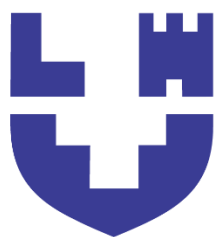


Міністерство освіти і науки України



ЛУЦЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ

КОМУНІКАЦІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Методичні вказівки до самостійної роботи
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа»
галузі знань J Транспорт та послуги
спеціальності J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг
денної та заочної форми навчання

Луцьк 2025

Електронна копія друкованого видання передана для внесення в репозитарій ЛНТУ

Директор бібліотеки _____ Наталія ПОЛІЩУК

Рекомендовано до видання вченою радою факультету митної справи, матеріалів та технологій ЛНТУ,
протокол № _____ від « » _____ 2025 року.

Голова вченої ради факультету ФММТ _____ Валентина ТКАЧУК

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри туризму та готельно-ресторанної справи ЛНТУ, протокол № _____ від « » _____ 2025 року.

Завідувачка кафедри _____ Людмила МАТВІЙЧУК, д.е.н.,
завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи ЛНТУ

Укладач: _____ Тетяна ЗУБЕХІНА, к.пед.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи ЛНТУ

Рецензент: _____ Оксана ГРОМИК, к.г.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи ЛНТУ.

Відповідальний за випуск: _____ Людмила МАТВІЙЧУК, д.е.н., проф., завідувачка кафедри туризму та готельно-ресторанної справи ЛНТУ

Комунікації в готельно-ресторанному господарстві: Методичні вказівки до самостійної роботи для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньої програми «Готельно-ресторанна справа» галузі знань J Транспорт та послуги спеціальності J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг денної та заочної форми навчання / укладач: Зубехіна Т.В. Луцьк: ЛНТУ, 2025. 21 с.

Видання містить теоретичний матеріал до вивчення окремих тем програми курсу для студентів спеціальності J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг, денної та заочної форми навчання.

ВСТУП

Суть самостійної роботи студента під керівництвом викладача полягає в підготовці студента до всіх форм аудиторних занять. Така робота охоплює підготовку до лекцій і практичних занять, самостійне вивчення додаткових питань навчального курсу, написання рефератів (доповідей, есе та ін.) з окремих питань курсу, підготовку до контрольних робіт тощо.

Зміст індивідуальної роботи полягає в розробленні, організації виконання і перевірці теоретичних і практичних завдань, проведенні колоквиумів (співбесід), індивідуальних консультаціях, роботі у студентських наукових гуртках та проблемних групах, участі у студентських наукових конференціях тощо.

Самостійна робота студентів забезпечується системою навчально-методичних засобів для вивчення конкретної навчальної дисципліни: підручниками, навчальними і методичними посібниками, конспектами лекцій, а також монографічними виданнями, збірниками статей і матеріалів, статтями у періодичних виданнях.

Мета навчальної дисципліни «Комунікації в готельно-ресторанному господарстві» є формування системи поглядів та спеціальних знань у галузі комунікацій підприємств гостинності в сфері бізнесу, набуття практичних навичок щодо просування продукту на ринку з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективності діяльності формувань готельно-ресторанного бізнесу.

Завдання навчальної дисципліни полягають в засвоєнні теоретичних та організаційних основ комунікацій в індустрії гостинності, розуміння сутності організації та взаємозв'язку її внутрішніх елементів та зовнішнього середовища, розумінні системи комунікацій в сфері гостинності.

Програма навчальної дисципліни:

Змістовий модуль 1. Комунікації в сфері обслуговування, їх роль.

Тема 1. Комунікація як складова частина менеджменту організації.

Поняття і загальна характеристика комунікацій. Інформація, її види та роль. Комунікаційний процес. Міжособові та організаційні комунікації. Роль комунікації в системі менеджменту.

Тема 2. Ефективна комунікація. Основні принципи ділового протоколу.

Визначення та значення ефективної комунікації. Бар'єри в комунікації та шляхи їх подолання, Типи бар'єрів (фізичні, психологічні, семантичні, культурні). Стратегії подолання комунікаційних бар'єрів для забезпечення чіткості та розуміння. Вербальна та невербальна комунікація. Особливості вербальної комунікації (вибір слів, тон голосу, чіткість висловлювання). Сутність та важливість активного слухання в діловій комунікації. Техніки активного слухання (перепарафразування, уточнюючі запитання, емпатія, невербальні сигнали підтримки). Визначення та значення ділового протоколу. Роль ділового протоколу у формуванні позитивного іміджу та встановленні довіри. Етикет ділового листування.

Тема 3. Корпоративна комунікація у готельно-ресторанному бізнесі.

