

**Рівненський державний гуманітарний університет**

**Інститут мистецтв**

**Художньо-педагогічний факультет**

**Кафедра культурології та музеєзнавства**

<b>Назва дисципліни</b>	Бізнес-комунікації у сфері культури
<b>Викладачі</b>	Кучина Наталія Іванівна
<b>Профайл викладача (ів) сторінка дисципліни в CMS</b>	<a href="http://kulturologiya.rv.ua/kafedra/">http://kulturologiya.rv.ua/kafedra/</a>
<b>E-mail</b>	kuchyna@ukr.net
<b>Консультації</b>	Очні консультації: 2 год. на тиждень (четвер з 11.00 до 13.00)

## **1. Анотація до дисципліни**

Сучасний світ немислимий поза межами інформації та комунікації. Комунікація пронизують усі аспекти життя як суспільства, так і організації й конкретної людини. Курс спрямований на формування уявлень про бізнес-комунікації у сфері культури їх особливості, види, моделі, технологію комунікаційного процесу; ознайомлення із правилами ділового листування, ділового етикету та протоколу; маркетинговими та крос-культурними комунікаціями.

Тематика і зміст програми орієнтовані на оволодіння знаннями, уміннями та навичками, що є необхідними для ефективної реалізації менеджерських функцій в процесі управління закладами сфери культури. процес підготовки у вищому закладі магістрів передбачає опанування професійними знаннями та навичками, які б сприяли формуванню у фахівців ґрунтовних знань, що відповідають кваліфікаційним вимогам. Значення дисципліни «Бізнес-комунікацій у сфері культури» у вищій школі в нинішніх умовах набуває усе більшої ваги, оскільки ефективно налагоджені комунікації є запорукою формування й підтримання іміджу менеджера соціокультурної сфери та успішної діяльності організації сфери культури в ринкових умовах.

Програма курсу «Бізнес-комунікації у сфері культури» складена відповідно до місця навчальної дисципліни у структурно-логічній схемі підготовки менеджерів соціокультурної діяльності та охоплює декілька змістовних модулів.

Місце у структурно-логічній схемі: дана дисципліна вивчається у 2 семестрі; бюджет навчального часу становить 120 годин. У тому числі 40 годин аудиторних та 80 годин самостійного вивчення. При визначенні структури дисципліни враховано тенденцію до наближення навчального процесу до практики

## **2. Мета та завдання дисципліни**

Дисципліна викладається з метою набуття студентами знань про вплив та особливості організації ефективних бізнес-комунікацій у сфері культури.

Завдання викладання дисципліни:

- ознайомити здобувача вищої освіти із предметом, сутністю та змістом бізнес-комунікацій та їх особливостями на різних етапах життєвого циклу організації сфери культури;
- вивчити види ділових комунікацій та їх особливості;
- набути здобувачем вищої освіти знань про особливості реалізації результативного комунікаційного процесу;
- ознайомити здобувача вищої освіти із особливостями маркетингових комунікацій у сфері культури;
- ознайомити здобувача вищої освіти із особливостями ділового листування, у тому числі й електронного;

– ознайомити здобувача вищої освіти із психологічними прийомами ділового спілкування та методами психологічної діагностики;

– вивчення особливостей ділового протоколу та крос-культурних комунікацій у сфері культури.

Згідно освітньо-професійної програми 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» другого (магістерського) рівня вищої освіти у студентів у процесі вивчення дисципліни мають бути сформовані наступні компетенції:

**загальні:**

– здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу і встановлення взаємозв'язків між явищами та процесами;

– здатність до пошуку, обробки та аналізу інформації з різних джерел та уміння створювати бази даних і використовувати інтернет-ресурси для вдосконалення та підвищення своєї фахової та педагогічної майстерності;

– здатність генерувати нові ідеї та проявляти креативність в їх реалізації;

– здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети, працювати в команді;

– здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності) і працювати у міжнародному контексті;

– здатність діяти на основі етичних міркувань, соціально відповідально і свідомо і безпечно.

