

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Директор ННІ «Каразінський інститут
міжнародних відносин та туристичного бізнесу»
Микола ПИСАРЕВСЬКИЙ



Робоча програма навчальної дисципліни

Комунікативний менеджмент

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

освітня програма «Туристичний бізнес»

вид дисципліни обов'язкова

ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

2026/ 2027 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

“ 27” серпня 2026 року, протокол № 1

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ:

канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу Ірина ШАМАРА

Програму схвалено на засіданні кафедри світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

Протокол від “26” серпня 2026 року № 1

Завідувач кафедри світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу



доц. Анатолій ПАРФІНЕНКО

Програму погоджено з гарантом освітньої програми «Туристичний бізнес» за першим (бакалаврським) рівнем

Гарантка освітньої програми «Туристичний бізнес» за першим (бакалаврським) рівнем



доц. Олена ЄВТУШЕНКО

Програму погоджено науково-методичною комісією ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

Протокол від “27” серпня 2026 року № 1

Голова науково-методичної комісії ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»



доц. Ганна ПАНАСЕНКО

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент» складена відповідно до освітньо-професійної програми «Туристичний бізнес»

Підготовки бакалавра

за спеціальністю 242 - «Туризм і рекреація»

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни

Мета курсу «Комунікативний менеджмент». До одного з головних факторів, що негативно впливають на рівень конкурентоспроможності вітчизняної індустрії туризму, керівники багатьох підприємств відносять недостатній рівень комунікативної компетентності значної кількості своїх співробітників. Професійно-комунікативна підготовка персоналу є найбільш вузьким місцем у всій системі професійної підготовки фахівців для сфери туризму.

Необхідність з системних наукових позицій та з урахуванням специфіки галузі комплексно представити питання, що пов'язані з розкриттям механізмів ефективного професійного спілкування та особливостей комунікативної взаємодії працівників сфери туризму з клієнтами та діловими партнерами, з визначенням оптимальних способів комунікативного управлінського впливу на співрозмовників, забезпеченням їх результативної поведінки в різних ділових ситуаціях формує мету вивчення дисципліни «Комунікативний менеджмент» Відповідно до програми, що пропонується, під час вивчення дисципліни «Комунікативний менеджмент» студенти отримають знання, та набувають практичних навичок і компетенції щодо ефективного спілкування з колегами, клієнтами та діловими партнерами туристичних підприємств і організацій.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни:

- сформувані у студентів знання про сутність, функції та принципи комунікативного менеджменту в сучасних організаціях;
- навчити ефективним методам організації внутрішніх та зовнішніх комунікацій;
- розвинути практичні навички ділового спілкування, ведення переговорів та управління конфліктами;
- ознайомити з інструментами формування корпоративної культури та іміджу підприємства;
- навчити використовувати сучасні комунікативні технології у менеджменті;
- сформувані здатність критично оцінювати комунікативні процеси та приймати управлінські рішення для підвищення ефективності діяльності організації.

1.3. Кількість кредитів 5 кредитів

1.4. Загальна кількість годин 150 годин.

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
За вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
4-й	4-й
Семестр	
7-й	7-й
Лекції	
26 год.	14 (2 Zoom + 12 Moodle.)
Практичні, семінарські заняття	
16 год.	год.
Самостійна робота	
108 год.	136 год.

1.6. Перелік компетентностей, що формує дана дисципліна:

- формування наступних загальних компетентностей:

ЗК 3. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо

ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел

ЗК 7. Здатність працювати в міжнародному контексті

ЗК 8. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій

ЗК 9. Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми

ЗК 10. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово

ЗК 12. Навички міжособистісної взаємодії

ЗК 13. Здатність планувати та управляти часом

ЗК 14. Здатність працювати в команді та автономно

- формування наступних фахових компетентностей:

СК1.Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності

СК 2.Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

СК 9.Здатність забезпечувати безпеку туристів у звичайних та складних форс-мажорних обставинах

СК 13. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації

1.7. Заплановані результати навчання

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти мають досягти наступних результатів:

ПРН5 Аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території.

ПРН7 Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.

ПРН15 Проявляти толерантність до альтернативних принципів та методів виконання професійних завдань.