Види корпоративної комунікації (внутрішня, зовнішня, формальна, неформальна). Значення ефективної комунікації для функціонування підприємств сфери HoReCa. Комунікаційні процеси в готелях та ресторанах. Роль корпоративної культури у комунікаціях персоналу. Технології та інструменти комунікації (інтернет, CRM-системи, месенджери тощо).

Тема 4. Особливості телефонного спілкування та організація ділових переговорів.

Особливості телефонного спілкування в діловому контексті. Відмінності телефонної розмови від особистої зустрічі та письмового спілкування (відсутність візуального контакту, важливість голосу та інтонації). Основні етапи телефонної розмови. Голосові характеристики ефективного телефонного спілкування. Типові помилки в телефонному спілкуванні та шляхи їх уникнення. Сутність та значення ділових переговорів.

Змістовий модуль 2. Основні засоби та методи комунікації

Тема 5. Особливості комунікативного етикету в закладах ресторанного господарства

Основи комунікативного етикету в ресторанному бізнесі. Вплив комунікації на імідж закладу та лояльність клієнтів. Основні принципи комунікативного етикету (ввічливість, уважність, повага, тактовність, доброзичливість). Учасники комунікації в ресторані. Перше враження та його формування через комунікацію. Комунікація персоналу з гостями. Внутрішня комунікація в закладі.

Тема 6 Міжнародна комунікація та обслуговування.

Визначення та значення міжнародної комунікації. Вплив культурних, мовних, політичних та економічних факторів на міжнародну комунікацію. Культурні відмінності та їх вплив на комунікацію. Мовний бар'єр та стратегії його подолання. Невербальна комунікація в міжкультурному контексті. Специфіка обслуговування міжнародних клієнтів. Стандарти обслуговування в різних культурах. Комунікація з міжнародними клієнтами в різних каналах. Онлайн-комунікація (чат, соціальні мережі) та необхідність врахування культурних нюансів у віртуальному просторі. Міжнародна комунікація в готельно-ресторанному бізнесі.

Тема 7. Перепони у діловому спілкуванні. Комунікативні бар'єри.

Сутність та класифікація комунікативних бар'єрів. Визначення та значення комунікативних бар'єрів. Класифікація комунікативних бар'єрів. Взаємодія різних типів бар'єрів. Вплив комунікативних бар'єрів на різні аспекти ділового спілкування. Стратегії подолання комунікативних бар'єрів у діловому спілкуванні. Вибір зручного та тихого місця для спілкування. Створення позитивної атмосфери спілкування.

Тема 8. Техніка успішної презентації в індустрії сфери гостинності

Основи успішної презентації. Визначення мети презентації. Аналіз аудиторії. Розробка ключового повідомлення. Структурування презентації. Підготовка контенту для індустрії гостинності. Візуальні матеріали. Вербальний контент. Техніка проведення успішної презентації. Специфіка презентацій в індустрії гостинності.

ТЕМА 1. КОМУНІКАЦІЯ ЯК СКЛАДОВА ЧАСТИНА МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ.

1. Ознайомтесь з теоретичними основами теми за підручниками, навчальними посібниками та статтями: поняття «організаційна комунікація»; види комунікацій (вербальні, невербальні, внутрішні, зовнішні); бар'єри комунікації в управлінні; моделі ефективної управлінської комунікації.
2. Оберіть організацію (реальну або умовну) та опишіть її комунікаційну систему.
3. Визначте сильні та слабкі сторони в її комунікаціях.
4. Запропонуйте 2–3 заходи для покращення комунікаційного процесу в цій організації.
5. Створіть схему комунікаційних потоків (внутрішніх і зовнішніх) у вибраній організації. За бажанням – у вигляді презентації.

Питання для самоконтролю:

1. Що таке комунікація у менеджменті організації?
2. Які функції виконує комунікація в управлінському процесі?
3. У чому полягає значення ефективної комунікації для досягнення цілей організації?
4. Які основні етапи комунікаційного процесу?
5. Що таке управлінське повідомлення і які його ключові елементи?

6. Які є види комунікацій в організації? Як вони класифікуються?
7. Що таке формальна та неформальна комунікація в управлінні?
8. У чому полягає різниця між вертикальною та горизонтальною комунікацією?
9. Які комунікаційні бар'єри найчастіше виникають в організаціях?
10. Як подолання бар'єрів комунікації впливає на ефективність управління?
11. Чому зворотний зв'язок є важливою складовою управлінської комунікації?
12. Як невербальні елементи впливають на професійну взаємодію?
13. Яку роль відіграє корпоративна культура у формуванні системи комунікації?
14. Як комунікація впливає на прийняття рішень у менеджменті?
15. Які сучасні інструменти комунікації застосовуються в управлінні організацією?

