

**Міністерство освіти і науки України
Луцький національний технічний університет**



ЕФЕКТИВНІ КОМУНІКАЦІЇ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

Методичні вказівки до практичних занять для здобувачів першого
(бакалаврського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми
«Готельно-ресторанна справа»
галузі знань 24 Сфери обслуговування
спеціальності 242 Готельно-ресторанна справа
денної та заочної форм навчання

Луцьк 2022

Електронна копія друкованого видання передана для внесення в репозитарій
Луцького НТУ

Директор бібліотеки _____ С.С. Бакуменко

Рекомендовано до видання вченою радою факультету митної справи,
технологій та матеріалів Луцького НТУ, протокол № ____ від « ____ »
_____ 2022 року.

Голова вченої ради факультету митної справи, матеріалів та технологій
_____ В.В. Ткачук

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри туризму та готельно-ресторанної
справи Луцького НТУ, протокол № ____ від « ____ » _____ 2022 року.

Завідувачка кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
_____ Л.Ю. Матвійчук

Укладач: _____ І.М. Кравчук, доктор філософії, старший викладач
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Луцького НТУ.

Рецензент: _____ О.М. Полінкевич, доктор економічних наук,
професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Луцького НТУ.

Відповідальний

за випуск: _____ Л.Ю. Матвійчук, доктор економічних наук,
професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Луцького НТУ.

Ефективні комунікації сфери гостинності: Методичні вказівки до
практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої
освіти освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа»
С86 галузі знань 24 Сфери обслуговування спеціальності 242 Готельно-
ресторанна справа денної та заочної форм навчання / уклад. І.М. Кравчук.
Луцьк: Луцький НТУ, 2022. 14 с.

Видання містить завдання до практичних занять з дисципліни «Ефективні
комунікації сфери гостинності» та список рекомендованих джерел.

Призначене для студентів спеціальності 242 Готельно-ресторанна справа
освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа»

© Кравчук І.М., 2022

ВСТУП

Необхідною умовою функціонування й розвитку суспільства є виробництво матеріальних і духовних благ. Ефективність його залежить від багатьох чинників, зокрема й від моральних стосунків у сфері трудової діяльності - основній сфері суспільного життя.

Мета дисципліни – є формування в студентів сучасних теоретичних основ та практичних навичок щодо моральних вимог у стосунках ділових людей, про сучасні технологічні вимоги до основних форм ділового спілкування – бесід і переговорів, службових нарад тощо; про моральні принципи, норми і правила етикету в сфері ресторанного та готельного бізнесу.

Завдання дисципліни – вивчення дисципліни є теоретична та практична підготовка фахівців з таких питань:

- уявлення про сучасні етичні норми ділового спілкування, суть моралі і ролі її суспільної функції;

- на основі знання основних норм і правил ділового етикету студенти повинні отримати уявлення про соціально-психологічні аспекти соціальної мобільності;

- виробити навички позитивного спілкування в цілях досягнення успіху в професійній сфері.

- в результаті проходження курсу студенти повинні отримати знання про різні типи корпоративної культури; отримати навички адаптації в службовій і діловій обстановці, а також навички ділового письмового і усного спілкування; ознайомитися з правилами організації корпоративних заходів, ділових переговорів, освоїти основні правила формування власного іміджу.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

знати: основні поняття, особливості, функції ділового етикету; принципи ділового протоколу у туристичній діяльності, готельно-ресторанному господарстві; специфіку проведення ділових бесід, зустрічей, переговорів; способи організації та проведення ділових заходів; теорію міжособистісних стосунків; особливості управлінського спілкування; стандартні етикетні ситуації.

вміти: застосовувати набуті теоретичні знання для вирішення конкретних прикладних завдань; організовувати ділове спілкування із врахуванням особливостей споживачів різних категорій; вирішувати робочі питання по телефону, вести ділову переписку; розробляти програми ділових переговорів як з вітчизняними, так і з закордонними партнерами; користуватись навичками і прийомами створення сприятливого психологічного клімату у робочому колективі.

Завдання практичних занять

Проведення практичних занять має на меті засвоєння студентами теоретичних знань для їх подальшого застосування у практичній діяльності в сфері організації ресторанного господарства.

Завданнями проведення практичних занять є:

- засвоєння студентами теоретичних і практичних навичок для всебічного освоєння ділового спілкування – бесід і переговорів, службових нарад;
- навчитися використовувати теоретичні знання у практичній діяльності;
- засвоєння теоретичних знань, отриманих на лекціях;
- набуття здатності у застосовуванні теоретичних знання для вирішення конкретних прикладних завдань; організовувати ділове спілкування із врахуванням особливостей споживачів різних категорій; вирішувати робочі питання по телефону, вести ділову переписку; розробляти програми ділових переговорів як з вітчизняними, так і з закордонними партнерами; користуватись навиками і прийомами створення сприятливого психологічного клімату у робочому колективі.

