



Київський національний університет культури і мистецтв



КАФЕДРА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО І ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Силабус освітньої компоненти

Назва компоненти: **Бізнес-комунікації**

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Сторінка компоненти в Moodle:

<https://elearn.knukim.edu.ua/enrol/index.php?id=3671>

Сторінка компоненти в електронній бібліотеці:

<http://91.217.179.134:9100/libr/DocSearchForm>

Викладач: д.е.н., проф. **Батченко Людмила Вікторівна** (лекції, підсумковий контроль)

Викл. **Беляк Андрій Олександрович** (практичні заняття)

Опис освітньої компоненти

«Бізнес-комунікації» є вибірковою освітньою компонентою навчального плану, яка забезпечує економічну складову компетентностей фахівців сфері зв'язків з громадськістю та реклами.

Освітня компонента передбачає вивчення теоретико-методологічних та практичних аспектів бізнес та медіа-комунікацій.

Структура освітньої компоненти охоплює актуальні проблеми бізнесу, аналіз яких дасть змогу здобувачам комплексно підійти до розуміння та усвідомлення найефективніших методик, методів та інструментів формування та функціонування бізнес-комунікацій.

Метою вивчення освітньої компоненти є опанування здобувачами закономірностей та тенденцій розвитку комунікаційного менеджменту для бізнес-середовища; ознайомлення із концептуальними засадами структурно-функціонального підходу до підвищення ефективності комунікаційного процесу; формування системи спеціальних знань щодо особливостей бізнес та медіа-комунікацій і набуття навичок ділової комунікації у бізнес середовищі.

Завдання:

- ознайомлення із концепціями сучасних теорій і практик бізнес та медіа-комунікацій;
- оволодіння термінологічним апаратом бізнес та медіа-комунікацій;
- набуття знань комунікаційного процесу;
- виділення проблем і труднощів, які виникають в процесі спілкування і взаємодії носіїв різних культур;

- формування та розвиток стратегічних і практичних управлінських навичок і міжкультурної компетенції;
- ознайомлення із станом та тенденціями розвитку медіа-ринку та медіа-простору України;
- набуття навичок використання нових медіа-комунікаційних каналів, інструментів та електронних сервісів.

Предметом вивчення освітньої компоненти є концептуальні засади структурно-функціонального підходу до підвищення ефективності комунікаційного процесу з застосуванням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.

Здобувач повинен **знати**:

- систематизацію сучасних теорій комунікаційного та інформаційного менеджменту;
- форми та види бізнес та медіа-комунікацій (вербальні та невербальні);
- наукові принципи і процеси, які лежать в основі бізнес та медіа-комунікацій;
- структуру комунікаційного процесу;
- концепції, методи, техніки, технології та тенденції розвитку крос-культурних комунікацій;
- цінності, переконання, традиції, звичаї, сенсативність в крос-культурній взаємодії;
- основні параметри професійної комунікативної компетентності сучасного фахівця;
- критерії ефективності бізнес та медіа-комунікацій;
- психологічні, організаційні та методичні основи ділових комунікацій;
- роль бізнес та медіа-комунікацій в розвитку сучасного інформаційного суспільства;
- концептуальні засади структурно-функціонального підходу до підвищення ефективності комунікаційного процесу з застосуванням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій;
- глобальні та національні практики комунікаційного менеджменту;
- критерії ефективної ділової комунікації.

Здобувач повинен **вміти**:

- аналізувати процеси, суб'єкти в бізнес та медіа-комунікаціях з використанням дієвих методів аналізу;
- критично оцінювати ситуації з позицій ефективності бізнес та медіа-комунікацій;
- виявляти проблеми і тенденції розвитку бізнес та медіа-комунікацій;
- розробляти стратегію бізнес-комунікацій;
- оцінювати ефективність комунікацій компаній;
- аналізувати суб'єкти комунікаційного процесу;
- вміти професійно та ефективно в практичній діяльності користуватися різними формами комунікацій (ділове спілкування, бізнес-презентації, публічні виступи, участь в дискусіях, переговори, проведення нарад тощо);
- використовувати отримані знання та управлінські навички при обґрунтуванні рішень щодо ефективності бізнес-комунікацій.

