. дані. – Львів : «Галицька видавнича спілка», 2021. – 224 с. – Режим доступу : https://dut.edu.ua/uploads/l_2245_74045021.pdf, вільний (дата звернення: 23.03.2023). – Назва з екрана.

5. Гудзь О. Є. Управління комунікаціями в підприємствах [Електрон. ресурс] : монографія / О. Є. Гудзь, І. М. Маковецька – Електрон. текст. дані. – Львів : «Галицька видавнича спілка» , 2021. – 216 с. – Режим доступу : https://dut.edu.ua/uploads/l_2244_33271965.pdf, вільний (дата звернення: 22.03.2023). – Назва з екрана.

6. Комуникативний менеджмент [Електрон. ресурс] : навч.-метод. посіб. : для студентів усіх форм навч. освіт. рівня «бакалавр» спеціальності 073 – Менеджмент / Олійник Н. Ю. – Електрон. текст. дані. – Кам'янець-Подільський, 2020. – 112 с. – Режим доступу : <http://elar.kpnu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/3622/Komunikatyvnyi-menedzhment-navch.posib.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, вільний (дата звернення: 23.03.2023). – Назва з екрана.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ ЗА ТЕМОЮ 2

УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ В КОМАНДІ. ЛІДЕРСТВО

План

1. Поняття «Команда» та її структура.
2. Специфічні характеристики команд.
3. Лідерство: природа та розвиток.
4. Реалізація лідерських якостей у системі командної роботи.

Завдання

Пройти психологічні тести на визначення місця в команді:

– тест ролей Белбіна. Цей тест визначає, яку роль в групі виконує людина.

Белбін ідентифікував 9 типів ролей, включаючи лідера, творчу особистість та спеціаліста;

– тест кольорів Insights Discovery. Цей тест допомагає визначити, який тип особистості є у вас. Існує чотири основні кольори, які представляють різні типи особистостей, і цей тест може допомогти вам зрозуміти, який тип вам найбільше підходить;

– тест на культурну орієнтацію Trompenaars. Цей тест допомагає визначити вашу культурну орієнтацію, що може бути корисним, коли ви працюєте в команді з різних країн;

– тест на аналіз робочих здібностей Saville Assessment. Цей тест допомагає визначити ваші робочі здібності та компетенції, що може допомогти вам знайти найкраще місце в команді.

САМОСТІЙНА РОБОТА ЗА ТЕМОЮ 2

ЕТАПИ ПОБУДОВИ ЕФЕКТИВНОЇ КОМАНДИ

План

1. Класифікація команд.
2. Аналіз принципів побудови команди.
3. Розробка алгоритму побудови ефективної команди.

Методика організації самостійної роботи здобувачів: здобувач під час підготовки до заняття мусить охарактеризувати специфіку побудови команди на підприємстві туризму та рекреації за таким алгоритмом:

1. Визначте мету команди. Опишіть мету команди, що ви хочете досягти та які результати ви очікуєте. Це допоможе зрозуміти, на чому потрібно зосередитися під час формування команди та під час роботи з нею.

2. Визначте ролі та обов'язки. Визначте ролі, які будуть виконувати члени команди, та які обов'язки вони матимуть. Зробіть це на основі знань та вмінь кожного учасника команди.

3. Рекрутуйте відповідних людей. Вибирайте людей, які мають відповідні навички та здібності.

4. Визначте спільну мету команди. Сформулюйте чітку та зрозумілу мету, яку команда має досягти. Це може бути, наприклад, покращення роботи відділу або досягнення нового рівня продуктивності.

5. Створіть сприятливе середовище. Забезпечте команду всім необхідним для роботи – необхідними ресурсами, зручними робочим місцями, ефективними інструментами.

6. Розвивайте комунікацію. Регулярно спілкуйтесь з членами команди, використовуючи різні канали комунікації – особистий контакт, електронну пошту та онлайн-чати.

7. Підтримуйте співпрацю та довіру. Заохочуйте співпрацю між членами команди, використовуючи методи спільної роботи та вирішення конфліктів. Дозволяйте своїм колегам почуватися вільно, виражати свої ідеї та пропозиції.

8. Надавайте можливість розвиватися. Забезпечте членам команди можливості для навчання та розвитку, включаючи тренінги, семінари та конференції.

9. Визначте чіткі ролі та відповідальності для кожного члена команди, щоб уникнути дублювання робіт та конфліктів.

10. Проводьте регулярні огляди роботи команди, щоб надавати обґрунтований зворотній зв'язок та допомогу вирішенню проблем.

Завдання

1. Проаналізувати принципи та механізми побудови команди.

2. Охарактеризувати специфіку побудови команди на підприємстві туризму та рекреації за вищеописаним алгоритмом. Оформити у вигляді доповіді.