ТЕМА 2. ЕФЕКТИВНА КОМУНІКАЦІЯ. ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ДІЛОВОГО ПРОТОКОЛУ

1. Проаналізуйте реальну ситуацію ділової комунікації (наприклад, з власного досвіду, з новин, з художнього фільму/серіалу).
2. Визначте, які принципи ефективної комунікації та ділового протоколу були дотримані або порушені.
3. Опишіть наслідки цих дій.
4. Запропонуйте шляхи покращення комунікації в цій ситуації, спираючись на вивчені принципи.

Питання для самоконтролю:

1. Що таке ефективна комунікація і які її основні ознаки?
2. Які етапи комунікаційного процесу можна виділити?
3. Яка різниця між вербальною та невербальною комунікацією?
4. Які бар'єри можуть виникати у процесі ділового спілкування?
5. Що таке активне слухання і чому воно важливе у професійному середовищі?
6. Які стилі спілкування існують у діловому контексті?
7. Що включає поняття «діловий протокол»?
8. Які є основні правила ділового етикету під час зустрічей?
9. Які вимоги до дрес-коду в межах ділового протоколу?
10. Як оформлювати ділові документи відповідно до протоколу?
11. Що таке субординація у професійному спілкуванні?
12. Як правильно представити себе або компанію у діловому середовищі?
13. Яке значення мають правила привітань, звернень та вручення візитівок у діловому протоколі?
14. Як дотримання протоколу впливає на імідж організації?

15. Які є культурні особливості ділового етикету в міжнародному середовищі?

ТЕМА 3. КОРПОРАТИВНА КОМУНІКАЦІЯ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ.

1. Оберіть конкретний готель або ресторан (реальний або вигаданий).
2. Розробіть елементи його корпоративної комунікації для однієї з цільових аудиторій (наприклад, постійні клієнти, нові відвідувачі, бізнес-партнери).
3. Опишіть ключові повідомлення, канали комунікації та заплановані заходи.
4. Обґрунтуйте свій вибір.

Питання для самоконтролю:

1. Що таке корпоративна комунікація і яке її значення для готельно-ресторанного бізнесу?
2. Які складові входять до системи корпоративної комунікації?
3. У чому полягають відмінності між внутрішньою та зовнішньою корпоративною комунікацією?
4. Яку роль відіграє комунікація у формуванні корпоративної культури?
5. Як корпоративна комунікація впливає на якість обслуговування клієнтів?
6. Які основні канали внутрішньої комунікації використовуються у готелях і ресторанах?
7. Які методи зворотного зв'язку застосовуються у сфері HoReCa?
8. Які інструменти цифрової комунікації актуальні для готельно-ресторанного бізнесу?
9. Як комунікація між підрозділами впливає на ефективність роботи закладу?
10. У чому полягають особливості кризової комунікації в готельно-ресторанному секторі?
11. Які типові комунікаційні помилки допускають менеджери у HoReCa?
12. Як мотивування персоналу пов'язане з ефективною комунікацією?
13. Яку роль відіграє невербальна комунікація в обслуговуванні гостей?
14. Як навички міжособистісного спілкування впливають на роботу персоналу?
15. Які сучасні тренди розвитку корпоративної комунікації у сфері гостинності?

ТЕМА 4. ОСОБЛИВОСТІ ТЕЛЕФОННОГО СПІЛКУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЛОВИХ ПЕРЕГОВОРІВ

1. Запишіть себе на аудіо під час імітації ділової телефонної розмови (наприклад, бронювання послуги, уточнення інформації, первинні переговори).
2. Проаналізуйте свій тон голосу, чіткість мовлення, структуру розмови.
3. Визначте свої сильні та слабкі сторони в телефонному спілкуванні.
4. Складіть план покращення цих навичок.
5. Оберіть тему для ділових переговорів у сфері гостинності (наприклад, укладання договору з постачальником, обговорення умов проведення заходу).
6. Складіть план підготовки до цих переговорів, включаючи визначення цілей, збір інформації про партнера, розробку аргументів та BATNA.

Питання для самоконтролю:

1. Які правила етикету слід дотримуватись під час телефонної розмови?
2. У чому полягають основні особливості телефонного спілкування в професійному середовищі?
3. Як підготуватись до ділової телефонної розмови?
4. Яких помилок слід уникати під час телефонної комунікації з клієнтами або партнерами?
5. Яку роль відіграє інтонація та темп мовлення у телефонному спілкуванні?
6. Як правильно завершити телефонну розмову у діловому стилі?
7. Що включає підготовка до ділових переговорів?
8. Які етапи ділових переговорів виділяють у сучасній практиці?
9. У чому полягає різниця між офіційними та неформальними переговорами?
10. Які методи переконання використовуються під час переговорів?
11. Як вести себе в умовах конфлікту або розбіжностей під час переговорів?
12. Чим відрізняються телефонні переговори від очних переговорів?
13. Які невербальні сигнали можуть впливати на перебіг ділових переговорів?
14. Як досягти компромісу у процесі переговорів?
15. Які якості необхідні професійному переговорнику?