Тематика практичних занять

Практичне заняття 1. Ефективна комунікація. Основні принципи ділового протоколу

Мета – розгляд предмету і завдання ефективної комунікації та професійного етикету сфери послуг.

Питання для обговорення:

1. Предмет і завдання дисципліни «Ефективні комунікації сфери гостинності».
2. Визначення та зміст поняття «ефективна комунікація».
3. Комунікаційний процес. Основні види ефективної комунікації..
4. Види протоколів.

Практичне заняття 2. Корпоративна комунікація у готельно-ресторанному бізнесі

Мета – розгляд корпоративної комунікації у готельно-ресторанному бізнесі.

Питання для обговорення:

1. Корпоративна комунікація.
2. Моральність особистості.
3. Норми поведінки керівника
4. Управління конфліктами.

Практичне заняття 3. Особливості телефонного спілкування та організація ділових переговорів.

Мета – розгляд питання щодо комунікації у сфері обслуговування.

Питання для обговорення:

1. Оцінка психологічних проявів споживачів.
2. Основні принципи спілкування.
3. Правила спілкування в електронному просторі. Ділове спілкування. Особливості, функції та рівні ділового спілкування.
4. Невербальні засоби спілкування та їх класифікація. Особливості розмов по телефону.
5. Вербальні засоби ділового спілкування.

Практичне заняття 4. Особливості комунікативного етикету в закладах ресторанного господарства

Мета – здійснення обговорення щодо особливостей комунікативного етикету обслуговування у закладах ресторанного господарства.

Питання для обговорення:

1. Комунікативний етикет як основа вашого виховання.
2. Правила поведінки за столом.

Практичне заняття 5. Міжнародна комунікація та обслуговування.

Мета – розгляд питання щодо міжнародної комунікації обслуговування у сфері послуг.

Питання для обговорення:

1. Основні правила поведінки за кордоном.
2. Основні етапи прийому іноземних делегацій.
3. Дипломатичні прийоми (прийняття).
4. Національні особливості ділового етикету.
5. Норми ділового етикету зарубіжних країн.

Практичне заняття 6. Комунікаційні інтернет-канали закладів індустрії гостинності.

Мета – розгляд питання щодо інтернет-канали закладів індустрії гостинності..

Питання для обговорення:

1. Веб-сайт,
2. Відеохостинги.
3. Мобільний застосунок.

Практичне заняття 7. Перепони у діловому спілкуванні. Комунікативні бар'єри.

Мета – розгляд та здійснення аналізу перепон у діловому спілкуванні.

Питання для обговорення:

1. Психологічна культура ділового спілкування.
2. Перепони у спілкуванні.
3. Створення сприятливого психологічного клімату.

4. Вили психологічних бар'єрів.

Практичне заняття 8. Техніка успішної презентації в індустрії сфери послуг

Мета – розгляд та здійснення аналізу техніки ділового спілкування.

Питання для обговорення:

1. Специфіка проведення ділових бесід за допомогою презентації.
2. Види презентації
3. Вміння презентувати свій продукт.

Тестові завдання для перевірки знань

1. Презентація – це

- 1) спеціально організоване спілкування з аудиторією;
- 2) переконання аудиторії або спонукання аудиторії до яких-небудь дій;
- 3) реалізація туристичного продукту.

2. Одним із основних факторів для подальшої успішної діяльності туристського підприємства є:

- 1) вдале представлення свого продукту на виставках міжнародних і в межах країни;
- 2) вміння презентувати свій продукт;
- 3) вміння навіювання та переконання про якість свого продукту.

3. Основними причинами неефективної презентації можуть бути:

- 1) нездатність подолати хвилювання (перед великою аудиторією), неефективне використання наочних засобів;
- 2) недоліки в плануванні й підготовці презентації, недостатній контакт із аудиторією, відсутність почуття часу;
- 3) погано організований, неструктурований зміст, неуважність до деталей, перевантаження інформацією.
- 4) усі відповіді вірні

4. План презентації повинен містити:

- 1) мета і завдання презентації, місце проведення презентації.
- 2) тема і предмет презентації.
- 3) аудиторія, на яку спрямована презентація, час і тривалість виступу.
- 4) усі відповіді вірні

5. Скільки основних структурних компонентів має містити презентація:

- 1) 5
- 2) 4
- 3) 3
- 4) 6
- 5) 2

6. Що являє собою експозиція в презентації:

- 1) експозиція – відкриваюча частина;
- 2) експозиція – вступ;
- 3) експозиція – основна частина;
- 4) експозиція – резюме,
- 5) експозиція – висновок.