Рекомендовані джерела

1. Влащенко Н. М. Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі : навч. посіб. / Н. М. Влащенко ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. – 373 с.

2. Ібрагімова І. К. Розвиток лідерства : навч. посіб. / За заг. ред. І. К. Ібрагімової. Проект «Реформа управління персоналом на державній службі в Україні», 2012. – 400 с.

3. Комарницька Г.О. Теорія та практика командоутворення [Електрон. ресурс] : програма навч. дисц. 281 – Публічне управління та адміністрування: для студентів денної форми навч. освіт. рівня «бакалавр» спеціальності 281 – Публічне управління та адміністрування / Г. О. Комарницька. – Електрон. текст. дані. – Режим доступу :

<https://financial.lnu.edu.ua/wpcontent/uploads/2018/10/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%BE%D1%83%D1%82%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B0.pdf>, вільний (дата звернення: 23.03.2023). – Назва з екрана.

4. Стоян О. Ю. Лідерство та командоутворення [Електрон. ресурс] : метод. рек. : для студентів усіх форм навч. освіт. рівня «бакалавр» спеціальності 073 – Менеджмент / О. Ю. Стоян. – Електрон. текст. дані. – Миколаїв : ЧНУ ім. Петра Могили, 2021. – 40 с. – Режим доступу : <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/556/1/%D0%A1%D1%82%D0%BE%D1%8F%D0%BD%20%D0%9E.%20%D0%AE.%20%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4.%20%D1%80%D0%B5%D0%BA.%20%D0%B7%20%D0%B4%D0%B8%D1%81%D1%86.%20%D0%9B%D1%96%D0%B4%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE%20%D1%82%D0%B0%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%BE%D1%83%D1%82%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F.%20%D0%92%D0%B8%D0%BF.%20354.pdf>, вільний (дата звернення: 23.03.2023). – Назва з екрана.

5. Економічна етика та командоутворення [Електрон. ресурс]: навч. посіб. / Н. М.Сукурова, М. С. Труш, О. Ю. Гусева, О. В. Воскобоева. – Електрон. текст. дані. – Київ: Державний університет телекомунікацій, 2021. – 150с. – Режим доступу : https://dut.edu.ua/uploads/1_2214_15598287.pdf, вільний (дата звернення: 23.03.2023). – Назва з екрана.

6. Психологія тимбілдингу [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / О. Г Романовський, В. В. Шаполова, О. В Квасник, Т. В. Гура. – Електрон. текст. дані. – Харків : Друкарня Мадрид, 2017. – 92 с. – Режим доступу : <https://financial.lnu.edu.ua/wpcontent/uploads/2018/10/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%BE%D1%83%D1%82%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B0.pdf>, вільний (дата звернення: 22.03.2023). – Назва з екрана.

7. Сочинська-Сибірцева І. М. HR-менеджмент [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / І. М. Сочинська-Сибірцева, А. О. Доренська, Т. В. Тушевська. – Електрон. текст. дані. – М-во освіти і науки України, Центральноукраїн. нац. техн. ун-т. – Кропивницький : ЦНТУ, 2022. – 278 с. – Режим доступу : <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/handle/123456789/12269>, вільний (дата звернення: 21.03.2023). – Назва з екрана.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ ЗА ТЕМОЮ 3 ПІДГОТОВКА ПУБЛІЧНОГО ВИСТУПУ

План

1. Визначення структурних елементів публічних виступів.
2. Визначення специфіки вступу, головної частини, завершення.
3. Розбір структурних елементів виступів на прикладах ТЕД-виступів.

Підготовка публічного виступу має кілька етапів:

1. Визначення теми виступу та аудиторії, до якої звертається оратор.
2. Збір і аналіз інформації про тему виступу, включаючи статистику, факти та приклади.
3. Створення структури виступу, включаючи вступ, основну частину та висновки.
4. Розробка ключових точок та відповідей на потенційні запитання аудиторії.
5. Відпрацювання виступу та використання тренувань для покращення мовленнєвих навичок та поведінки на сцені.
6. Вибір відповідного одягу та аксесуарів, які підкреслять стиль та допоможуть відчувати себе впевнено на сцені.
7. Підготовка та візуалізація презентації (якщо вона є частиною виступу).

8. Напружена репетиція, щоб забезпечити впевненість та успіх на сцені.

Завдання

Розробити структуру власного виступу, присвяченого рекламній презентації нового туристичного продукту.

САМОСТІЙНА РОБОТА ЗА ТЕМОЮ 3 СУЧАСНІ ТА ПЕРСПЕКТИВНІ ІННОВАЦІЙНІ КОНЦЕПЦІЇ ПІДГОТОВКИ ПУБЛІЧНИХ ВИСТУПІВ

План

1. Аналіз процесу підготовки виступів.
2. Відбір матеріалів та їх аналіз.
3. Методики початку виступу: несподіваний факт, початок історії, опис «болю» аудиторії.
4. Аналіз методик формування основні частини: сторітелінг, апелювання фактами, інформаційна складова.
5. Методологія ефективного завершення: висновки, відповіді на ключові питання, база.