ПРН18 Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях.

1.8. Пререквізити: «Організація туристичних подорожей», «Маркетинг в туризмі»

2. ВИКЛАД ЗМІСТУ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Розділ 1. Мета та завдання комунікативного менеджменту

Тема 1. Теоретичні засади комунікативного менеджменту

Комунікологія та комунікативістика як нові міждисциплінарні наукові напрями, що формують теорію і практику соціальних комунікацій. Історичні основи комунікології. Основні категорії і поняття комунікології. Передумови та фактори комунікативного процесу. Моделі комунікативного процесу. Природа спілкування, форми, типи, види і рівні спілкування. Комунікативний, перцептивний та інтерактивний аспекти спілкування. Контекст спілкування та фактори, що його формують. Неформальне, рольове та ділове спілкування. Загальні принципи спілкування. Професійне та ділове спілкування в туризмі, його роль і функції. Фактори ефективного ділового та професійного спілкування. Комунікаційні бар'єри та їх види. Етичні принципи спілкування. Зміст і завдання комунікативного менеджменту у сфері туризму. Комунікативний вплив. Способи комунікативного впливу. Комунікативна компетентність менеджера туристичної організації. Особливості комунікації працівників сфери туризму. Структура комунікативної компетентності менеджера. Тренінг комунікативної компетентності менеджера туристичного підприємства.

Тема 2. Психодіагностика в туризмі

Соціальна перцепція як передумова успішної комунікативної взаємодії. Проблематика процесів сприйняття і розуміння партнера по спілкуванню. Зміст та основні поняття психодіагностики. Методи психодіагностики. Візуальна психодіагностика партнера по спілкуванню. Завдання візуальної психодіагностики та основні джерела отримання візуальної інформації про властивості психіки людини. Оцінка особистісного іміджу людини. Перше враження про людину. Оцінка факторів, що впливають на перше враження. Оцінка психологічних особливостей конституції людини. Психологічна оцінка рис обличчя, очей, мови погляду, рухів, сміху, голосу, мовлення людини. Психологічний аналіз клієнтів туристичних підприємств. Психотипи туристів. Основні наукові підходи до психологічної типології туристів. Мотиваційні аспекти поведінки туристів. Психологічна оцінка поведінки споживачів туристичних послуг та ділових партнерів в процесі спілкування. Аналіз невербальної поведінки. Оцінка емоційного стану партнера по спілкуванню. Діагностика нещирої поведінки партнера по спілкуванню.

Тема 3. Вербальне спілкування в комунікативній практиці фахівців з туризму

Природа і зміст вербального (лінгвістичного) спілкування. Зміст та структура вербального комунікативного акту. Промова як основна форма комунікативної активності менеджера туризму. Поняття дискурсу та його форми. Види професійного дискурсу працівників туристичних організацій. Семіотика мовної комунікації. Знакові системи, що використовуються в практиці туристичного бізнесу. Використання жанрів усного мовлення менеджером туристичного підприємства. Методика і організація монологічного та діалогічного мовлення. Публічний виступ. Ораторське мистецтво та риторичний менеджмент. Структура розмови. Теорія і практика аргументації, доказу та переконання. Техніка «малої розмови». Техніка привітання. Презентація менеджером туристичного продукту. Методика і практика проведення презентації в процесі туристичного обслуговування. Комунікативна практика

особистого продажу. Ділові переговори і наради. Методика і практика ведення ділових переговорів та нарад. Методика і практика ведення дебатів, полеміки, телефонних розмов, проведення інтерв'ю. Техніки мовлення. Правила ефективного слухання. Проблеми у професійному спілкуванні менеджерів сфери туризму.

Тема 4. Невербальне спілкування в комунікативній практиці фахівців з туризму

Сутність та особливості невербального (паралінгвістичного) спілкування. Кинесика, проксиміка, окулістика, тактиліка, вокаліка, об'єктика та хроніміка в комунікативній практиці менеджера туристичного підприємства. Символіка кольору. Методика і практика невербального спілкування менеджера туристичного підприємства. Формування ділового іміджу працівника підприємства туристичного бізнесу як інструмента комунікативного впливу. Складові ділового іміджу менеджера. Зовнішній вигляд, манери та зовнішні атрибути у формуванні комунікативного стилю менеджера.