Тести

Що таке комунікація?

- A) Передача інформації
- B) Сукупність знань, що дозволяють аналізувати й оцінювати людські стосунки
- B) Використання невербальних засобів спілкування

Г) Виключно усне спілкування

Що розуміють під етикою?

- А) Вміння вести переговори
- Б) Правила поведінки в суспільстві
- В) Науку про моральні та духовні принципи поведінки людини
- Г) Спосіб уникнення конфліктів

Яка головна особливість ділового етикету?

- А) Пріоритет вікових відмінностей
- Б) Пріоритет субординації над гендерними і віковими відмінностями
- В) Обов'язкове дотримання дипломатичних норм
- Г) Чітке розмежування особистого і професійного спілкування

Що таке субординація?

- А) Дотримання правил дипломатії
- Б) Підпорядкування відповідно до ієрархічної побудови організації
- В) Ввічливе ставлення до співрозмовника
- Г) Використання спеціальних мовних шаблонів у спілкуванні

Що є основою ефективної комунікації?

- А) Використання владних аргументів
- Б) Толерантне ставлення до думок інших та вміння визнавати помилки
- В) Виключно вербальна комунікація
- Г) Дотримання соціального статусу співрозмовника

Яке значення має дипломатичний протокол?

- А) Забезпечує повагу та належний порядок у міжнародному спілкуванні
- Б) Регламентує виключно внутрішні ділові зустрічі
- В) Використовується лише в політичних відносинах
- Г) Не має особливого значення у міжнародних відносинах

Що таке тактовність у комунікації?

- А) Вміння уникати будь-яких суперечок
- Б) Почуття міри, що підказує правильний підхід у спілкуванні
- В) Використання шаблонних фраз
- Г) Уміння швидко змінювати тему розмови

Який принцип є одним з основних у діловому протоколі?

- А) Агресивне відстоювання своєї позиції
- Б) Взаємоповага між партнерами
- В) Формальне виконання норм поведінки
- Г) Підкреслення особистих досягнень у розмові

Який із наведених чинників є прикладом ввічливості?

- А) Ігнорування соціального статусу співрозмовника
- Б) Дотримання загальноприйнятих правил поведінки
- В) Використання авторитету для переконання
- Г) Відстоювання власної думки без врахування думки інших

Яка країна вважається родоначальницею дипломатичного протоколу?

- А) Велика Британія

- Б) Франція
- В) Німеччина
- Г) Італія

Що таке комунікація?

- а) Сукупність правил дипломатії
- б) Сукупність знань про людські стосунки
- в) Виключно вербальний спосіб взаємодії
- г) Спосіб ведення переговорів

Що є основою ефективної комунікації?

- а) Використання влади та авторитету
- б) Вміння визнавати свої помилки та бути самокритичним
- в) Домінування у розмові
- г) Відсторонення від моральних критеріїв

Що означає термін "субординація" у діловому етикеті?

- а) Визнання гендерних та вікових відмінностей
- б) Підпорядкування відповідно до ієрархічної структури
- в) Формальне звернення до керівництва
- г) Виключно рівноправні відносини між співробітниками

Який принцип НЕ входить до основних принципів ділового протоколу?

- а) Ввічливість
- б) Тактовність
- в) Емоційність
- г) Гідність

Що визначає дипломатичний протокол?

- а) Всі види офіційних дипломатичних контактів
- б) Тільки правила дипломатичного листування
- в) Лише порядок ведення переговорів
- г) Лише стосунки між дипломатами

Чому дипломатичний протокол є важливим у міжнародному спілкуванні?

- а) Він забезпечує суворе дотримання міжнародних законів
- б) Він формує умови для дружніх та мирних відносин між державами
- в) Він регламентує економічні відносини між країнами
- г) Він забезпечує контроль над офіційними зустрічами політиків

Що означає фраза «Протокол – це фіміам дружби»?

- а) Протокол є сукупністю обов'язкових ритуалів
- б) Дотримання протоколу сприяє гарним стосункам між партнерами
- в) Протокол є застарілою традицією дипломатії
- г) Без протоколу неможливі ділові переговори

Як японці та араби відрізняються у невербальній комунікації?

- а) Японці уникають зорового контакту, а араби дивляться прямо в очі
- б) Японці розмовляють на близькій відстані, а араби – на великій
- в) Японці жестикулюють більше, ніж араби
- г) Араби уникають будь-якої невербальної взаємодії.

Яка головна відмінність ділового та дипломатичного протоколів?

- a) Дипломатичний протокол є суворішим і менш гнучким
- b) Діловий протокол регламентує міжнародні відносини
- c) Дипломатичний протокол не передбачає субординації
- d) Діловий протокол має більше правил, ніж дипломатичний.