7. Словесний стиль презентації –

- 1) презентації визначається мовою;
- 2) зовнішній вигляд, міміка, погляд, жести, рухи;
- 3) висота, гучність, швидкість мовлення, інтонація;

8. Особистісний і професійний рівень оратора визначає:

- 1) стиль презентації «словесний»
- 2) стиль презентації «голосові можливості»;
- 3) стиль презентації «невербальні можливості».

9. Професійні лектори називають це законом краю –

- 1) резюме;
- 2) вступ, висновок;
- 3) експозиція.

10. Підбиває підсумок сказаному, ущільнює зміст і свідчить про те, що презентація наближається до завершення:

- 1) резюме;
- 2) вступ, висновок;
- 3) експозиція.

11. Гедонізм в туризмі це -

- 1) попит на задоволення і зміну вражень;
- 2) «спрямованість у зовнішній світ»: спілкування з людьми, нові соціальні контакти й знайомства.
- 3) нерозривність єдності з людським суспільством.

12. Психологія в туризмі– це наука:

- 1) що ґрунтується на аналізі розумового процесу й поведінки окремих індивідів.
- 2) допомагає зрозуміти своїх клієнтів і використати це розуміння у своїх цілях.
- 3) спостереження за певним типом поведінки клієнтів й ухваленням поведінкового рішення стосовно них;
- 4) вірні відповіді 2 і 3.
- 5) немає вірної відповіді

13. Ті шляхи, по яких ми одержуємо, зберігаємо й кодуємо інформацію у своєму мозку, - картинки, звуки, відчуття, заходи й смаки – відомі як:

- 1) репрезентативні системи.
- 2) візуальні системи;
- 3) зовнішні системи;
- 4) внутрішні системи.

14. «Візуали» можуть –

- 1) створювати ясні уявні образи;
- 2) сприймати в основному звуки;
- 3) думати в основному картинками;
- 4) вірна відповідь 1 і 3
- 5) немає вірної відповіді.

15. «Аудіали» можуть –

- 1) створювати ясні уявні образи;
- 2) сприймати в основному звуки;
- 3) думати в основному картинками;
- 4) вірна відповідь 1 і 3
- 5) засновують свої дії здебільшого на своїх відчуттях стосовно ситуації.

16. «Кінестетики» можуть –

- 1) створювати ясні уявні образи;
- 2) сприймати в основному звуки;
- 3) думати в основному картинками;
- 4) вірна відповідь 1 і 3
- 5) засновувати свої дії здебільшого на своїх відчуттях стосовно ситуації.

17. Що породжує інтерес?

- 1) цікавість
- 2) оригінальність
- 3) цінова політика

18. Кліше це –

- 1) якщо ваш лексикон містить фрази, які люди вважають банальними;
- 2) якщо ваш лексикон містить фрази, які ображають людей;
- 3) якщо ваш лексикон містить фрази, які люди вважають нецілеспрямованими;

19. З якими зі слів слід поводитися обережно при спілкуванні із споживачем:

- 1) Професіоналізми
- 2) Пихатий стиль
- 3) Жаргон
- 4) Неологізми, вульгаризми.
5. Усі відповіді вірні

20. Ефект комунікаційного процесу буде зведений до мінімального, якщо реципієнт:

- 1) некомпетентний, тобто його увага відвернена від того, що говорить оповідач;
- 2) постійно намагається знайти протилежний аргумент, про що б не говорив оповідач;
- 3) фільтрує та ігнорує частини повідомлення, які не підходять під його власний настрій;
- 4) неправильно трактує повідомлення шляхом його перекладу під власний стиль мислення.
- 5) усі відповіді вірні.

21. Ефективна комунікація – це

- 1) передача ідеї від однієї людини до іншої з мінімальними перекручуваннями.
- 2) передача повідомлення від однієї людини до іншої з мінімальними перекручуваннями.
- 3) передача враження або емоцій від однієї людини до іншої з мінімальними перекручуваннями.
- 4) усі відповіді вірні.

22. Бар'єри соціально-культурних розходжень це –

- 1) соціальні, політичні, релігійні, професійні;
- 2) фонетичні, семантичні, стилістичні, логічні;
- 3) соціальні, логічні.