Розділ 2. Міжкультурна комунікація в індустрії туризму

Тема 5. Міжкультурна комунікація в індустрії туризму

Роль і місце туризму в міжкультурній комунікативній взаємодії. Поняття, проблеми та особливості міжкультурного спілкування. Поняття культури в міжкультурній комунікації. Типологія культур: моноактивна, поліактивна та реактивна, колективістська та індивідуалістська, висококонтекстна та низькоконтекстна, монохронічна та поліхронічна, вербальна та невербальна. Національні стереотипи. Міжкультурна компетентність менеджера туристичної організації, її складові. Особливості національних стилів ділового спілкування в країнах Європи та Англо-Америци. Особливості національних стилів ділового спілкування в країнах Азії. Мова жестів в різних культурах та країнах.

Тема 6. Технології комунікативного менеджменту

Природа психологічного маніпулювання в контексті комунікативної взаємодії менеджера туризму. Причини виникнення маніпулятивного впливу на поведінку людини. Методи та прийоми маніпулювання. Методи нейтралізації, протидії та захисту від маніпулювання. Використання трансакційної концепції спілкування Е. Берна в процесі побудови комунікативної взаємодії. Тактики спілкування. Основні поняття та положення теорії нейролінгвістичного програмування (НЛП), проблеми та перспективи її застосування в комунікативному менеджменті туристичних підприємств і організацій. Використання методик НЛП в комунікативній практиці менеджера. Електронне листування. Комунікаційна взаємодія за допомогою соціальних мереж.

Тема 7. Комунікативна культура та професійний етикет фахівців з туризму

Поняття і роль ділового та професійного етикету в туризмі. Принципи професійного та ділового етикету в туризмі. Етикет вітання, представлення та відповідей на питання клієнтів туристичної фірми. Психологічні аспекти етикету. Етикет телефонних розмов в туристичній фірмі. Культура професійного спілкування в туризмі. Складові комунікативної культури менеджера туристичного підприємства. Принципи комунікативної поведінки менеджера сфери туризму.

3. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Розділ 1. Мета та завдання комунікативного менеджменту												
Тема 1. Теоретичні засади комунікативного менеджменту	18	4	2			12	16	2				14
Тема 2. Психодіагностика в туризмі	18	4	2			12	16	2				14
Тема 3. Вербальне спілкування в комунікативній практиці фахівців з туризму	18	4	2			12	16	2				14
Тема 4. Невербальне спілкування в комунікативній практиці фахівців з туризму	18	4	2			12	16	2				14
Підготовка до поточної тестової контрольної роботи 1	12					12	14					14
Разом за розділом 1	84	16	8			60	78	8				70
Розділ 2. Міжкультурна комунікація в індустрії туризму												
Тема 5. Міжкультурна комунікація в індустрії туризму	20	4	4			12	18	2				16
Тема 6. Технології комунікативного менеджменту	18	4	2			12	18	2				16
Тема 7. Комунікативна культура та професійний етикет фахівців з туризму	16	2	2			12	18	2				16
Підготовка до поточної тестової контрольної роботи 2	12					12	18					18
Разом за розділом 2	66	10	8			48	72	6				66
Усього годин	150	26	16			108	150	14				136

4. ТЕМИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Теоретичні засади комунікативного менеджменту Комунікативний вплив. Способи комунікативного впливу. Комунікативна компетентність менеджера туристичної організації. Особливості комунікації працівників сфери туризму. Структура комунікативної компетентності менеджера. Тренінг комунікативної компетентності менеджера туристичного підприємства.	2
2	Тема 2. Психодіагностика в туризмі Психологічний аналіз клієнтів туристичних підприємств. Психотипи туристів. Основні наукові підходи до психологічної типології туристів. Мотиваційні аспекти поведінки туристів. Психологічна оцінка поведінки споживачів туристичних послуг та ділових партнерів впроцесі спілкування.	2
3	Тема 3. Вербальне спілкування в комунікативній практиці фахівців з туризму Ділові переговори і наради. Методика і практика ведення ділових переговорів та нарад. Методика і практика ведення дебатів, полеміки, телефонних розмов, проведення інтерв'ю. Техніки мовлення. Правила ефективного слухання. Проблеми у професійному спілкуванні менеджерів сфери туризму.	2
4	Тема 4. Невербальне спілкування в комунікативній практиці фахівців з туризму Формування ділового іміджу працівника підприємства туристичного бізнесу як інструмента комунікативного впливу. Складові ділового іміджу менеджера. Зовнішній вигляд, манери та зовнішні атрибути у формуванні комунікативного стилю менеджера.	2
5	Тема 5. Міжкультурна комунікація в індустрії туризму Особливості національних стилів ділового спілкування в країнах Європи та Англо-Америки. Особливості національних стилів ділового спілкування в країнах Азії. Мова жестів в різних культурах та країнах.	2
6		2
7	Тема 5. Міжкультурна комунікація в індустрії туризму Використання методик НЛП в комунікативній практиці менеджера. Електронне листування. Комунікаційна взаємодія за допомогою соціальних мереж.	2
8	Тема 7. Комунікативна культура та професійний етикет фахівців з туризму Складові комунікативної туристичного підприємства. Принципи комунікативної поведінки менеджера сфери туризму.	2
	Разом	16

5. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Комунікативний вплив. Способи комунікативного впливу. Комунікативна компетентність менеджера туристичної організації. Особливості комунікації працівників сфери туризму. Структура комунікативної компетентності менеджера. Тренінг комунікативної компетентності менеджера туристичного підприємства. Підготовка до опитування за вказаним планом.	12	14
2	Психологічний аналіз клієнтів туристичних підприємств. Психотипи туристів. Основні наукові підходи до психологічної типології туристів. Мотиваційні аспекти поведінки туристів. Психологічна оцінка поведінки споживачів туристичних послуг та ділових партнерів в процесі спілкування. Підготовка до виступів з доповідями за вказаними темами.	12	14
3	Ділові переговори і наради. Методика і практика ведення ділових переговорів та нарад. Методика і практика ведення дебатов, полеміки, телефонних розмов, проведення інтерв'ю. Техніки мовлення. Правила ефективного слухання. Проблеми у професійному спілкуванні менеджерів сфери туризму. Підготовка до виступів з доповідями за вказаними темами.	12	14
4	Формування ділового іміджу працівника підприємства туристичного бізнесу як інструмента комунікативного впливу. Складові ділового іміджу менеджера. Зовнішній вигляд, манери та зовнішні атрибути у формуванні комунікативного стилю менеджера. Підготовка до опитування за вказаним планом.	12	14
5	Підготовка до поточної тестової контрольної роботи 1	12	14
6	Особливості національних стилів ділового спілкування в країнах Європи та Англо-Америци. Особливості національних стилів ділового спілкування в країнах Азії. Мова жестів в різних культурах та країнах. Підготовка до опитування за вказаним планом.	12	16
7	Використання методик НЛП в комунікативній практиці менеджера. Електронне листування. Комунікаційна взаємодія за допомогою соціальних мереж. Підготовка до виступів з доповідями за вказаними темами.	12	16
8	Складові комунікативної культури менеджера туристичного підприємства. Принципи комунікативної поведінки менеджера сфери туризму. Підготовка до опитування за вказаним планом.	12	16
9	Підготовка до поточної тестової контрольної роботи 2	12	18
	Разом	108	136

6. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ (ПІДСУМКОВА РОБОТА)

Планом не передбачено

7. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Під час викладання дисципліни використовуються наступні методи: лекції, опитування, тестування, конспектування навчальної літератури, виконання індивідуальних розгляд проблемних ситуацій, рішення ситуаційних задач, мозкова атака. Методи активного навчання використовуються для тренування та розвитку творчого мислення студентів, формування в них відповідних практичних умінь та навичок. Вони стимулюють і підвищують інтерес до занять, активізують та загострюють сприймання навчального матеріалу.

8. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Засвоєння тем розділів (поточний контроль) здійснюється на практичних заняттях відповідно до контрольних цілей. Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки студентів до виконання конкретної роботи.