**фахові:**

– здатність до експертизи та надання консультаційної допомоги у розробленні соціально-культурних проектів і програм;

– здатність володіти сучасними технологіями менеджменту соціокультурної діяльності та ефективно їх використовувати в процесі професійної діяльності;

– здатність до практичної адаптації науково-обґрунтованих соціокультурних практик в умовах конкуренції.

### **3. Очікувані результати навчання**

У результаті вивчення дисципліни здобувач вищої освіти повинен:

**знати:**

– основні нормативно-правові документи на яких базується комунікаційний процес сучасної організації сфери культури;

– основні види бізнес-комунікацій, їх переваги та недоліки та особливості практичної реалізації;

– чинники, що впливають на ефективні «внутрішні» та «зовнішні» бізнес-комунікації організації сфери культури;

– особливості використання невербальних комунікацій у практичній діяльності організацій сфери культури;

– основні види комунікаційних бар'єрів;

- елементи, етапи та правила ефективного комунікаційного процесу;
- основні вимоги та процедуру ділового листування, у тому числі й електронного;
- основні правила телефонного спілкування;
- особливості ділового протоколу та основні правила етикету ділових відносин у неформальних умовах;
- фактори, які позитивно впливають бізнес-комунікацій організації сфери культури;
- зміст, структуру та особливості практичного використання маркетингових комунікацій в процесі діяльності організації сфери культури;
- чинники, що впливають на ефективність застосування комплексу маркетингових комунікацій організацією сфери культури;
- розуміти зв'язок усіх видів бізнес-комунікацій у системі управління організацією сфери культури;
- оцінювати вплив зовнішніх чинників на розвиток маркетингових комунікацій у системі управління організацією сфери культури;
- сутність, види та особливості реалізації крос-культурних комунікацій.

**вміти:**

- використовувати основні нормативно–правові документи у комунікаційному процесі;
- пояснити у чому полягають закономірності між особових стосунків;
- проводити ділові переговори;
- розробляти програму проведення ділових переговорів з іноземцями із урахуванням їх національних особливостей;
- використовувати правила ділового етикету у процесі управління та у громадських місцях;
- розрізняти основні види ділових прийомів;
- дотримуватися правил етикету телефонного спілкування;
- правильно використовувати невербальні комунікацій у діловому середовищі;
- правильно формувати повідомлення та обирати канал його передачі;
- ідентифікувати фактори, що впливають на ефективність комунікаційного процесу;
- розробляти рекомендації щодо удосконалення комунікаційних процесів;
- використовувати основні підходи соціологічних та психологічних моделей комунікацій в практичній діяльності організацій сфери культури;
- оцінювати рівень ефективності комунікацій за допомогою когнітивної карти;
- проводити ділове листування;
- виявляти недоліки та помилки в процесі ділового листування;
- розробляти маркетингові комунікаційні програми для організації сфери культури.

### **Програмні результати навчання (згідно ОПП):**

- Знання предметної області та розуміння професійної діяльності.
- Здійснювати пошук, аналіз і оцінку інформації, необхідної для постановки і вирішення як професійних завдань так і особистісного розвитку.
- Використовувати на практиці фаховий науково-термінологічний апарат, вміти представляти підсумки виконаної роботи у вигляді звітів, рефератів, статей, оформлених відповідно до наявних вимог.
- Володіти знаннями щодо організації та управління у сфері культури, соціокультурній діяльності.
- Організувати та здійснювати комунікації з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті.
- Використовувати міждисциплінарний підхід до вирішення поставлених професійних завдань, як у науково-дослідницькій, так і у практичній роботі.
- Рейтингувати та оцінювати ризики, приймати конкурентноспроможні рішення в соціокультурній сфері.
- Практикувати використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій в менеджменті соціокультурної діяльності.
- Володіти спеціалізованими концептуальними знаннями, набутими у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень, які є основою для креативного мислення та інноваційної діяльності.
- Застосовувати отримані знання при виконанні завдань та обов'язків професійного характеру, демонструючи обізнаність у менеджменті та маркетингу сучасних світових соціокультурних практик.
- Демонструвати здатність до аналітичного мислення у професійних питаннях та проблемах менеджменту соціокультурної діяльності.