Методика організації самостійної роботи здобувачів: здобувач під час підготовки до заняття має відповісти на такі запитання:

1. Які кроки слід зробити перед початком публічного виступу, щоб підготуватися до нього?
2. Які елементи мають бути включені до вступної частини публічного виступу, щоб привернути увагу аудиторії?

3. Як використовувати голос, мову тіла та інші елементи невербальної комунікації для підвищення ефективності публічного виступу?

4. Як розробити структуру публічного виступу, щоб зробити його зрозумілим та логічним для аудиторії?

5. Як використовувати приклади та ілюстрації, щоб зробити публічний виступ більш переконливим та цікавим?

6. Як впевнено відповідати на запитання аудиторії під час публічного виступу?

Завдання

Підготовка реферату на тему «Етапи ефективного публічного виступу на прикладі конкретного публічного виступу відомого оратора».

Рекомендовані джерела

1. Конівіцька Т. Я. Підготовка до публічного виступу : практ. посіб. для студентів-психологів / Т. Я. Конівіцька. – Львів : ЛДУ ДЖД, 2019. – 133 с.

2. Степура А. WOW-виступ по-українськи. Ноу-хау сучасного оратора / А. Степура. – Дніпро : Моноліт, 2018. – 304 с.

3. Руденко Л. А. Формування комунікативної культури майбутніх фахівців сфери обслуговування у професійно-технічних навчальних закладах : монографія / Л. А. Руденко. – Львів : Край, 2015. – 344 с.

4. Серeda Н. В. Основи риторики для бізнес-лідерів : ефективний публічний виступ [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / Н. В. Серeda. – Електрон. текст. дані. – Київ : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2016. – 40 с. – Режим доступу : http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPIPress/30520/1/Sereda_Osnovy_rytory_ky_2016.pdf, вільний (дата звернення: 21.03.2023). – Назва з екрана.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ ЗА ТЕМОЮ 4

ДІЛОВЕ ЛИСТУВАННЯ

План

1. Перерахування основних принципів ділового листування. Розгляд стандартів та вимог до змісту звіту. Розробка структури звіту з урахуванням виявлених потреб. Визначення формату звіту.

2. Пояснення структури ділового листа. Види ділових листів. Заголовок листа. Адресат та адрес. Текст листа. Форма закінчення листа. Підпис відправника.

3. Відповіді на типові запитання, пов'язані зі структурою ділового листа.

4. Аналіз та редагування ділових листів.

Завдання

Рольова гра: розігрування ситуацій, пов'язаних з діловим листуванням. Застосування знань, отриманих на практичному занятті, у віртуальних ситуаціях. Наголошення на важливості правильного ділового листування

САМОСТІЙНА РОБОТА ЗА ТЕМОЮ 4

РОЗРОБКА ШАБЛОНУ ЗВІТУ ВІДДІЛУ

План

1. Які функції може виконувати система документообігу на туристичному підприємстві?

2. Форми звітування.

3. Управлінська аналітика як елемент системи комунікаційного менеджменту.

Методика організації самостійної роботи здобувачів: здобувач під час підготовки до заняття має відповісти на такі запитання:

1. Які функції може виконувати система документообігу на туристичному підприємстві?
2. Охарактеризуйте етапи формування звітів.
3. Охарактеризуйте етапи постановки завдань керівником для команди.
4. Опишіть, які форми звітування можуть використовуватися в команді.
5. Наведіть приклад процесів надання фідбеків від команди.

Завдання

Розробити шаблон звіту відділу продажу туристичного підприємства шляхом використання методів управлінської аналітики так, щоб можна було кількісно порівняти показники результативності роботи команди та зробити висновки про причини зміни результативних показників (визначити причинно-наслідкові зв'язки).

Рекомендовані джерела

1. Долініна Н. Г. Англійська мова: основи ведення бізнесу для студентів економічних спеціальностей, слухачів магістратури та ВШМБ : навч. посіб. / Н. Г. Долініна, І. В. Друзенко, З. М. Сучкова. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2006. – 320 с.

2. Авраменко О. О. Ділове спілкування [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / О. О. Авраменко, Л. В. Яковенко, В. Я Шийкаю. – Електрон. текст. дані. – Івано-Франківськ : ЛілеяНВ, 2015. – 160 с. – Режим доступу : http://umo.edu.ua/images/content/depozitar/navichki_pracevlasht/dilove_spilkuv_1.pdf, вільний (дата звернення: 21.03.2023). – Назва з екрана.