23. Основні бар'єри, що перешкоджають ефективному слуханню:

- 1). Фізичний дискомфорт, переривання, зайнятість думками про інші речі;
2. Заздалегідь підготовлені відповіді;
3. Розмови про самого себе, персоналізація;
4. Відношення до співрозмовника;
5. Усі відповіді вірні.

24. Взаєморозуміння підвищується за допомогою:

- 1) уточнення («Не повторити ще раз?»);
- 2) перефразовування («Якщо я Вас правильно зрозумів, то Ви мали на увазі...»);
- 3) резюмування («Тобто...», «У такий спосіб...»).
- 4) усі відповіді вірні;

25. Переконання –

- 1) свідомий аргументований вплив на іншу людину або групу людей
- 2) свідомий, неаргументований вплив на людину або групу, заснований на їхньому некритичному сприйнятті переданої інформації;

- 3) відкрите пред'явлення свідчень своєї компетентності й кваліфікації для того, щоб бути оціненим по достоїнству.
- 4) спірний вид впливу, що іноді вважається руйнівним для того, хто просить.
- 5) вимога виконати розпорядження ініціатора, підкріплене відкритими або скритими погрозами.

26. Вселяння –

- 1) свідомий аргументований вплив на іншу людину або групу людей;
- 2) свідомий, неаргументований вплив на людину або групу, заснований на їхньому некритичному сприйнятті переданої інформації, довірі та авторитеті до суггестора (передавача інформації).
- 3) відкрите пред'явлення свідчень своєї компетентності й кваліфікації для того, щоб бути оціненим по достоїнству.
- 4) являє собою звертання до адресата із закликом задовольнити бажання ініціатора дії.
- 5) вимога виконати розпорядження ініціатора, підкріплене відкритими або скритими погрозами

27. Самовисунення –

- 1) свідомий аргументований вплив на іншу людину або групу людей з метою зміни їхніх світоглядних позицій і рішень.
- 2) відкрите пред'явлення свідчень своєї компетентності й кваліфікації для того, щоб бути оціненим по достоїнству.
- 3) спірний вид впливу, що іноді вважається руйнівним для того, хто просить. Являє собою звертання до адресата із закликом задовольнити бажання ініціатора дії.
- 4) вимога виконати розпорядження ініціатора, підкріплене відкритими або скритими погрозами (оголошення певних строків або способів виконання роботи без яких-небудь пояснень тощо).

28. Прохання –

- 1) свідомий, неаргументований вплив на людину або групу, заснований на їхньому некритичному сприйнятті переданої інформації, довірі та авторитеті до суггестора (передавача інформації).
- 2) відкрите пред'явлення свідчень своєї компетентності й кваліфікації для того, щоб бути оціненим по достоїнству.
- 3) спірний вид впливу, що іноді вважається руйнівним для того, хто просить. Являє собою звертання до адресата із закликом задовольнити бажання ініціатора дії.
- 4) вимога виконати розпорядження ініціатора, підкріплене відкритими або скритими погрозами (оголошення певних строків або способів виконання роботи без яких-небудь пояснень тощо).

29. Переконавання –

- 1) свідомий аргументований вплив на іншу людину або групу людей з метою зміни їхніх світоглядних позицій і рішень.

- 2) свідомий, неаргументований вплив на людину або групу, заснований на їхньому некритичному сприйнятті переданої інформації, довірі та авторитеті до суггестора (передавача інформації).
- 3) відкрите пред'явлення свідчень своєї компетентності й кваліфікації для того, щоб бути оціненим по достоїнству.
- 4) вимога виконати розпорядження ініціатора, підкріплене відкритими або скритими погрозами (оголошення певних строків або способів виконання роботи без яких-небудь пояснень тощо).

30. Ігнорування –

- 1) вміння критикувати своїх колег і підлеглих, не наживаючи ворогів, формуючи сприятливу психологічну атмосферу в колективі.
- 2) висловлення образливих суджень про якість людини (групи) у вигляді осміяння, «ганьблення» її справ і провин.
- 3) навмисна неуважність, демонстративні відволікання, невиконання обіцянок з відсутністю спроб що-небудь пояснити, раптова зміна теми розмови.
- 4) приховане від адресата спонукання його до переживання яких-небудь станів, зміни відносин до чого-небудь, своїх власних цілей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Базова