- володіти навичками створення інтегрованих комунікаційних інструментів для бізнесу;
- володіти культурою мислення, здібністю до сприйняття, узагальнення та аналізу професійної інформації;
- налагоджувати та проводити ефективну комунікацію, делегувати повноваження;
- аналізувати і проектувати міжособистісні, групові і організаційні комунікації;
- використовувати новітні інформаційно-комунікаційні технології;
- створювати професійну команду, формувати корпоративну культуру;
- аналізувати особливості культур через критерії їх співставлення;
- використовувати техніки і технології бізнес та медіа-комунікацій для підвищення ефективності бізнес-процесів;
- формувати ефективну комунікаційну та медіа-інфраструктуру організації.

Передумови вивчення освітньої компоненти: для ефективного засвоєння освітньої компоненти необхідні фундаментальні знання з освітніх компонент: «Соціальні комунікації», «Корпоративні комунікації», «Нетворкінг» та інші.

Тематичний план освітньої компоненти

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ БІЗНЕС ТА МЕДІА-КОМУНІКАЦІЙ ЯК СКЛАДОВА ОБ'ЄКТУ РЕАЛЬНОГО СВІТУ	
1.1.	Об'єкт та предмет бізнес-комунікацій. Основні визначення. Бізнес-комунікація як процес. Інформація в бізнес-комунікаціях. Ефективність бізнес-комунікацій
1.2.	Корпоративна культура
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ СКЛАДОВІ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМУНІКАЦІЙ БІЗНЕС-ПРОЦЕСУ	
2.1.	Крос-культурні комунікації в бізнесі
2.2.	Ризики в бізнес-комунікаціях
2.3.	Бізнес-конфлікти
2.4.	Переговори
2.5.	Публічний виступ. Бізнес-презентації

Технічне і програмне забезпечення

Ноутбук, персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернет, інше обладнання (канцелярське приладдя, калькулятор тощо), аналітичні дані реально діючих підприємств індустрії гостинності (за матеріалами практичного стажування, практики) для: комунікації та опитувань; виконання домашніх завдань; підготовки до занять; виконання завдань самостійної роботи; проходження тестування (поточний, підсумковий контроль) та ін.

Відповідальність за технічне забезпечення та можливість підключення до мережі Internet впродовж онлайн навчання здобувачі вищої освіти несуть особисто.

Програмне забезпечення для роботи з освітнім контентом компоненти та виконання передбачених видів освітньої діяльності: Microsoft Office.

Рекомендовані джерела інформації

Публікації науково-педагогічних працівників за темою освітньої компоненти

1. Батченко Л. В., Бондар І. С., Русавська В. А. Бізнес-комунікації в міжнародному менеджменті : навч. посіб. Київ : Видавництво Ліра-К, 2017. 300 с.
2. Батченко Л.В., Гончар Л.О. Особливості використання сучасних методів управління змінами у сфері готельно-ресторанного бізнесу. *Ефективна економіка*. 2017. № 11.
3. Батченко Л.В., Гончар Л.О. Особливості формування адаптивної методологічної моделі управління змінами у сфері готельно-ресторанного бізнесу. *Вісник Одеського національного університету*. Том 23. Випуск 7 (72). 2018. Серія: Економіка. С. 33-38.
4. Батченко Л.В., Гончар Л.О. Репутаційний капітал як основа економічного зростання підприємств сфери готельно-ресторанного бізнесу. *Ресторанний і готельний колсалтинг. Інновації: науковий збірник* Випуск 2, Нац. Ун-т культури і мистецтв. Київ : Вид. центр КНУКіМ Київ, 2018. 162 с. С. 64–80.
5. Батченко Л.В., Гончар Л.О. Розвиток професійних компетенцій персоналу як основа економічного зростання. *Науковий економічний журнал «Актуальні проблеми економіки»*. 2019. № 11 (221).
6. Батченко Л.В., Деліні М. М. Теоретико-методологічні засади соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні. *«Вісник Одеського національного університету. Економіка»*. Одеса, 2017. Том 22. Випуск 10 (63). С. 26-30.
7. Батченко Л.В., Стариченко Т.В. Соціальна оцінка результативного використання людських ресурсів. *Науковий економічний журнал «Актуальні проблеми економіки»*. 2018. № 11 (209). С. 135-143.
8. Русавська В.А., Батченко Л.В., Гончар Л.О. Практичні аспекти менеджменту соціокультурної діяльності. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Менеджмент соціокультурної діяльності: Науковий збірник*. Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2018. Випуск 1. 152 с. С. 78-98.