3. Менеджмент персоналу [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. В. Я. Брича. – Електрон. текст. дані. – Тернопіль : ТНЕУ, 2012. – 520 с. – Режим доступу :

<http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/33670/1/%D0%9C%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%20%D0%BF%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%83%202012.pdf>, вільний (дата звернення: 21.03.2023). – Назва з екрана.

4. Управління персоналом [Електрон. ресурс]: підручник / О. М. Шубалий, Н. Т. Рудь, А. І. Гордійчук [та ін.] ; за заг. ред. О. М. Шубалого. – Електрон. текст. дані. – Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2018. – 404 с. – Режим доступу : <https://lib.lntu.edu.ua/sites/default/files/2021-03/%D0%A3%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%BE%D0%BC%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%D1%80%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%BA%202018.pdf>, вільний (дата звернення: 21.03.2023). – Назва з екрана.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ ЗА ТЕМОЮ 5

ЕЛЕКТРОННІ РОЗСИЛКИ

План

1. Види та формати електронних розсилок.
2. CRM-системи для електронних розсилок.
3. Загальні принципи формування електронного листа для розсилки.
4. Розсилки в месенджерах.
5. Використання чат-ботів.

Завдання

Створення електронного листа із розсилкою акційних пропозицій від туристичної компанії.

САМОСТІЙНА РОБОТА ЗА ТЕМОЮ 5

РОЗРОБКА ЛИСТА ДЛЯ ПОКУПЦІВ ІЗ ПРОПОЗИЦІЄЮ ЗНИЖОК ДО НОВОГО РОКУ ЯК ОФЕРУ

План

1. Визначення поняття «офер».
2. Принципи формування оферів.
3. Структури електронних листів-розсилок.
4. Інструменти, механізми та алгоритми проведення розсилок.

Методика організації самостійної роботи здобувачів: здобувач під час підготовки до заняття має відповісти на такі запитання:

1. Що таке офер і які його основні елементи?
2. Які є формати електронних розсилок і як вони пов'язані з формуванням оферу?
3. Яких правил необхідно дотримуватися під час формування оферу в електронних розсилках?
4. Які рекомендації можна дати щодо змісту та оформлення оферу в електронних розсилках?

Завдання

Проаналізувати основні запити вашої цільової аудиторії. На основі аналізу розробити цікавий офер. Прописати офер у структурі електронного листа для розсилки потенційним клієнтам.

Рекомендовані джерела

1. Золотарьова І. О. Автоматизація документообігу [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / І. О. Золотарьова, Р. К. Бутова. – Електрон. текст. дані. – Харків :

Вид. ХНЕУ, 2008. – с. 269. – Електрон. текст. дані. – Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/3060/1/%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA.%20%D0%90%D0%B2%D1%82%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BE%D0%BE%D0%B1%D1%96%D0%B3%D1%83.%20%D0%97%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D1%82%D0%B0%D1%80%D1%8C%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%86.%D0%9E..pdf>, вільний (дата звернення: 21.03.2023). – Назва з екрана.

2. Комуникативний менеджмент [Електрон. ресурс] : метод. рек. : для студентів усіх форм навч. освіт. рівня «бакалавр» спеціальностей 073 – Менеджмент, 281 – Публічне управління та адміністрування. – Електрон. текст. дані. – Біла Церква, 2019. – 73 с. – Електрон. текст. дані. – Режим доступу : https://rep.btsau.edu.ua/bitstream/BNAU/3075/1/komunikatyvnyj_menedzhment.pdf, вільний (дата звернення: 21.03.2023). – Назва з екрана.

3. Комуникативний менеджмент [Електрон. ресурс] : навч.-метод. компл. з дисципліни / уклад. В. В. Зеліч. – Електрон. текст. дані. – Ужгород : ДНВЗ «УжНУ», 2016. – 40 с. – Режим доступу : <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/10479/1/10.%202016%20%20%D0%97%D0%B5%D0%BB%D1%96%D1%87%20%D0%92.%D0%92.%20%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%9C%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6..pdf>, вільний (дата звернення: 21.03.2023). – Назва з екрана.

4. Комуникативний менеджмент [Електрон. ресурс]: метод. рек. для самостійної роботи студентів з курсу-тренінгу для студентів рівня освіти «бакалавр» зі спеціальності 073 – Менеджмент / С. В. Криштанович. – Електрон. текст. дані. – Львів : ЛДУФК, 2020. – 15 с. – Режим доступу :

[https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/28240/1/%D0%9C%D0%95%D0%A2%D0%9E%D0%94%20%D1%80%D0%B5%D0%BA.%20%D0%B4%D0%BB%D1%8F%20%D1%81%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D1%81%D1%82.%D1%80%D0%BE%D0%B1..%20073%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC.%D0%BC%D0%B5%D0%BD%20\(1\).pdf](https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/28240/1/%D0%9C%D0%95%D0%A2%D0%9E%D0%94%20%D1%80%D0%B5%D0%BA.%20%D0%B4%D0%BB%D1%8F%20%D1%81%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D1%81%D1%82.%D1%80%D0%BE%D0%B1..%20073%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC.%D0%BC%D0%B5%D0%BD%20(1).pdf), вільний (дата звернення: 21.03.2023). – Назва з екрана.