#### 4. Обсяг дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Галузь знань 02 Культура і мистецтво	Вибіркова навчальна дисципліна	
	Спеціальність 028 Менеджмент соціокультурної діяльності		
Модулів – 3	Освітньо-професійна програма «Менеджмент соціокультурної діяльності»	<b>Рік підготовки:</b>	
Змістових модулів – 3		1-й	1-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання		<b>Семестр</b>	
Загальна кількість годин – 120		2-й	2-й
		<b>Лекції</b>	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2,3 самостійної роботи студента – 4,7	Освітній ступінь: магістр	20 год.	6 год.
		<b>Практичні, семінарські</b>	
		20 год.	6 год.
		<b>Лабораторні</b>	
		0 год.	0 год.
		<b>Самостійна робота</b>	
		80 год.	108 год.
		<b>Індивідуальні завдання: 0 год.</b>	
Вид контролю: екзамен	Вид контролю: Екзамен Контрольна робота		

## **5. Передумови**

Ефективність засвоєння змісту дисципліни «Бізнес-комунікації у сфері культури» значно підвищиться, якщо студент попередньо опанував матеріалом таких дисципліни як: риторика, діловодство, менеджмент і маркетинг соціокультурної діяльності.

## **6. Технічне й програмне забезпечення / обладнання**

У період сесії бажано мати мобільний пристрій (телефон) для оперативної комунікації з деканатом. Викладачем та методистом кафедри з приводу проведення навчальних занять і консультацій. У міжсесійний період – комп'ютерну техніку (з виходом у глобальну мережу Інтернет) та оргтехніку для комунікації з викладачем, деканатом та кафедрою з метою виконання завдань самостійної роботи.

## **7. Політика дисципліни**

При організації освітнього процесу в Інституті мистецтв Рівненського державного гуманітарного університету здобувачі вищої освіти. Викладачі, методисти та адміністрація діють відповідно до Положення про організації освітнього процесу у РДГУ, Положення про академічну доброчесність, Положення про оцінювання знань і умінь студентів, Положення про практики студентів, Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти, Положення про державну атестацію студентів.

## 8. Навчально-методична карта дисципліни

Теми заняття, кількість годин	Форма діяльності	Методи навчання і оцінювання	Матеріали	Література, інформаційні ресурси	Завдання самостійної роботи, години	Оцінювання самостійної роботи	Терміни виконання самостійної роботи
01	02	03	04	05	06	07	08
<b>Змістовний модуль 1. Особливості бізнес-комунікацій</b>							
Тема: Сутність та зміст бізнес-комунікацій (2 год)	Лекція	МН1	Матеріали лекції	5, 16	1. Поняття комунікації у сучасній науковій думці. 2. Наукові підходи дослідника Г. Почепцова до комунікації як до об'єкта: традиційний, прикладний, загальнотеоретичний, фізіологічний, психологічний та соціологічний. 3. Нормативно-правові засади бізнес-комунікацій у сфері культури	В балах	Впродовж двох тижнів після проведення аудиторного лекційного заняття
Тема: Особливості бізнес-комунікацій (2 год)	Практичне	МН2, МО2	Методичні вказівки				
Тема: Види комунікацій та їх особливості (2 год)	Лекція	МН1	Матеріали лекції	5,7,16	1. Види «внутрішніх» комунікацій (горизонтальна, вертикальна, діагональна, неформальна та ін.) організації сфери культури. 2. Види «зовнішніх» комунікацій організації сфери культури 3. Комунікаційні бар'єри. 4. Форми бізнес-комунікацій.	В балах	Впродовж двох тижнів після проведення аудиторного лекційного заняття
Тема: Види комунікацій та їх особливості (2 год)		Практичне	МН2, МН4, МО2, МО4	Методичні вказівки			