Основна література

1. Батченко Л. В., Бондар І. С., Русавська В. А. Бізнес-комунікації в міжнародному менеджменті : навч. посіб. Київ : Видавництво Ліра-К, 2017. 300 с.
2. Бобало О. Комунікативні стратегії : навч. посіб. Нац. ун-т «Львів. Політехніка». Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2015. 343 с.
3. Квіт С. Масові комунікації. Підручник. Київ, Видавничий дім «Києво-Могилянська академія». 2008.
4. Луцишин Г. І. Конфліктологія та теорія переговорів: навч. посіб. Львів: Видавництво НУ «Львівська політехніка». 2015. 200 с.
5. Холод О.М. Комунікаційні технології: Підручник. Київ: ЦУЛ, 2013. 201 с.

Допоміжна література

1. Андерсон К. Успішні виступи на TED. Рецепти найкращих спікерів. Київ: «Наш Формат», 2016, 256 с.
2. Бабич Н. Д. Культура фахового мовлення: навч. посіб. Чернівці: Книги-XXI, 2016, 496 с.
3. Бізнес-комунікації в підприємстві: підручник /за ред. І. М. Сотник, Л. М. Таранюк. Суми. Університетська книга, 2018.
4. Бізнес-комунікації: навч.-метод. посібник до вивчення дисципліни. КП, 2021.
5. Галаджун З., Бакай Р. YouTube як нова форма медіакомунікації. *Соціальні комунікації та журналістика*: Національний університет «Львівська політехніка». 2020. Випуск 4. С. 117-131. URL: <https://doi.org/10.23939/sjs2020.01.117>
6. Глінковська Б., Чеботарьов Є., Чеботарьов В. Крос-культурні підприємницькі комунікації : навчально-методичний посібник для магістрів; Держ. закл., «Луган. Нац. Ун-т ім. Т. Шевченка». Старобільськ, 2018. 120 с.
7. Дороніна М. С. Культура спілкування ділових людей: посіб. для студ. гуманітар. ф.-тів вищ. навч. закл. Київ.: вд «КМ Академія». 1997. 192 с.
8. Жигайло Н. І. Комунікаційний менеджмент: підручник. Львів, 2016, 256 с.
9. Ісайкіна, О. (2019). Медіакомунікації як інструмент маркетингу соціальних мереж. *«Society. Document. Communication»*. «Соціум. Документ. Комунікація», (7), 123-140. <https://doi.org/10.31470/2518-7600-2019-7-123-140>
10. Колбіна Т. В. Формування міжкультурної комунікації майбутніх економістів: теоретико-методологічний аспект: монографія. Харків : ВД «ІНЖЕК». 2008. 392 с.
11. Комунікації бізнес-об'єднань малих і середніх підприємств: посібник. Дмитро Коник. Київ, 2017. 86 с.
12. Маєр Е., Гастінгс Р. Характеристики Netflix і культура інновацій. Київ: Vivat. 2021. 352 с.
13. Мак-Квейн Д. Теорія масової комунікації (пер. з англ. О. Возьна, Г. Сташків). – Львів.: Літопис, 2010. 538 с.
14. МакКорд П. Найсильніші. Бізнес за правилами Netflix. Київ: Форс. 2021. 183 с.
15. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія професійної комунікації: навч. Посібник. Чернівці: Книги XXI, 2010. 315 с.
16. Почепцов Г. Г. Комунікативні технології 20 сторіччя. Київ: Ваклер, 1996. 200 с.
17. Почепцов Г. Характеристики Від FACEBOOK'у і ГЛАМУРУ до WIKILEAKS: медіакомунікації. *Спадщина-Інтеграл*. 2012. 464 с.
18. Професійно-комунікативна компетентність (в туризмі) : підручник (І.М. Писаревський, С. А. Александрова; Харківський нац. Ун-т міськ. Госп. Ім.. О. Б. Бекетова, - 2-ге вид., 2017. 175 с.
19. Стратегічні комунікації. Підручник. Київ: Вадекс, 2019. 446 с.
20. Фішер Р., Шапіро Д. Емоційний інтелект в переговорах, 2019. 264 с.