5. Комунікативний менеджмент [Електрон. ресурс]: збірник тестових та індивідуальних завдань з курсу для здобувачів другого (магістерського) рівня спеціальності 073 – Менеджмент / А. Г. Лизанець. – Електрон. текст. дані. – Мукачєво : МДУ, 2022. – 44 с. – Режим доступу : <http://dspace.s.msu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/9195/1/Communicative%20management%20a%20collection%20of%20test%20and%20individual%20tasks.pdf>, вільний (дата звернення: 21.03.2023). – Назва з екрана.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ ЗА ТЕМОЮ 6 МАНІПУЛЯЦІЇ ТА БОРОТЬБА З НИМИ

План

1. Огляд термінології маніпуляції та її вплив на поведінку людей.
2. Вивчення типів маніпуляції.
3. Розуміння ознак маніпуляції.
4. Розвиток здатності розпізнавання маніпуляції.
5. Вивчення способів боротьби з маніпуляцією.

Маніпуляція – це спосіб впливу на іншу людину з метою отримання вигоди або контролю над нею. Розгляд основних видів маніпуляції: обман, залякування, винищення, зміна теми та інші. Пояснення, як вони використовуються в різних сферах життя. Обговорення ознак маніпуляції:

відчуття вини, безсилий, відчуття помилкових рішень, ізолюваність від інших . Розбір конкретних прикладів з життя. Вправи на виявлення та розпізнавання маніпулятивних технік, які використовуються в повсякденному житті та у соціальних мережах. Обговорення ефективних способів боротьби з маніпуляцією, таких як встановлення меж, використання логічних доводів, уникнення конфліктів та інші. Розбір конкретних прикладів.

Завдання

Розігрування ситуацій, в яких учасники мають застосувати знання та навички, що набули під час заняття.

САМОСТІЙНА РОБОТА ЗА ТЕМОЮ 6 ВІДПРАЦЮВАННЯ ТЕХНІК БОРТЬБИ З МАНІПУЛЯЦІЯМИ

План

1. Техніки виявлення маніпуляцій.
2. Техніки попередження маніпуляцій.
3. Техніки уникнення маніпуляцій.
4. Техніки відповіді на маніпуляції.

Методика організації самостійної роботи здобувачів: здобувач під час підготовки до заняття має відповісти на такі запитання:

1. Які основні види маніпуляції ви знаєте? Наведіть приклади кожного виду маніпуляції.
2. Які симптоми маніпуляції ви можете відчути? Як ви зазвичай реагуєте на маніпулятивні техніки?
3. Як встановлювати межі з людьми, які намагаються маніпулювати вами? Наведіть приклади, коли ви успішно встановлювали межі.

4. Як використовувати логічні доводи для запобігання маніпуляції?
Наведіть приклади ситуацій, коли ви використовували логічні доводи.

5. Як використовувати свої емоції, щоб боротися з маніпуляцією?
Наведіть приклади, коли ви успішно використовували свої емоції для боротьби з маніпуляцією.

6. Як впливає маніпуляція на ваші взаємини з іншими людьми? Як можна покращити ваші взаємини з людьми, які використовують маніпуляцію?

7. Які способи боротьби з маніпуляцією ви вважаєте найбільш ефективними? Які способи ви використовували в минулому і як вони працювали?

Завдання

Скласти алгоритм боротьби з маніпуляцією:

– ваш колега намагається зневолювати ваші зусилля з підготовки звіту для туристського підприємства;

– вас назвали некомпетентним, оскільки ви молодий працівник та не можете через свій молодий вік аналізувати ситуацію та надавати компетентні поради.

Рекомендовані джерела

1. Ходаківський Є. І. Психологія управління: підручник / Є. І. Ходаківський, Ю. В. Богоявленська, Т. П. Грабар. – [3-тє вид., перероб. та доп.] – Київ : Центр учбової літератури, 2011. – 664 с.

2. Брич В. Я. Психологія управління [Електрон. ресурс]: навч. посіб. / В. Я. Брич, М. М. Корман. – Електрон. текст. дані. – Київ : Кондор-Видавництво, 2013. – 384 с. – Режим доступу : http://library.kpi.kharkov.ua/files/new_postupleniya/brychpsyhupr.pdf, вільний (дата звернення: 21.03.2023). – Назва з екрана.