Що означає відсутність такту у діловій комунікації?

- a) Зайва емоційність та агресія
- b) Фамільярність, порушення дистанції у спілкуванні
- c) Намагання домінувати у переговорах
- d) Усі вищеперераховані варіанти.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ОСНОВНІ ЗАСОБИ ТА МЕТОДИ КОМУНІКАЦІЇ

ТЕМА 5. ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАТИВНОГО ЕТИКЕТУ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

1. Відвідайте ресторан або кафе (або перегляньте відеоогляд закладу).
2. Проаналізуйте комунікативну поведінку персоналу з гостями.
3. Опишіть приклади дотримання та порушення комунікативного етикету.
4. Запропонуйте рекомендації щодо покращення комунікації в цьому закладі.

Питання для самоконтролю:

1. Що таке комунікативний етикет і яке його значення у сфері ресторанного сервісу?
2. Які основні принципи комунікативного етикету мають дотримуватись працівники закладу харчування?
3. Як впливає культура мовлення персоналу на враження гостей?
4. Які фрази варто використовувати при вітанні та прощанні з відвідувачами?
5. Яких мовленнєвих помилок слід уникати під час спілкування з клієнтами?
6. У чому полягають особливості комунікації з іноземними гостями?
7. Як невербальна комунікація (жести, міміка, поза) впливає на рівень обслуговування?
8. Які стандарти обслуговування включає комунікативний етикет у ресторані?
9. Як працівник повинен реагувати на конфліктні ситуації з клієнтами згідно з етичними нормами?
10. Які особливості етикету під час прийому скарг та зауважень гостей?
11. Яке значення має зовнішній вигляд і манери працівника для комунікації з відвідувачами?
12. Як комунікативний етикет впливає на формування іміджу ресторану?
13. Які комунікативні прийоми сприяють підвищенню рівня лояльності клієнтів?
14. Яка роль етикету у командній взаємодії працівників ресторану?
15. Як навчання персоналу комунікативним нормам впливає на якість сервісу?

ТЕМА 6. МІЖНАРОДНА КОМУНІКАЦІЯ ТА ОБСЛУГОВУВАННЯ

1. Дослідіть культурні особливості комунікації та обслуговування в обраній країні (відмінній від України).
2. Порівняйте ці особливості з українськими стандартами.
3. Опишіть потенційні труднощі, які можуть виникнути при обслуговуванні клієнтів з цієї країни в українському готелі/ресторані, та запропонуйте шляхи їх подолання.

Питання для самоконтролю:

1. Що таке міжнародна комунікація в контексті сфери обслуговування?
2. Які чинники впливають на ефективність міжкультурного спілкування?
3. У чому полягає різниця між міжнаціональною та міжкультурною комунікацією?
4. Як культурні відмінності впливають на поведінку клієнтів з різних країн?
5. Які є типові бар'єри в міжнародному спілкуванні та як їх подолати?
6. Чому важливо знати етикет різних країн при обслуговуванні іноземців?
7. Яке значення має знання іноземних мов для працівників сфери гостинності?
8. Які правила вербального й невербального спілкування є універсальними, а які – специфічні?
9. Як адаптувати стиль обслуговування до потреб гостей з різних культур?
10. Які інструменти використовують для навчання персоналу навичкам міжнародної комунікації?
11. Як реагувати на непорозуміння або конфліктні ситуації з іноземними клієнтами?
12. У чому полягає важливість толерантності та культурної чутливості в обслуговуванні?
13. Які приклади успішної міжнародної комунікації ви можете навести зі сфери HoReCa?
14. Як впливає міжнародна комунікація на імідж закладу чи компанії?
15. Які сучасні цифрові інструменти допомагають у міжнародному обслуговуванні?

ТЕМА 7. ПЕРЕПОНИ У ДІЛОВОМУ СПІЛКУВАННІ. КОМУНІКАТИВНІ БАР'ЄРИ

1. Проаналізуйте випадок неефективного ділового спілкування (з власного досвіду або з прикладу).
2. Визначте, які комунікативні бар'єри були присутні.

3. Опишіть, як ці бар'єри вплинули на результат спілкування.
4. Запропонуйте стратегії для усунення або мінімізації цих бар'єрів у подібних ситуаціях у майбутньому.