21. Фішер Р., Юрі У., Петтон Б. Шлях до ТАК. Як вести переговори, не здаючи позицій, 2016. 220 с.
22. Химиця Н. О. Ділова комунікація : навч. посібник (Н. О. Химиця, О. О. Морушко). Львів: вид. Львівської політехніки, 2016. 208 с.
23. Холод О. М. Комунікаційні технології : підручник. Київ : центр учбової літератури, 2013. 212 с.
24. Чаллін Д., Манчіні П. Сучасні медіасистеми: три моделі відносин ЗМІ та політики. Київ: Наука, 2008.
25. Шендеровський К.С. та інші. Медіакомунікації та соціальні проблеми: Збірка навчально-методичних матеріалів і наукових статей в трьох частинах. Частина перша / Упор., ред. К. С. Шендеровського / Київ. нац. ун-т; Ін-т журналістики. Київ, 2012. 288 с.

Політика вивчення освітньої компоненти

Освітня компонента передбачає роботу в колективі та вимагає від здобувачів вищої освіти активної діяльності, наполегливої праці, ефективної взаємодії та постійного самовдосконалення.

Саме тому в межах вивчення освітньої компоненти високо оцінюється прагнення здобувачів вищої освіти:

- регулярно відвідувати заняття;
- планомірно та систематично засвоювати навчальний матеріал;
- постійно самовдосконалюватись;
- проявляти активність та лекційних та практичних заняттях;
- опрацьовувати додатковий (в тому числі презентаційний) матеріал;
- брати участь в обговоренні дискусійних питань та кейсів;
- повною мірою долучатися до активних форм навчання;
- брати участь у науково-практичних дослідженнях у межах предметного поля компоненти;
- відпрацьовувати пропущені практичні заняття.

Відвідування практичних занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в дистанційному (онлайн) режимі за погодженням із керівником курсу з обов'язковим представленням виконаних завдань під час консультації викладача.

Усі завдання (в тому числі завдання, що виносяться для самостійної роботи), передбачені програмою, мають бути виконані в обов'язковому порядку та у встановлений термін (та не пізніше ніж за 2 тижні до дати підсумкового контролю (заліку/іспиту)).

Додаткові консультації та роз'яснення проблемних аспектів курсу можливі у встановлений та затверджений кафедрою час консультацій викладачів.

Ліквідація заборгованості відбувається протягом 1 тижня після встановленого терміну. Завдання, які не виконані у встановлений термін, оцінюються викладачем в межах 50% звичайної оцінки.

Під час вивчення компоненти не допустимо порушення політики академічної доброчесності усіма учасниками освітнього процесу:

– при використанні інформації з будь-яких ресурсів здобувач в обов'язковому порядку повинен вказати джерело, використане під час виконання завдання;

– у межах опанування матеріалів компоненти здобувачі та викладачі курсу зобов'язані дотримуватись загальних принципів забезпечення академічної доброчесності: чесності і порядності, об'єктивності, професіоналізму, взаємної поваги, толерантності, відповідальності, прозорості і публічності, законності, справедливості, академічної свободи, здорового глузду.

У разі виявлення факту академічного плагіату здобувач отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати завдання.

Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час онлайн тестування.

Не допускається:

- запізнення на заняття;
- самовільне покидання занять;
- використання мобільних пристроїв під час занять.

Силабус затверджено
на засіданні кафедри готельно-
ресторанного і туристичного бізнесу
від 29 червня 2022 р.,
протокол № 17