3. Прищак М. Д. Психологія управління в організації [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / М. Д. Прищак, О. Й. Лесько. – Електрон. текст. дані. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – Вінниця, 2016. – 150 с. – Режим доступу : https://shron1.chtyvo.org.ua/Pryschak_Mykola/Psykholohiia_upravlinnia_v_orhanizatsii.pdf, вільний (дата звернення: 21.03.2023). – Назва з екрана.

4. Сич В. М. Психологія управління [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / В. М. Сич. – Електрон. текст. дані. – Кам'янець-Подільський : Медобори, 2015. – 180 с.– Режим доступу : <http://uaoppp.com.ua/read/278/http://uaoppp.com.ua/read/278/>, вільний (дата звернення: 21.03.2023). – Назва з екрана.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ ЗА ТЕМОЮ 7 РОЗРОБКА КОНВЕРСІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ

План

1. Визначення поняття «Конверсійна стратегія».
2. Відмінності конверсійної стратегії та інших стратегій.
3. Місце розробки конверсійної стратегії у системі комунікацій підприємства.

Завдання

Розробити конверсійну стратегію просування нового туристичного продукту ринку.

САМОСТІЙНА РОБОТА ЗА ТЕМОЮ 7

ВИВЧЕННЯ ЕЛЕМЕНТІВ КОНВЕРСІЙНИХ СТРАТЕГІЙ

План

1. Структурні елементи конверсійних стратегій.
2. Етапи побудови конверсійних стратегій.
3. Механізми побудови конверсійних стратегій.

Методика організації самостійної роботи здобувачів: здобувач під час підготовки до заняття має відповісти на такі запитання:

1. Що таке конверсія в контексті маркетингу? Які метрики використовують для вимірювання конверсії?
2. Які основні типи конверсійних стратегій ви знаєте? Наведіть приклади кожного типу.
3. Як обрати правильну конверсійну стратегію для свого бізнесу? Які фактори слід враховувати при виборі?

Завдання

1. Проаналізувати цільову аудиторію для гарячого туру пляжного відпочинку за ціною вищою від середньої на ринку.
2. Визначити конкретні механізми комунікації конверсії.

Рекомендовані джерела

1. Бобало О. Ю. Комунікативні стратегії : навч. посіб. / О. Ю. Бобало. – Львів : Львівської політехніки, 2015. – 344 с.
2. Сінченко О. Д. Комунікативні стратегії в теорії літератури : автор, текст, читач [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / О. Д. Сінченко. – Електрон. текст. дані. – Київ, 2015. – Режим доступу :

<https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/14111>, вільний (дата звернення: 23.03.2023). – Назва з екрана.

3. Смирнов І. Г. Маркетинг сталого туризму [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / І. Г. Смирнов, О. О. Любіцева. – Електрон. текст. дані. – Київ : Ліра-К, 2019. – 256 с. – Режим доступу : <https://lira-k.com.ua/preview/12588.pdf>, вільний (дата звернення: 23.03.2023). – Назва з екрана.

4. Цвілій С. М. Маркетинг в туризмі [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / С. М. Цвілій, Т. С. Кукліна, В. М. Зайцева. – Електрон. текст. дані. – Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. – 260 с. – Режим доступу : http://eir.zp.edu.ua/bitstream/123456789/9158/1/NP_Tsviliy.pdf, вільний (дата звернення: 23.03.2023). – Назва з екрана.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ ЗА ТЕМОЮ 8 РОЗРОБКА БРЕНДИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ

План

1. Визначення поняття «брендингова стратегія».
2. Відмінності брендингової стратегії від інших стратегій.
3. Місце розробки брендингової стратегії у системі комунікацій підприємства.

Завдання

Розробити брендингову стратегію просування міжнародного туристичного оператора.

САМОСТІЙНА РОБОТА ЗА ТЕМОЮ 8

ВИВЧЕННЯ ЕЛЕМЕНТІВ БРЕНДИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ

План

1. Структурні елементи брендингових стратегій.
2. Етапи побудови брендингових стратегій.
3. Механізми побудови брендингових стратегій.

Методика організації самостійної роботи здобувачів: здобувач під час підготовки до заняття має відповісти на такі запитання:

1. Що таке брендинг в контексті маркетингу? Які метрики використовують для вимірювання результативності?
2. Які основні типи брендингових стратегій ви знаєте? Наведіть приклади кожного типу.
3. Як обрати правильну брендингову стратегію для свого бізнесу? Які фактори слід враховувати при виборі?

Завдання

1. Проаналізувати цільову аудиторію для туристичного бренду масового туризму.
2. Визначити конкретні механізми комунікації для формування лояльності та впізнаваності.

Рекомендовані джерела

1. 1. Бобало О. Ю. Комунікативні стратегії : навч. посіб. / О. Ю. Бобало. – Львів : Львівської політехніки, 2015. – 344 с.
2. Сінченко О. Д. Комунікативні стратегії в теорії літератури: автор, текст, читач [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / О. Д. Сінченко. – Електрон. текст.