1. Етика: Навч. Посібник В.О. Лозовой, М.І.Панов, О.А. Стасевська та ін. Юрінком Інтер, 2007. – 224 с.
2. Мунин А. Н., Ділове спілкування. Флінта, 2010. – 214 с.
3. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин. Навч. посіб.– Київ. Кондор, 2008 – 356 с.
4. Кубрак О.В. Етика ділового спілкування та повсякденного спілкування: Навч. осібник. – Суми.– 2002. – 208 с.
5. Кубрак О. В. Етика ділового повсякденного спілкування. – Суми. ВТД «Університетська книга» – 2002. – 208 с.
6. Тимошенко Н.Л. Корпоративна культура: діловий етикет. Навч. посіб. – К. Знання, 2006. – 391 с
7. Чмут Т.К., Чайка Г.Л. Етика ділового спілкування. Навч. посіб. – К. Вікар, 2002. – 223 с.
8. Малюк Л. П. Професійна етика та етикет у готельно-ресторанному бізнесі навч. посібник. Л. П. Малюк, Л. М. Варипаєва. – Х. ХДУХТ, 2016. – 146 с.

Допоміжна

1. Блощинська В.А. Сучасне діловодство: Навч. посіб. – К., 2005.
2. Єрмоленко А. М. Етика дискурсу Карла-Отто Апеля у контексті українського суспільства за доби модернізації. Філософська думка. – 2007. – № 5. – С. 104 – 124.
3. Єрмоленко А. М. Комунікативна практична філософія : підручник. Єрмоленко А. М. – К. Лібра, 1999. – 488 с.
4. Кипнис М. Тренінг комунікації. – М., 2005.
5. Єрмоленко А. М. Філософувати дискурсом. Практична філософія Дмитрія Бюлера та берлінська етика дискурсу. Філософська думка. – 2007. – № 1. – С. 107 – 116.
6. Кулик О., Сардачук П. Елементи дипломатичного протоколу і дипломатичної практики в історії України. – Л., 2000.
7. Зусін В. Я. Етика та етикет ділового спілкування: навч. посібник. – 2-е вид., перероб. і доп. Зусін В. Я. – К. Центр навч. літератури, 2005. – 224 с.
8. Калашник Г. М. Вступ до дипломатичного протоколу та ділового етикету: навч. посібник. Калашник Г. М. – К. Знання, 2007. – 143 с.
9. Морозов А.В. Деловая психология. Курс лекций: Учеб. для высш. и средн. спец. учеб. заведений. – СПб., 2002.
10. Кубрак О. В. Етика ділового та повсякденного спілкування : навч. посібник. Кубрак О. В. – Суми : Університетська книга, 2002. – 288 с.
11. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: навч. посібник. Палеха Ю. І. – К. Кондор, 2008. – 356 с.

12. Сагайдак О.П. Дипломатичний протокол та етикет: Навчальний посібник. – К. Знання, 2006.
13. Романовський О. Г. Ділова етика : навч. посібник. О. Г. Романовський, О. С. Пономарьов, О. М. Лапузіна. – Харків. НТУ «ХП», 2006. – 364 с.
14. Чайка Г.Л. Організація праці менеджера. – К., 2007.
15. Чмут Т.К., Чайка Г.Л. Етика ділового спілкування: Навч. посіб. – К.: Знання, 2007.
16. Концептуальні принципи формування стандартів сервісу в ресторанно-му бізнесі: монографія. Л. П. Малюк, Т. П. Кононенко, Н.В. Полстяна та ін., – Х. ХДУХТ, 2011. – 73 с.

Електронні ресурси:

1. Малюк Л. П. Професійна етика та етикет у готельно-ресторанному бізнесі навч. посібник. – Х. ХДУХТ, 2016. –146 с. URL: <http://elib.hduht.edu.ua/jspui/bitstream/pdf>
2. Професійна етика. <http://pe.ptngu.com/02.html>
- 3 Гузенко І.І. Професійна етика у готельно-ресторанному бізнесі. URL: <http://repository.ldufk.edu.ua:8080/bitstream.pdf>

С86

Ефективні комунікації сфери гостинності: Методичні вказівки до практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа» галузі знань 24 Сфери обслуговування спеціальності 242 Готельно-ресторанна справа денної та заочної форм навчання / уклад. І.М. Кравчук. Луцьк: Луцький НТУ, 2022. 14 с.

Видання містить завдання до практичних занять з дисципліни «Ефективні комунікації сфери гостинності» та список рекомендованих джерел.

Призначене для студентів спеціальності 242 Готельно-ресторанна справа освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа»

Комп'ютерний набір
Редактор

І.М. Кравчук
І.М. Кравчук

Підп. до друку _____ 2022 р.
Формат 60x84/16. Папір офс. Гарнітура Таймс.
Ум. друк. арк. ____ Тираж ____ прим. Зам. _____

Відділ іміджу та промоції
Луцького національного технічного університету
43018 м. Луцьк, вул. Львівська, 75
ВІП Луцького НТУ