Поточний контроль і оцінювання результатів навчання передбачає виставлення оцінок за всіма формами проведення занять:

- контроль та оцінювання активності роботи студента під час лекційних та практичних занять (групова дискусія);
- контроль та оцінювання якості підготовки та розробки проектних завдань в ході самостійної роботи студентів;
- контроль засвоєння теоретичного та практичного матеріалу (у вигляді тестування);
- контроль та оцінювання вмінь вирішувати розрахункові, ситуаційні та інші задачі;
- контроль та оцінювання вмінь проводити дослідження та презентувати із застосуванням сучасних інформаційних та хмарних технологій;
- контроль та оцінювання вмінь та навичок вирішувати кейсові проблемні завдання із розподілом ролей в командах.

Підсумковий семестровий контроль здійснюється під час проведення заліку. Загальна кількість балів за успішне виконання залікових завдань – 40.

Структура залікової роботи: білет містить 40 тестових завдань, студент одержує 1 бал за кожну вірну відповідь.

УВАГА! У разі використання заборонених джерел на заліку студент на вимогу викладача залишає аудиторію та одержує загальну нульову оцінку (0).

У разі настання / подовження дії обставин непоборної сили здобувачам вищої освіти надається можливість скласти залікову роботу в тестовій формі (білет містить 40 тестових завдань, здобувач одержує 1 бал за кожну вірну відповідь) дистанційно на платформі Moodle в дистанційному курсі «Комунікативний менеджмент» – режим доступу: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=2336>.

9. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ

Приклад для заліку

Поточний контроль та самостійна робота									Сума		
Розділ 1					Розділ 2				Разом	Залік	Сума
T1	T2	T3	T4	ПКР 1	T5	T6	T7	ПКР 2			
3	3	3	3	19	3	3	3	20	60	40	100
опитування	доповідь	доповідь	опитування	Поточний контроль	опитування	доповідь	опитування	Поточний контроль			

T1, T2 ... T9 – теми розділів. КР- контрольна робота

Вивчення курсу – 60 балів (з них: активна робота на семінарських заняттях – максимально 21 бал; поточний тестовий контроль – максимально 39 балів).

Підсумковий контроль – 40 балів (40 тестових завдань, студент одержує 1 бал за кожну вірну відповідь).

Студент допускається до підсумкового семестрового контролю, якщо за результатами поточного контролю він набрав не менше 20 балів.

Критерії поточного оцінювання знань студентів.

Поточний контроль проводиться на кожному семінарському, практичному занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти із зазначеної теми (у тому числі, самостійно опрацьованого матеріалу) під час роботи на семінарських заняттях та набутих практичних навичок під час виконання завдань практичних робіт.

Усний виступ та виконання письмового завдання, тестування	Критерії оцінювання
3	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання.
2,5	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість

	тестових завдань.
2	В цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань
1,5	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань.
1	Частково володіє навчальним матеріалом не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки. Правильно вирішив окремі тестові завдання.
0	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань. Не вирішив жодного тестового завдання

Доповнення виступу:

1 бал отримують студенти, які глибоко володіють матеріалом, чітко визначили його зміст; зробили глибокий системний аналіз змісту виступу, виявили нові ідеї та положення, що не були розглянуті, але суттєво впливають на зміст доповіді, надали власні аргументи щодо основних положень даної теми.

0,5 бала отримують студенти, які виклали матеріал з обговорюваної теми, що доповнює зміст виступу, поглиблює знання з цієї теми та висловили власну думку.

Суттєві запитання до доповідей:

1 бал отримують студенти, які своїм запитанням до виступаючого суттєво і конструктивно можуть доповнити хід обговорення теми.

0,5 бала отримують студенти, які у своєму запитанні до виступаючого вимагають додаткової інформації з ключових проблем теми, що розглядається.

Зарахування неформальної освіти та додаткових активностей

1. Зарахування сертифікованих курсів

- Здобувачі вищої освіти можуть отримати додаткові бали за успішне проходження дистанційних курсів або тренінгів на провідних освітніх платформах (Coursera, Prometheus тощо), які тематично пов'язані зі змістом дисципліни.