01	02	03	04	05	06	07	08
<b>Змістовний модуль 2. Технологія бізнес-комунікацій у сфері культури</b>							
Тема: Технологія бізнес-комунікацій у сфері культури (2 год)	Лекція	МН1	Матеріали лекції	4, 16,21	1. Комунікаційний процес (сутність, характеристика основних складових). 2. Вимоги до повідомлень. 3 Засоби бізнес-комунікацій. 4. Забезпечення ефективної технології бізнес-комунікацій у сфері культури	В балах	Впродовж двох тижнів після проведення аудиторного лекційного заняття
Тема: Технологія бізнес-комунікацій у сфері культури (2 год)	Практичне	МН2, МН4, МО2, МО4	Методичні вказівки				
Тема: Соціологічні та психологічні моделі комунікацій (2 год)	Лекція	МН1	Матеріали лекції	4,9,12,15,21	1. Соціологічні та психологічні моделі бізнес-комунікацій: двоступенева модель комунікації, «спіраль мовчання», дифузна теорія, «структура новини». 2. Когнітивна картка та особливості її практичного використання. 3. Моделі іміджевої та пропагандистської комунікацій у сфері культури	В балах	Впродовж двох тижнів після проведення аудиторного лекційного заняття
Тема: Особливості застосування соціологічних та психологічних моделей комунікацій у сфері культури (2 год)	Практичне	МН2, МН3, МО7, МО9	Методичні вказівки				

## Продовження таблиці

01	02	03	04	05	06	07	08
Тема: Ділове листування (2 год)	Лекція	МН1	Матеріали лекції	3,6,8,9,14	1. Види бізнес-документів та особливості їх оформлення. 2. Правила ділового листування. 3. Правила складання ділового листа та його будова. 4. Електронне ділове листування. 5. Забезпечення ефективного ділового листування організацій сфери культури	В балах	Впродовж двох тижнів після проведення аудиторного лекційного заняття
Тема: особливості ділового листування організацій сфери культури (2 год)	Практичне	МН2, МН3, МО7, МО9	Методичні вказівки				
Тема: Особливості використання маркетингових комунікацій у практичній діяльності організацій сфери культури (4 год)	Лекція	МН1	Матеріали лекції	7,10,21	1. Комерційна сфера культури і маркетинг. 2. Маркетингова політика комунікацій організації сфери культури: поняття та функції. 3. Види маркетингових комунікацій у сфері культури (реклама, директ-маркетинг, брендінг, PR- діяльність, пабліситі, засоби стимулювання збуту, програми лояльності, спонсорство, особисті продажі, торгові презентації). 4. Маркетингові комунікації у системі управління організацією сфери культури. 5. Функції менеджера з питань маркетингу організації сфери культури. 6. Інструменти маркетингових комунікацій у сфері культури. 7. Механізм взаємодії інтегрованих маркетингових комунікацій в практичній діяльності організацій сфери культури	В балах	Впродовж двох тижнів після проведення аудиторного лекційного заняття
Тема: Особливості використання маркетингових комунікацій у практичній діяльності організацій сфери культури (4 год)	Практичне	МН2, МН3, МО7, МО9	Методичні вказівки				