дані. – Київ, 2015. – Режим доступу : <https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/14111>, вільний (дата звернення: 23.03.2023). – Назва з екрана.

3. Смирнов І. Г. Маркетинг сталого туризму [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / І. Г. Смирнов, О. О. Любіцева – Електрон. текст. дані. – Київ : Ліра-К, 2019. – 256 с. – Режим доступу : <https://lira-k.com.ua/preview/12588.pdf>, вільний (дата звернення: 23.03.2023). – Назва з екрана.

4. Цвілій С. М. Маркетинг в туризмі [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / С. М. Цвілій, Т. С. Кукліна, В. М. Зайцева. – Електрон. текст. дані. – Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. – 260 с. – Режим доступу : http://eir.zp.edu.ua/bitstream/123456789/9158/1/NP_Tsviliy.pdf, вільний (дата звернення: 23.03.2023). – Назва з екрана.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ ЗА ТЕМОЮ 9 РИТОРИКА У РІЗНИХ КРАЇНАХ СВІТУ: ІСТОРІЯ, ТРАДИЦІЇ, СУЧАСНІ ПІДХОДИ

План

1. Огляд історії риторики в Античній Греції.
2. Історія риторики в Римі.
3. Риторика в Середньовічній Європі.
4. Розвиток риторики в сучасних країнах світу (виберіть країни, які найбільше цікавлять учасників).

Завдання

Відеоперегляди виступів ораторів із різних країн світу з аналізом крос-культурних елементів комунікації.

САМОСТІЙНА РОБОТА ЗА ТЕМОЮ 9

ІСТОРІЯ ТА ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПУБЛІЧНИХ ВИСТУПАХ

План

1. Різні підходи до вивчення та викладання риторики в різних країнах світу.
2. Традиції риторики в Азії, Європі, Африці, Північній та Південній Америці
3. Огляд найважливіших традицій риторики у вибраних країнах.

Методика організації самостійної роботи здобувачів: здобувач під час підготовки до заняття має відповісти на такі запитання:

1. Якими є сучасні підходи до риторики в різних країнах світу.
2. Порівняння різних підходів та їх відмінностей.
3. Розгляд застосування риторичних прийомів у сучасному світі.
4. Розвиток риторичних вмінь через використання вправ та тренінгів з різних країн світу.
5. Робота з різними риторичними прийомами, використання їх в усній та письмовій мові.

Завдання

Підготувати реферат на одну з тем:

1. Вплив культурних відмінностей на крос-культурну комунікацію: проблеми та виклики.
2. Способи збереження ефективності крос-культурної комунікації в умовах глобалізації.
3. Роль мовних бар'єрів у крос-культурній комунікації та шляхи їх подолання.

4. Психологічні аспекти крос-культурної комунікації: вплив стереотипів та уявлень на спілкування.
5. Особливості крос-культурної комунікації в бізнесі та управлінні.
6. Роль крос-культурної комунікації в міжнародних дипломатичних відносинах.
7. Взаємозв'язок між мовою та культурою в контексті крос-культурної комунікації.
8. Культурні аспекти викладання мов як іноземних: особливості підходу до крос-культурної комунікації у навчальному процесі.
9. Крос-культурна комунікація в туризмі та гостинності: виклики та можливості.
10. Віртуальна крос-культурна комунікація: особливості та виклики у світі онлайн-спілкування.

Рекомендовані джерела

1. Алдошина М. В. Крос-культурні комунікації в галузі туризму в умовах глобалізації / М. В. Алдошина, Г. М. Брусільцева. – Бізнес Інформ, 2014. – № 3. – С. 197–202.
2. Дученко М. М. Бізнес-етика : конспект лекцій : навч. посіб. / М. М. Дученко, О. А. Шевчук. – Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 156 с.
3. Квіт С. М. Масові комунікації : підручник / С. М. Квіт. – Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. – 352 с.
4. Сущенко О. А. Маркетингові комунікації в туристичній діяльності [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / О. А. Сущенко, К. Г. Гладка, М. В. Алдошина. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. – 218 с.
5. Глінковська Б. Крос-культурні підприємницькі комунікації [Електрон. ресурс] : навч.-метод. посіб. для магістрантів / Б. Глінковська, Б. Чеботарьов, В. Чеботарьов. – Електрон. текст. дані. – Луган. нац. ун-т імені Тараса

Шевченка. – Старобільськ, 2018. – 120 с. – Режим доступу : <https://lira-k.com.ua/preview/12588.pdf>, вільний (дата звернення: 23.03.2023). – Назва з екрана.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ ЗА ТЕМОЮ 10 КРОС-КУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ

План

1. Крос-культурні особливості ведення бізнесу в країнах ЄС.
2. Крос-культурні особливості бізнесу в країнах Північної Америки.
3. Крос-культурні особливості бізнесу в країнах Латинської Америки.
4. Крос-культурні особливості ведення бізнесу в країнах Азії.
5. Крос-культурні особливості ведення бізнесу в країнах Африки.