- Умови зарахування:

- Студент має надати викладачеві офіційний документ (сертифікат або свідоцтво), що підтверджує успішне завершення курсу.

- Курс має бути погоджений з викладачем. Рекомендується обговорити вибір курсу заздалегідь.

- За успішне проходження одного курсу може бути зараховано до 5 балів додаткової поточної успішності.

2. Зарахування активної участі в наукових заходах

- Додаткові бали можуть бути нараховані за активну участь у наукових конференціях, семінарах, публікацію тез досліджень.

- Умови зарахування:

- Студент має надати офіційне звернення до викладача.

- До звернення необхідно додати підтверджуючі документи (сертифікати учасника конференції, копії наукових публікацій, витяги з протоколів тощо).

Кількість балів:

- Участь з доповіддю на науково-практичній конференції: до 5 балів.
- Публікація тез конференції: до 5 балів.

Кожне звернення розглядається індивідуально. Рішення про зарахування додаткових балів приймається згідно з нормативно-правовими документами, що діють у Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна.

Незалежно від кількості додаткових активностей, максимальна кількість балів поточної успішності не може перевищувати 60 балів.

У кінці семестру сумуються всі отримані студентом бали. Вказані вище види і форми засвоєння навчального курсу дають можливість набрати 60 балів та 40 балів за залікову роботу. Отже, максимальна кількість балів – 100.

У межах дисципліни застосовуються такі моделі використання ІІІ:

1. Модель «ІІІ заборонено».

Використання технологій штучного інтелекту не допускається під час виконання контрольних заходів, спрямованих на перевірку індивідуальних знань і сформованості компетентностей здобувача освіти, зокрема: усного опитування, модульних контрольних робіт, екзамену (заліку), якщо інше не визначено викладачем, інших видів оцінювання, для яких викладачем встановлено обмеження щодо використання ІІІ.

2. Модель «ІІІ як асистент».

Під час підготовки до практичних занять, виконання індивідуальних завдань, рефератів, аналітичних оглядів та інших письмових робіт дозволяється використання ІІІ для: пошуку та систематизації інформації, добору та первинного аналізу наукових джерел, пояснення складних понять, удосконалення структури тексту, перевірки граматики, стилю та оформлення, генерації ідей, плану роботи або прикладів.

Фінальний текст роботи, висновки, аналіз, інтерпретація результатів та прийняті рішення повинні бути самостійно підготовлені здобувачем освіти.

3. Модель «ІІІ як інструмент».

Для окремих лабораторних, практичних, проєктних або дослідницьких робіт використання технологій штучного інтелекту може бути обов'язковою складовою виконання завдання. У таких випадках здобувачі освіти можуть використовувати генеративні моделі ІІІ для: аналізу та підготовки даних, генерації, аналізу й оптимізації програмного коду, порівняння результатів роботи різних моделей ІІІ, створення візуалізацій, схем або зображень, аналізу великих масивів даних. проведення експериментів із застосуванням сучасних інструментів штучного інтелекту.

Усі результати, отримані за допомогою ІІІ, підлягають критичному аналізу, перевірці та доопрацюванню здобувачем освіти.

Декларування використання ІІІ.

У разі використання технологій штучного інтелекту здобувач освіти зобов'язаний зазначити: назву сервісу або моделі ІІІ; дату використання; характер допомоги (генерація ідей, пошук інформації, аналіз даних, генерація коду, редагування тексту тощо).

За вимогою викладача здобувач освіти повинен надати використані запити (prompts) або пояснити спосіб використання інструментів ІІІ.

Недеклароване використання технологій штучного інтелекту або подання згенерованого ІІІ матеріалу як власного результату навчальної діяльності розглядається як порушення принципів академічної доброчесності відповідно до внутрішніх нормативних документів Університету.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка
	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	зараховано
70-89	
50-69	
0-49	не зараховано

10. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література

1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз : монографія / В. М. Бебик. Київ : МАУП, 2015. 438 с.
2. Галушак В. Л. Комунікативний та командний менеджмент: опорний конспект лекцій для здобувачів магістерського рівня освіти. Луцьк: Луцький національний технічний університет, 2023. 76 с.
3. Інформаційно-комунікаційні технології в управлінській діяльності : навч. посіб. / уклад. Н. М. Стеценко ; Уманський держ. пед. ун-т ім. Павла Тичини. Умань : Візаві, 2017. 163 с.
4. Маркетингові комунікації : навч.-метод. посіб. / уклад. І. В. Король. Умань : Візаві, 2017. 151 с.
5. Міненко М. А. Публічне управління: теорія та методологія : монографія / М. А. Міненко. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. 404 с.
6. Осовська Г. В. Комунікації в менеджменті : навч. посіб. / Г. В. Осовська. Київ : Кондор, 2017. 215 с.
7. Сумець О. М. Комунікативний менеджмент: навчальний посібник. Київ: Університет «КРОК», 2024. 212 с.
8. Холод О. М. Комунікаційні технології : підручник / О. М. Холод. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 211 с.
9. Химиця М. О. Інформаційна діяльність в органах державної влади та управління : навч. посіб. / М. О. Химиця. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2014. 148 с.

Допоміжна

1. Лукашевич М. П. Соціологія масової комунікації : підручник / М. П. Лукашевич, Ф. Шандор. 2-ге вид., переробл. і доповн. Київ : Знання, 2015. 367 с.
2. Нагаєв В. М. Конфліктологія : практикум / В. М. Нагаєв. Харків : ХНАУ, 2004. 96 с.
3. Нагаєв В. М. Публічне адміністрування : навч. посіб. / В. М. Нагаєв. Харків : Стильна типографія, 2018. 278 с.
4. Професійні комунікації : навч. посіб. «Ділове спілкування» / уклад. О. М. Жук, Л. Ю. Тиха. Луцьк : Луцький НТУ, 2016. 112 с.

5. Чистіліна Т. О. Етика та естетика : навч. посіб. / Т. О. Чистіліна. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 304 с.
6. Akin, H. and Scheufele, D.A. (2017), "Overview of the science of science communication", in Jamieson, K.H., Kahan, D.M. and Scheufele, D. (Eds), The Oxford Handbook on the Science of Science Communication, Oxford University Press, New York, pp. 25-33.
7. Appiah, B., Gastel, B., Burdine, J.N. and Russell, L.H. (2015), "Science reporting in Accra, Ghana: sources, barriers and motivational factors", Public Understanding of Science, Vol. 24 No. 1, pp. 23-37.
8. Bauer, M. and Gregory, J. (2007), "From journalism to corporate communication in post-war Britain", in Bauer, M. and Bucchi, M. (Eds), Science, Journalism and Society: Science Communication between News and Public Relations, Routledge, London, pp. 33-52.
9. Bauer, M.W., Howard, S., Ramos, R., Jessica, Y., Massarani, L. and Amorim, L. (2013), "Global science journalism report: working conditions & practices, professional ethos and future expectations", Science and Development Network, London.

11. ПОСИЛАННЯ НА ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТІ, ВІДЕОЛЕКЦІЇ, ІНШЕ МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

1. Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
2. Бібліотека ім. В.Г. Короленко. URL: <http://korolenko.kharkov.com/>
3. Віртуальний турист – довідки про всі країни світу (карти, історія, культура, природні умови). URL: <http://www.world-v-tourism.com>
4. Ділові засідання: роль засідань, види нарад, час проведення засідань, підготовка, регламент наради. URL: <http://helpedu.com/konspektilekcij/5-dilovaukrainska-mova/>
5. Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua>

12. ОСОБЛИВОСТІ НАВЧАННЯ ЗА ДЕННОЮ ФОРМОЮ В УМОВАХ ПОДОВЖЕННЯ ДІЇ ОБСТАВИН НЕПОБОРНОЇ СИЛИ

В умовах дії обставин непоборної сили освітній процес в університеті здійснюється відповідно до наказів/розпоряджень ректора/проректора або за змішаною формою навчання, або повністю дистанційно в синхронному режимі.

Складання підсумкового семестрового контролю: в разі запровадження жорстких обмежень з заборогою відвідування ЗВО студентам денної форми навчання надається можливість скласти залік в тестовій формі дистанційно на платформі Moodle в дистанційному курсі «Комунікативний менеджмент» – режим доступу: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=2336>