01	02	03	04	05	06	07	08
Тема: Крос-культурні комунікації (2 год)	Лекція	МН1	Матеріали лекції	2,17,18,19,20	1. Крос-культурні комунікації: сутність, види та особливості практичної реалізації. 2. Комунікативні бар'єри у крос-культурних комунікаціях. 3. Етичні принципи ефективної крос-культурної комунікації. 4. Моделі ефективної крос-культурної комунікації.	В балах	Впродовж двох тижнів після проведення аудиторного лекційного заняття
Тема: : Крос-культурні комунікації (2 год)	Практичне	МН2, МН3, МО5, МО7, МО9	Методичні вказівки				
<b>Змістовний модуль 3. Способи оформлення ефективних бізнес-комунікацій у сфері культури</b>							
Тема: Ділове спілкування як складова іміджу організації сфери культури (2 год)	Лекція	МН1	Матеріали лекції	1,2,3,4,9,11, 12,13,15,20	1. Вплив бізнес-комунікацій на імідж організації сфери культури. 2. Ділове спілкування як компонент корпоративної культури організації. 3. Етика ділових комунікацій. 4. Дресс-код.	В балах	Впродовж двох тижнів після проведення аудиторного лекційного заняття
Тема: Ділове спілкування як складова іміджу організації сфери культури (2 год)	Практичне	МН2, МН3, МО5, МО7, МО9	Методичні вказівки				
Тема: Діловий етикет та протокол (2 год)	Лекція	МН1	Матеріали лекції	3,13,20	1. Ділова атрибутика. 2. Діловий протокол. 3. Етикет керівника (різних рівнів управління) організації сфери культури 4. Особливості вітчизняного та зарубіжного ділового етикету та протоколу.	В балах	Впродовж двох тижнів після проведення аудиторного лекційного заняття
Тема: Діловий етикет та протокол (2 год)	Практичне	МН2, МН3, МО5, МО7, МО9	Методичні вказівки				

## МЕТОДИ НАВЧАННЯ

- МН1 –словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо);
- МН2 –практичний метод (лабораторні та практичні заняття);
- МН3 –наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій);
- МН4 – робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату);
- МН5 – відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);
- МН6 –самостійна робота (розв'язання програмних завдань);
- МН7 – індивідуальна науково-дослідна робота студентів.

## МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

- МО1 –екзамени;
- МО2 –усне або письмове опитування
- МО3 - колоквиум,
- МО4 –тестування;
- МО5 – командні проекти;
- МО6 – реферати, есе;
- МО7 – презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- МО8 –студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- МО9 – захист лабораторних і практичних робіт;
- МО10 –екзамен.

## 9. Політика доброчесності

Здобувач вищої освіти виконуючи самостійну або індивідуальну роботу (реферат, контрольну роботу тощо) повинен дотримуватись політики доброчесності. У разі наявності плагіату в індивідуальній роботі здобувача вищої освіти він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати ще раз індивідуальні завдання, які передбаченні у силабусі.

## 10. Система оцінювання та вимоги

Види контролю: поточний, модульний, підсумковий.

Методи контролю: спостереження за навчальною діяльністю студентів, усне опитування, письмовий контроль, тестовий контроль.

Форма контролю: екзамен.

Критерії оцінювання. Еквівалент оцінки в балах для кожної окремої теми може бути різний, загальну суму балів за тему визначено в розподіл балів, які отримують студенти при вивченні дисципліни.

Рівень знань оцінюється згідно Положення про оцінювання знань і умінь студентів РДГУ:

Суми балів за 100-бальною шкалою	Оцінка в ЄКТС	Значення оцінки ЄКТС	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка за національною шкалою	
					екзамен	залік
90-100	A	відмінно	здобувач вищої освіти виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно здобувати знання, без допомоги викладача знаходить і опрацьовує необхідну інформацію, вміє використовувати набуті знання і вміння для прийняття рішень у нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді, самостійно розкриває власні здібності	Високий (творчий)	відмінно	зараховано
82-89	B	дуже добре	здобувач вищої освіти вільно володіє теоретичним матеріалом, застосовує його на практиці, вільно розв'язує вправи і задачі у стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна	Достатній (конструктивно-каріативний)	добре	
74-81	C	добре	здобувач вищої освіти вміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, загалом самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, з-поміж яких є суттєві, добирати аргументи для підтвердження думок			
64-73	D	задовільно	здобувач вищої освіти відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, за допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, з-поміж яких є значна кількість суттєвих	Середній (репродуктивний)	задовільно	
60-63	E	достатньо	здобувач вищої освіти володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні			