Питання для самоконтролю:

1. Що таке комунікативний бар'єр у діловому спілкуванні? Наведіть приклади.
2. Які основні категорії комунікативних бар'єрів ви знаєте?
3. Чому важливо розуміти та долати комунікативні бар'єри в бізнесі?
4. Які наслідки можуть виникнути через неефективне ділове спілкування, спричинене бар'єрами?
5. Які стратегії можна використовувати для мінімізації впливу комунікативних бар'єрів?
6. Опишіть семантичні бар'єри. Наведіть приклади їх прояву у діловому спілкуванні.
7. Як мовні відмінності можуть стати бар'єром у міжнародному бізнесі? Які шляхи їх подолання ви можете запропонувати?
8. Що таке фонетичні бар'єри? Як вони можуть вплинути на сприйняття інформації?
9. Поясніть, як невербальні сигнали можуть створювати комунікативні бар'єри. Наведіть приклади.
10. Як культурні відмінності можуть впливати на ділове спілкування та створювати бар'єри?
11. Опишіть психологічні бар'єри у спілкуванні. Які особистісні фактори можуть їх спричиняти?
12. Як упередження та стереотипи можуть стати перешкодою для ефективної комунікації?
13. Поясніть роль емоцій у виникненні комунікативних бар'єрів.
14. Що таке бар'єри сприйняття? Як особистий досвід та установки можуть впливати на розуміння повідомлень?
15. Опишіть соціальні бар'єри у діловому спілкуванні. Як статус та ієрархія можуть впливати на комунікацію?
16. Як організаційні бар'єри (наприклад, структура компанії, канали комунікації) можуть ускладнювати спілкування?
17. Поясніть роль зворотного зв'язку у подоланні комунікативних бар'єрів. Чому він є важливим?
18. Які існують методи активного слухання, що допомагають уникнути комунікативних бар'єрів?

ТЕМА 8. ТЕХНІКА УСПІШНОЇ ПРЕЗЕНТАЦІЇ В ІНДУСТРІЇ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

1. Оберіть об'єкт презентації в сфері гостинності (наприклад, новий готельний номер, спеціальна пропозиція ресторану, туристичний маршрут).
2. Складіть план короткої презентації (5-7 слайдів).

3. Опишіть ключові повідомлення, візуальні матеріали та методи залучення аудиторії.

4. Напишіть текст для початку та завершення презентації.

Питання для самоконтролю:

1. Чи чітко визначена мета моєї презентації? Що я хочу донести до аудиторії?

2. Наскільки добре я знаю свою аудиторію (їхні потреби, інтереси, рівень знань)?

3. Чи адаптований мій контент до конкретної аудиторії в сфері гостинності (наприклад, готельєри, ресторатори, туристичні агенти)?

4. Чи маю я достатньо інформації та фактичних даних для підтримки своїх ключових повідомлень?

5. Чи структурована моя презентація логічно (вступ, основна частина, висновки)?

6. Чи розроблений чіткий план презентації з визначенням часу для кожної частини?

7. Чи підготовлені візуальні матеріали (слайди, відео, зображення)? Наскільки вони якісні та інформативні?

8. Чи відповідають мої візуальні матеріали бренду та стилю індустрії гостинності?

9. Чи передбачив я можливість технічних проблем (наприклад, з проектором, звуком)?

10. Чи маю я запасний план на випадок непередбачених обставин?

11. Як я планую розпочати презентацію, щоб привернути увагу аудиторії?

12. Чи впевнено та чітко я говорю? Який мій темп мовлення та гучність голосу?

13. Чи підтримую я візуальний контакт з аудиторією?

14. Яка моя мова тіла? Чи виглядаю я впевнено та зацікавлено?

15. Чи використовую я приклади та історії, релевантні для індустрії гостинності?

16. Чи залучаю я аудиторію до взаємодії (запитання, опитування)?

17. Чи ефективно я використовую візуальні матеріали, не відволікаючи від основного повідомлення?

18. Чи дотримуюся я відведеного часу?

19. Як я відповідаю на запитання аудиторії? Чи демонструю я компетентність та доброзичливість?

20. Як я планую завершити презентацію, щоб залишити позитивне враження та зафіксувати ключові повідомлення?

Тести

Що є основними нормами поведінки в закладі готельно-ресторанного господарства?

а) Брехня, приховування інформації, порушення законів

б) Законослухняність, чесність, відкритість, чесна конкуренція

в) Корупція, маніпуляції, зловживання домінуючим становищем

Що таке корпоративна етика?

- а) Сукупність правил дрес-коду для працівників
- б) Система моральних принципів, норм поведінки в організації
- в) Спосіб управління персоналом

Що є засобом формування позитивного іміджу закладу?

- а) Високий рівень реклами
- б) Дотримання етичної поведінки
- в) Демпінг цін

Які є основні принципи корпоративної комунікації?

- а) Задоволення потреб особи, чесність, відповідальність перед професією
- б) Порушення конфіденційності, маніпуляції, непрозорість
- в) Нехтування корпоративною культурою

Яка відповідальність може бути застосована до працівника за порушення етичних норм?