Завдання

Скласти діалог ведення переговорів з партнером, якому ви пропонуєте відкрити представництво офісу вашого туристичного оператора в його країні. Країну обрати на вибір: Італія, США, Коста-Ріка, Мадагаскар, Китай, Марокко, Чехія, Мальта, Туреччина.

САМОСТІЙНА РОБОТА ЗА ТЕМОЮ 10 НАЦІОНАЛЬНІ КРОС-КУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ

План

1. Надання характеристики крос-культурним особливостям.
2. Визначення проблем та перспектив впливу крос-культурних особливостей на розвиток міжнародного туризму.

Методика організації самостійної роботи здобувачів: здобувач під час підготовки до заняття має відповісти на такі запитання:

1. Які існують підходи до вивчення національних особливостей у спілкуванні?

2. Дослідження культурних особливостей вибраної країни: історичний аспект, національна ідентичність, релігія, традиції, менталітет тощо. Країну обрати самостійно.

3. Аналіз основних міжкультурних різниць та викликів, які виникають під час спілкуванні з представниками цієї культури, в порівнянні з власною.

4. Вивчення стереотипів та уявлень про інші культури, які можуть впливати на ефективність крос-культурної комунікації, та способи їх подолання.

5. Практичне вивчення способів підвищення своєї культурної компетентності, зокрема, у галузі мови, етикету та культурних норм та цінностей.

Завдання

Розробка власної стратегії крос-культурної комунікації на основі отриманої теоретичної та практичної підготовки.

Рекомендовані джерела

1. Алдошина М. В. Крос-культурні комунікації в галузі туризму в умовах глобалізації / М. В. Алдошина, Г. М. Брусільцева / Бізнес Інформ. – 2014. – № 3. – С. 197–202.

2. Дученко М. М. Бізнес-етика : навч. посіб. / М. М. Дученко, О. А. Шевчук. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 156 с.

3. Квіт С. М. Масові комунікації : підручник / С. М. Квіт. – Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. – 352 с.

4. Сущенко О. А. Маркетингові комунікації в туристичній діяльності [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / О. А. Сущенко, К. Г. Гладка, М. В. Алдошина. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. – 218 с.

5. Глінковська Б. Крос-культурні підприємницькі комунікації [Електрон. ресурс] : навч.-метод. посіб. для магістрантів / Б. Глінковська Б. Чеботарьов, В. Чеботарьов ; Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. – Електрон. текст. дані. – Старобільськ, 2018. – 120 с. – Режим доступу : <https://lira-k.com.ua/preview/12588.pdf>, вільний (дата звернення: 23.03.2023). – Назва з екрана.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ (РОЗРАХУНКОВО-ГРАФІЧНА (КОНТРОЛЬНА) РОБОТА)

Для здобувачів очної та заочної форм навчання передбачено виконання індивідуального завдання «Комунікаційна стратегія туристичного підприємства».

Метою виконання індивідуального завдання є :

- розвинення елементів наукової творчості, необхідної для підвищення рівня підготовки фахівця в сучасних умовах;
- поглиблення, систематизація та закріплення знань здобувача щодо розроблення нормативної документації організації документообігу;
- реалізація теоретичних знань на практиці;
- поглиблення практичних самостійних навичок роботи з впровадження інноваційних комунікаційних технологій;
- виявлення самостійної точки зору здобувачів на поставлені завдання.

Розрахунково-графічна робота, спрямована на закріплення практичних знань та навиків управління комунікаціями. У роботі здобувачі послідовно розробляють комунікаційну стратегію туристичного підприємства, а саме: аналізують запити, цілі та завдання, формують конкретні пропозиції налагодження комунікації в команді (внутрішні комунікації) та серед стейкхолдерів (зовнішні комунікації). Окремо розробляються скрипти побудови комунікації із клієнтами та потенційними клієнтами шляхом використання механізмів конверсійних та брендингових стратегій. Надаються практичні рекомендації.

Електронне навчальне видання

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

«КОМУНІКАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У ТУРИЗМІ»

*(для здобувачів другого (магістерського) рівня
вищої освіти всіх форм навчання
зі спеціальності 242 – Туризм)*

Укладач **УГОДНІКОВА** Олена Ігорівна

Відповідальний за випуск *Л. В. Оболенцева*
За авторською редакцією
Комп'ютерне верстання *О. І. Угоднікова*

План 2023, поз. 352М

Підп. до друку 13.04.2023. Формат 60 × 84/16.
Ум. друк. арк. 2,0

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.