Продовження таблиці

35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання семестрового контролю	здобувач вищої освіти володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу	Низький (рецептивно- продуктивний)	незадовільно	Не зараховано
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням залікового кредиту	здобувач вищої освіти володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів			

Підсумкова (загальна) оцінка з навчальної дисципліни є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи (модульний контроль); оцінка (бали) за виконання лабораторних досліджень; оцінка (бали) за практичну діяльність під час практик; оцінка за ІНДЗ; оцінка (бали) за контрольну роботу; оцінка (бали) за участь у наукових конференціях, олімпіадах, підготовку наукових публікацій тощо.

Здобувачам вищої освіти надається право підвищувати свій рейтинг лише шляхом складання іспитів за графіком екзаменаційної сесії.

Іспит виставляється за результатами поточного модульного контролю, проводиться по завершенню вивчення навчальної дисципліни із урахуванням балів підсумкового тесту (екзамену).

### **Розподіл балів, які отримують студенти при вивченні дисципліни «Бізнес-комунікації у сфері культури»**

Поточне тестування та самостійна робота								Підсумковий тест (екзамен)	Сума
Змістовний модуль 1		Змістовний модуль 2				Змістовний модуль 3			
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8		
5	5	5	5	5	5	5	5	40	100
Модульний контроль – 5		Модульний контроль – 10				Модульний контроль – 5			

### **Питання для підготовки до підсумкового контролю (екзамену)**

1. Назвіть відмінності між категоріями «спілкування» та «комунікації».
2. Дайте визначення терміну «комунікація» як множинної категорії.
3. Опишіть характеристики, переваги та недоліки основних наукових підходів дослідника Г. Почепцова до «комунікації» як об'єкта: традиційний, прикладний, загальнотеоретичний, фізіологічний, психологічний та соціологічний підходи.
4. Назвіть основні нормативно-правові документи на яких базується комунікаційний процес сучасної організації сфери культури.
5. Назвіть основні види бізнес-комунікацій.
6. Охарактеризуйте основні фактори, що впливають на ефективні «внутрішні» та «зовнішні» комунікації організації сфери культури.
7. Опишіть основні види комунікаційних бар'єрів.
8. Визначить переваги та недоліки основних форм бізнес-комунікацій.
9. Назвіть основні елементи та етапи комунікаційного процесу.
10. Охарактеризуйте основні вимоги до повідомлень.
11. Опишіть правила ефективних комунікацій у сфері культури.
12. Назвіть основні соціологічні та психологічні моделі комунікацій.
13. Назвіть реквізити когнітивної карти.