- а) Кримінальна відповідальність
- б) Дисциплінарне стягнення або громадський осуд
- в) Жодна відповідальність

Що передбачає принцип корпоративної етики?

- а) Дотримання суб'єктами корпоративної етики норм моральної поведінки
- б) Маніпуляції та ігнорування правил
- в) Використання особистої вигоди на шкоду організації

Які є види корпоративної комунікації?

- а) Традиційна, висококваліфікована, інноваційна, громадська
- б) Політична, державна, інформативна
- в) Авторитарна, демократична, тоталітарна

Які два основні елементи включає корпоративна етика?

- а) Моральні цінності та норми поведінки
- б) Фінансовий прибуток та маркетингова стратегія
- в) Чистота приміщень та кількість працівників

Що забороняється в корпоративній етиці відповідно до цивільного кодексу?

- а) Захист честі та гідності громадян
- б) Використання цивільних прав для обмеження конкуренції
- в) Організація соціальних ревізій

Які цінності можуть бути як індивідуальними, так і організаційними?

- а) Незалежність, ініціатива, якість
- б) Сім'я, передбачуваність, робота
- в) Гнучкість, зміна, взаємозамінність

Яка основна різниця між традиційною та інноваційною корпоративною комунікацією?

- а) Традиційна передбачає сувору ієрархію, а інноваційна заохочує ініціативність працівників

- б) В інноваційній комунікації заборонені всі форми наказів
- в) Традиційна комунікація базується на демократії, а інноваційна – на авторитаризмі

Що є основою норм корпоративної етики?

- а) Фінансові показники компанії
- б) Цінності, такі як компетентність, чесність, відповідальність
- в) Контроль над підлеглими

Який із наведених принципів НЕ входить до корпоративної етики?

- а) Взаємозамінність
- б) Маніпуляції інформацією
- в) Повага до особистості

Що означає принцип SMART у корпоративній етиці?

- а) Система оцінки ефективності роботи працівників
- б) Конкретність, вимірюваність, досяжність, реалістичність, обмеженість у часі
- в) Метод ведення переговорів

Чому важливо створювати внутрішні кодекси етики в закладах готельно-ресторанного господарства?

- а) Для створення чітких правил поведінки та зміцнення корпоративної культури
- б) Щоб ускладнити процес прийому на роботу
- в) Для зменшення витрат на навчання персоналу

Яку роль відіграє етична поведінка у формуванні репутації закладу?

- а) Вона суттєво впливає на довіру клієнтів та партнерів
- б) Не має жодного значення
- в) Важлива лише для керівного складу

Який із видів корпоративної комунікації найкраще підходить для закладів готельно-ресторанного господарства?

- а) Громадська
- б) Традиційна
- в) Висококваліфікована

Чому корпоративна комунікація важлива для організації?

- а) Вона допомагає налагодити ефективні зв'язки між співробітниками та партнерами
- б) Дозволяє скорочувати кількість персоналу
- в) Запобігає фінансовим втратам

Який негативний наслідок може мати відсутність корпоративної етики?

- а) Втрата довіри працівників та партнерів, зниження прибутковості
- б) Збільшення прибутку компанії
- в) Покращення конкурентних позицій

КПЗ

Комплексне практичне індивідуальне завдання з дисципліни «Комунікації в готельно-ресторанному господарстві» виконується самостійно кожним студентом. Підготовка завдання здійснюється на основі опрацьованої літератури та зібраної інформації в мережі Інтернет. її аналізу та формулювання висновків. КПЗ оформляється у відповідності з

встановленими вимогами. Виконання КПЗ є одним із обов'язкових складових модулів залікового кредиту з дисципліни «Комунікації в готельно-ресторанному господарстві».

В індивідуальній роботі студенти повинні показати:

- правильне розуміння поставленого завдання;
- вміння працювати з літературними джерелами та використовувати інформаційні ресурси й матеріали;
- висловлювати свої думки з актуальних питань і робити обґрунтовані висновки на основі проведеного аналізу;
- можливість використовувати теоретичні знання, отримані на лекціях,
- застосовувати сучасні методи дослідження з використанням таблиць, графіків, діаграм та інших графічних зображень.

Варіанти КПЗ з дисципліни «Комунікації в готельно-ресторанному господарстві» передбачає виконання дослідницької роботи. Загальна тема комплексна практичні індивідуальна робота – «Комунікації в готельно-ресторанному господарстві».

Індивідуальна робота має відповідати наступним темам:

1. Сутність бізнес-комунікацій.
2. Процес та види комунікацій.
3. Вербальні та невербальні засоби комунікації.
4. Труднощі та бар'єри в бізнес-комунікаціях.
5. Психологічна культура ділової розмови.
6. Службове спілкування.
7. Комунікативні конфлікти.
8. Ведення комерційних переговорів.
9. Ділові стратегії.
10. Система зовнішніх і внутрішніх комунікацій закладів гостинності.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Атаманчук З. А. Формування мережевої туристичної індустрії як форма глобальної інтеграції країн. Збірник наукових праць «Економічний простір». Дніпро, 2019. № 141. С. 49-64.
2. Березюк В. О. Інструментарій маркетингових комунікацій в інтернетсередовищі: класифікація та специфіка використання. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. 2021. № 4. Електрон. текст. дані. Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8824>, вільний (дата звернення: 15.02.2025). – Назва з екрана.
3. Березюк С., Березюк Ю., Годя О. Маніпулятивні технології та особливості їх прояву в суспільно-політичних процесах. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2024. № 4 (13). С. 26–32.
4. Буднікевич І. М., Крупенна, А. А., Костинян І. А. Особливості комунікацій в маркетингу малих підприємств ресторанного бізнесу. *Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія «Економічні науки»*. 2020. Вип. 58. С. 68–75.
5. Германюк Н. В. Роль комунікацій в управлінні організаційним процесом [Електрон. ресурс]. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. 2021. № 10. Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=9408>, вільний (дата звернення: 18.02.2025). – Назва з екрана.
6. Дергоусова А. О., Сиволовська О. В., Мкртчян О.М. Формування стратегії бренд-менеджменту в сфері освітніх послуг. *Ефективна економіка*. 2022. № 2. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=10017> (дата звернення: 29.06.2022).
7. Зубехіна Т.В. Культурний туризму в умовах війни, перспективи розвитку. Індустрія гостинності: стан, тенденції розвитку та перспективи галузі в умовах війни : збірник праць Міжнародного науково-практичного форуму (м. Львів, 19–21 квітня 2023 р.) / [відп. ред.: проф. О. І. Мороз]. Львів: «Камула», 2023 – С. 203-207.
8. Музиченко-Козловська О. В. Туристичний брендинг: сутність, складові та переваги. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2014, №797. С. 396-402.
9. Іванов О. К., Іванова В. Л. Крос-культурна комунікація в контексті мистецької діяльності. Науковий вісник МНУ імені В. О. Сухомлинського. Педагогічні науки. 2020. № 1(68). С. 90-95.
10. Іванунік В.О., Явкін В.Г. Атрактивність рекреаційно-туристичних територій. 2-ге вид., Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2021. 248 с.
11. Ковалинська І. В. Невербальна комунікація. Київ : Освіта України, 2014. 289 с. 163
12. Колокольчикова І. В. Стратегічне управління та формування позитивного іміджу суб'єктів господарювання. *Інфраструктура ринку*. 2021. Вип. № 56. С. 67–70.
13. Коломицева О. В., Васильченко Л. С. Сучасні підходи до розробки маркетингової комунікаційної стратегії для забезпечення сталого розвитку

підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2020. № 2 (224). С. 35–44.

14. Комарніцький І. О. Застосування засобів нейромаркетингу в діяльності готельних підприємств. *Наукові праці МАУП*. 2016. Вип. 51 (4). С. 122–126.

15. Комунікативний менеджмент : навч. посіб. / [С. В. Панченко, О. В. Дикань, О. В. Громова та ін.]. Харків : УкрДУЗТ, 2024. 320 с.

16. Корнілова В. В. Практичний аспект застосування інновацій у туристичному бізнесі. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 7. С. 25-30.

17. Круль Г., Заячук О. Організація і технологія надання послуг гостинності : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. 488 с.

18. Люта Д., Сидорук А., & Маковецька, Н. (2021). Паблік рилейшнз в системі піар-менеджменту як частина інформативної реклами галузі туризму та гостинності. *Економіка та суспільство*, (30). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-2>

19. Офіційний сайт Всесвітньої ради з подорожей і туризму. World Travel and Tourism Council WTTC. URL : <http://www.wttc.org>.

20. Педроса Л. Гнучкі бренди. Ловить клієнтів, стимулюйте зростання та вирізняйтеся на ринку: пер. з англ. Київ: Видавництво «Yakaboo Publishing», 2021. 272 с.

21. Сучасні PR-технології: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Уклад. А.М. Зленко. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с.

Комунікації в готельно-ресторанному господарстві: Методичні вказівки до виконання самостійної роботи для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньої програми «Готельно-ресторанна справа» галузі знань J Транспорт та послуги спеціальності J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг денної та заочної форми навчання /укладач: Зубехіна Т.В. Луцьк: ЛНТУ, 2025. 21 с.

Видання містить теоретичний матеріал до вивчення окремих тем програми курсу для студентів спеціальності J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг, денної та заочної форми навчання.

Комп'ютерний набір: Т.В. Зубехіна
Редактор: Т.В. Зубехіна

Підп. до друку _____ 2025 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.