14. Охарактеризуйте особливості іміджевих, пропагандистських, соціологічних і психологічних моделей бізнес-комунікації.
15. Опишіть процедуру створення (правильного оформлення) ділового листування.
16. Охарактеризуйте структуру маркетингових комунікацій.
17. Назвіть фактори, що впливають на ефективність застосування комплексу маркетингових комунікацій організацією сфери культури.
18. Охарактеризуйте фактори, що впливають на результативність зв'язків з громадськістю.
19. Опишіть процедуру планування, організації та здійснення зв'язків з громадськістю.
20. Назвіть основні етапи процесу розробки програми стимулювання збуту культурного продукту;
21. Назвіть функції ділового спілкування.
22. Назвіть фактори, що впливають на сприятливий психологічний клімат ділового спілкування.
23. Охарактеризуйте специфічні проблеми формування переговорної культури організацій сфери культури.
24. Назвіть соціальні типи ділового спілкування.
25. Опишіть особливості ділових прийомів з розміщення.
26. Назвіть та охарактеризуйте основні правила розміщення за столом під час ділового протоколу.
27. Опишіть порядок підготовки прийому ділових партнерів.
28. Назвіть основні правила телефонного спілкування.
29. Опишіть особливості ділового протоколу.
30. Охарактеризуйте ділову атрибутику організації сфери культури.
31. Назвіть основні правила етикету ділових відносин у неформальних умовах.
32. Охарактеризуйте складові іміджу ділової людини.
33. Поясніть, за допомогою прикладів, сутність комунікаційного процесу.
34. Охарактеризуйте роль шумів у комунікаційному процесі (наведіть приклади).
35. Розкрийте особливості міжособистісних комунікацій; вкажіть перешкоди, які виникають при їх здійсненні та напрями усунення.
36. Охарактеризуйте організаційні комунікації у сфері культури.
37. Комунікативні бар'єри у крос-культурних комунікаціях.
38. Назвіть особливості спілкування з іноземними діловими партнерами.
39. Назвіть вимоги до дресс-коду для чоловіка та жінки.
40. Управління внутрішніми комунікаціями організації сфери культури.
41. Зв'язки з громадськістю як складова бізнес-комунікацій у сфері культури.
42. Структура і функції конфліктів у діловій комунікації.
43. Інтернет як інструмент ділової комунікації.
44. Роль Інтернету у розвитку маркетингових комунікацій організацій сфери культури.



45. Міжкультурні проблеми і бар'єри у бізнес-комунікаціях організацій сфери культури.
46. Особливості ділової комунікації в різних країнах.
47. Діловий етикет і його вплив на бізнес-комунікацію.
48. Соціокультурні домінанти комунікації.
49. Вербальна і невербальна інформація у бізнес-комунікації.
50. Опишіть правила поведінки за столом.

### **Теми контрольних робіт (за вибором студента)**

1. Адміністративна етика.
2. Складові іміджу організації сфери культури
3. Складові іміджу ділової людини.
4. Складові іміджу керівників (різних рівнів управління) сфери культури
5. Складові іміджу працівника організації сфери культури
6. Особливості проведення зборів і нарад.
7. Національні особливості ділового спілкування.
8. Сучасні теорії між особових стосунків.
9. Національні особливості ділового спілкування європейців.
10. Національні особливості ділового спілкування американців.
11. Національні особливості ділового спілкування представників Сходу (Китай, Японія, Корея).
12. Національні особливості ділового спілкування представників арабських країн.
13. Національні особливості вітчизняного ділового спілкування.
14. Фактори, що впливають на результативність зв'язків з громадськістю.
15. Фактори, що впливають на ефективність застосування комплексу маркетингових комунікацій організацією сфери культури.
16. Ринок маркетингових комунікацій сфери культури.
17. Система маркетингових комунікацій у внутрішньому середовищі організацій сфери культури.
18. Моделі планування комплексу маркетингових комунікацій для організацій сфери культури.
19. Інформаційні технології сучасної організації сфери культури.
20. Особливості документування проведення нарад.
21. Роль ділових паперів в сучасному управлінні організацією сфери культури.
22. Основні підходи соціологічних та психологічних моделей комунікацій в практичній діяльності організації сфери культури.
23. Когнітивна карта як один із видів оцінки рівня ефективності комунікацій організації сфери культури.
24. Макро-правила ділових комунікацій В. Кинча та Т. ван Дейка.
25. Модель іміджевої комунікації.
26. Фактори, що впливають на процес мовлення (мовленеву комунікацію).
27. Проблеми використання іміджевої комунікацій в процесі управління організацією сфери культури (за вибором студента).

28. Роль зворотнього зв'язку в комунікаційному процесі.
29. Сучасні засоби комунікацій.
30. Фактори, що формують та впливають на ефективні комунікації в організаціях сфери культури.
31. Правила ефективного комунікаційного процесу.
32. Особливості використання «внутрішніх» комунікацій в організаціях сфери культури.
33. Особливості використання «зовнішніх» комунікацій в організаціях сфери культури.
34. Бар'єри бізнес-комунікацій.
35. Форми бізнес-комунікацій.
36. Методи удосконалення бізнес-комунікацій.
37. Особливості використання невербальних комунікацій в процесі проведення ділових переговорів.
38. Роль і значення невербальних комунікацій в процесі управління організацією сфери культури.
39. Ділові комунікації як фактор ефективного управління організацією сфери культури.
40. Бізнес-комунікації – невід'ємна складова інформаційного суспільства.

## **12. Рекомендована література**

### **Основна**

1. Абрамович С. Мовленнєва комунікація. К.: Центр навчальної літератури, 2004.
2. Близнюк Т.П. Крос-культурні особливості комунікацій в Україні. Економіка розвитку. 2011. №1(57). С. 72-74.
3. Зусін В.Я. Етика та етикет ділового спілкування. К.: Центр навчальної літератури, 2005.
4. Орбан-Лембрик Л. Психологія професійної комунікації. К.: Книги XXI, 2016.
5. Осовська Г.В. Комунікації в менеджменті. К.: Кондор, 2003.
6. Палеха Ю.І. Організація загального діловодства. К.: Ліра-К., 2009.
7. Примак Т.О. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством: Монографія. К.: ООО «Експерт», 2001.
8. Тимошенко Н.Л. Корпоративна культура: діловий етикет. К.: Знання, 2006.

### **Допоміжна**

9. Кизилова В.В. Теорія і практика мовленнєвої комунікації. Луганськ: ДЗ ЛНУ ім. Тараса Шевченка, 2011.
10. Ковшова І.О. Путівник із маркетингу. К.: НаУКМА; Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017.
11. Макаренко Є.А. Віртуальна дипломатія. К.: Центр вільної преси, 2010.
12. Мессинжер Ж. и к. Я вижу вас насквозь. Научитесь читать человека как книгу. Харьков: Книжный клуб «Клуб семейного досуга». 2014.
13. Палеха Ю.І. Ділова етика. К.: Видавництво Європ. у-ту, 2002.

14. Палеха Ю.І. Документаційне забезпечення управління. К.: МАУП, 1997.
15. Пиз А. Язык телодвижений. Как читать мысли окружающих по их жестам. М. : Эксмо, 2005.
16. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. К.: Видавничий центр «Київський ун-т», 1999.

### **13. Інформаційні ресурси**

17. Алдошина М. В. Крос-культурні комунікації в галузі туризму в умовах глобалізації URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2014\\_3\\_32](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_3_32)
18. Ботвина Н.В. Міжнародні культурні традиції: мова та етика ділової комунікації. К. : АртЕк, 2008. URL: [http://megalib.com.ua/book/104\\_Mijnarodni\\_kylytrni\\_tradicii\\_mova\\_ta\\_etika\\_dilovoi\\_komunikacii.html](http://megalib.com.ua/book/104_Mijnarodni_kylytrni_tradicii_mova_ta_etika_dilovoi_komunikacii.html)
19. Кияниця Є.О. Реклама як інструмент крос-культурної комунікації URL: [http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/4927/1/Y\\_Kiyanicya\\_13\\_11\\_14\\_konf\\_GI.pdf](http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/4927/1/Y_Kiyanicya_13_11_14_konf_GI.pdf)
20. Мясоедов С.П. Кросс-культурный менеджмент. URL: [https://stud.com.ua/79805/menedzhment/kross-kulturnyy\\_menedzhment](https://stud.com.ua/79805/menedzhment/kross-kulturnyy_menedzhment)
21. Степанов В.Ю. Інформаційний маркетинг у сфері культури. URL: [www.irbis-nbuv.gov.ua > cgi-bin](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin)