

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор Навчально-наукового
інституту міжнародних відносин
ім. Б.Д. Гаврилишина
Ірина ІВАЦІУК

« _____ » _____ 2023 р.



ЗАТВЕРДЖУЮ

В. о. проректора з науково-
педагогічної роботи
Віктор ОСТРОВЕРХОВ

« _____ » _____ 2023 р.



ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор навчально-наукового
інституту новітніх освітніх
технологій
Святослав ПИТЕЛЬ

« _____ » _____ 2023 р.



**РОБОЧА ПРОГРАМА
з дисципліни**

**“КРОС-КУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ В ГОТЕЛЬНО-
РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ”**

Ступінь вищої освіти – магістр

галузь знань - 24 “Сфера обслуговування”

спеціальність – 241 “Готельно-ресторанна справа”

Освітньо-професійна програма – “Готельно-ресторанна справа”

Кафедра міжнародного туризму і готельного бізнесу

Форма навчання	Курс V	Семестр	Лекції (год.)	Практичні (год.)	ІРС (год.)	Тренінг, КПІЗ (год.)	Разом (год.)	СРС (год.)	Іспит (сем.)
Денна	ГРС	1	30	15	5	4	150	96	1
Заочна	ГРС	1,2	8	4	-	-	150	134	2

31.08.2023

Тернопіль-ЗУНУ, 2023

Робоча програма складена на основі освітньо-професійної програми підготовки магістра галузі знань 24 «Сфера обслуговування», спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа», затвердженої Вченою радою ЗУНУ, протокол №__ від _____ 20__р.

Робочу програму склала канд. екон. наук., доцент кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу ЗУНУ Нагара М. Б.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу, протокол № 1 від 29 серпня 2023 року.

Завідувач кафедри
міжнародного туризму і
готельного бізнесу к.е.н., доцент

Оксана ГУГУЛ

Розглянуто та схвалено групою забезпечення спеціальності «Готельно-ресторанна справа», протокол № 1 від 30.08.2023 р.

Голова групи забезпечення спеціальності
д.е.н., професор

Юрій ГУМЕНЮК

Гарант ОП

Юрій ГУМЕНЮК

СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ“КРОС-КУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ”

1. ОПИС ДИСЦИПЛІНИ “КРОС-КУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ”

Дисципліна “Крос-культурні комунікації в готельно-ресторанному бізнесі”	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань – 24 "Сфера обслуговування"	Статус дисципліни – нормативна дисципліна циклу професійної підготовки Мова навчання – українська
Кількість залікових модулів – 4	Спеціальність – 241 “Готельно-ресторанна справа”	Рік підготовки – 1 Семестр – 1
Кількість змістових модулів – 2	Ступінь вищої освіти – магістр	Лекції – 30 год. Практичні заняття – 15 год.
Загальна кількість годин – 150 (ЗФН 150)		Самостійна робота – 96 год. (ЗФН 134 год.) (4 год. – <i>тренінг</i>) Індивідуальна робота – 5 год.
Тижневих годин – 10 год., з них аудиторних – 3 год.		Вид підсумкового контролю – іспит

2. МЕТА І ЗАВДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ “КРОС-КУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ”

2.1. Мета вивчення дисципліни. Мета вивчення дисципліни “Крос-культурні комунікації в готельно-ресторанному бізнесі” – сформувати крос-культурний підхід до здійснення професійної діяльності в сучасних умовах глобалізації з метою підвищення ефективності співпраці, ведення переговорів, а також управління персоналом в мультикультурних підприємствах сфери гостинності Ці знання стануть складовою системи компетенцій магістра готельно-ресторанної сфери на основі динамізації крос-культурних факторів у сфері гостинності.

2.2. Завдання вивчення дисципліни. Предметом дисципліни є особливості опосередкованого / неопосередкованого обміну інформацією між представниками різних культур у сфері гостинності.

1. Завданнями вивчення дисципліни “Крос-культурні комунікації в готельно-ресторанному бізнесі” є:

- формування у студентів чітких орієнтирів публічної промови, що найкраще сприяє виключенню проявів ксенофобії, поширенню негативних етнічних таконфесійних стереотипів, ворожнечі;
- формалізація культурних еталонів і цивілізованих стереотипів моральних відносин у діловому професійному спілкуванні;

- розвиток раціонально-емоційної сфери моральної свідомості;
- розширення діапазону навичок вербальної та невербальної комунікації;
- розвиток культурної сприйнятливості, здатності до правильної інтерпретації різноманітних видів комунікативної поведінки;
- оволодіння студентами прийомами ефективного міжкультурного спілкування;
- ознайомлення студентів з особливостями комунікативної поведінки в різних ділових культурах.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент **повинен знати:**

- основні поняття крос-культурної комунікації у галузі готельно-ресторанної справи;
- особливості субкультур та особливості культур націй і народів світу для досягнення взаєморозуміння й позитивного результату у сфері гостинності;
- природу міжкультурних непорозумінь, конфліктів і засоби виходу з них;
- принципи професійного спілкування з представниками різних етнічних і культурних спільнот;

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент **повинен вміти:**

- здійснювати професійне спілкування з іноземними партнерами з дотриманням принципу толерантності й етичних норм;
- дотримуватись толерантного ставлення до інших культур та їх представників;
- долати й упереджувати національно-культурні стереотипи;
- вести науковий пошук щодо дослідження проблем крос-культурної комунікації;
- використовувати теоретичні положення крос-культурної комунікації для вирішення практичних професійних завдань.

2.3. Найменування та опис компетентностей, формування котрих забезпечує вивчення дисципліни “Крос-культурні комунікації в готельно-ресторанному бізнесі”:

- здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області;
- здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями;
- знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;
- здатність генерувати нові ідеї (креативність);
- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології;
- здатність визначати функціональні особливості та вплив міжнародного середовища на характер взаємозв’язків між суб’єктами сфери гостинності та налагоджувати комунікації між ними.

Зміст уміння, що забезпечується вищеописаними компетентностями полягає у вмінні використовувати одержані знання у практичній діяльності, враховуючи тенденції та перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу.

Передумови для вивчення дисципліни. Дисципліна вивчається на базі загальнооекономічної та правової підготовки студентів після вивчення ними дисциплін “Організація готельно-ресторанної справи”, “Брендинг індустрії гостинності”, “Менеджмент туризму”, “Маркетинг туризму”, “Рекреаційно-туристичні послуги”, “Галузі туризму”.

2.4. Результати навчання. В процесі вивчення дисципліни “Крос-культурні комунікації в готельно-ресторанному бізнесі” студенти повинні: використовувати фундаментальні закономірності розвитку готельно-ресторанної індустрії у поєднанні з дослідницькими і управлінськими інструментами для здійснення професійної та наукової діяльності; систематизувати та аналізувати інформацію для вирішення професійних і наукових завдань в сфері гостинності.

3. ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ “КРОС-КУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ”

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КРОС-КУЛЬТУРНИХ КОМУНІКАЦІЙ.

Тема 1. Формування та розвиток крос-культурної комунікації.

Передумови виникнення крос-культурної комунікації. Поняття крос-культурної комунікації. Теорії крос-культурного спілкування Е. Холла, К. Клакхона, Ф. Стробека, Сепіра-Уорфа. Становлення крос-культурної комунікації в Європі. Утвердження крос-культурної комунікації в Україні та слов'янських країнах.

Література: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Тема 2. Крос-культурні комунікації в сфері гостинності.

Сфера гостинності в комунікативному контексті. Макро- і мікрокультури та їхній вплив на комунікації в сфері гостинності. Роль комунікацій у бізнес-процесах готельно-ресторанної індустрії. Міжкультурні комунікації в індустрії гостинності. Культура міжнародних комунікацій: поняття, критерії, показники. Методи крос-культурної комунікації. Інструменти крос-культурної комунікації.

Література: 1, 2, 7, 9, 12.

Тема 3. Особливості крос-культурного спілкування у готельно-ресторанній сфері.

Крос-культурна комунікація та постулати П. Грайса. Фундаментальні крос-культурні парадокси. Характер когніції й когнітивна гнучкість. Абстрагування й фільтрація інформації. Спрощення й асоціювання. Комбінування, реорганізація інформації, акцентування. Фонові знання й інтерпретація. Змінні крос-культурної комунікації, її системні складові. Контекст крос-культурної комунікації. Параметри змісту інформації.

Література: 3, 4, 8, 13, 16.

Тема 4. Розуміння як мета крос-культурної комунікації.

Розуміння й ефективність спілкування. Динамічна природа розуміння. Інтерпретативність розуміння. Механізми рівнів утворення й інтерпретації повідомлення. Рівні розуміння. Співвідношення дотичних культур. Подібності й відмінності модальних мовних особистостей. Стратифікація

суспільства (вертикальна та горизонтальна). Розташування культур на часовій шкалі.

Проблеми крос-культурного розуміння: поняття “культурного шоку”, ступені культурного шоку, зворотний культурний шок, шляхи подолання культурного шоку, крос-культурний конфлікт, відмінність міжкультурного й етнічного конфліктів, шляхи розв’язання крос-культурних конфліктів. Технології вирішення проблеми крос-культурного розуміння.

Література: 3; 5; 7; 14; 19.

Тема 5. Сутність крос-культурної компетентності.

Підходи до трактування крос-культурної компетентності, її складових та сфер застосування. Крос-культурне адаптування. Технології підвищення крос-культурної компетентності.

Література: 1, 2, 3, 14, 5, 19.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. КРОС-КУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ

Тема 6. Комунікативна асиметрія в готельно-ресторанній сфері.

Подолання культурних стереотипів та міжкультурних перешкод. Культурні стереотипи. Етнічні, расові та культурні стереотипи. Підходи до успішного міжкультурного спілкування. Технології подолання крос-культурної асиметрії.

Література: 4; 8; 12; 15.

Тема 7. Вплив крос-культурних комунікацій на готельно-ресторанну індустрію.

Засоби здійснення комунікацій в сфері гостинності. Інформаційно-комунікативні та інформаційно-аналітичні структури (підрозділи, департаменти) державних органів та їх роль у реалізації інформаційно-комунікативної стратегії підприємств готельно-ресторанної сфери.

Література: 10, 12, 14, 17.

Тема 8. Комунікативні механізми формування іміджу країни.

Імідж країни в системі міжкультурних комунікацій. Засоби поширення інформації про країну за кордоном. Набір комунікативних механізмів формування іміджу країни.

Література: 3, 7, 17, 18.

Тема 9. Професійна етика в крос-культурних комунікаціях.

Ускладнення вимог професійної етики в індустрії гостинності. Професійні моральні норми. Професійна етика та моральна культура особистості. Свобода професійного самовизначення особистості. Способи підвищення рівня етичності в готельно-ресторанній сфері: етичні кодекси, «карти етики», комітети з етики, соціальні ревізії; етична експертиза, етичне консультування..

Література: 1, 2, 14, 17, 20

Тема 10. Крос-культурні комунікації в умовах кризи.

Криза у міжнародних відносинах: сутність, ознаки, комунікативні прояви. Роль комунікацій в ідентифікації кризи та формуванні громадської думки щодо неї. Особливості крос-культурних комунікацій за кризових умов. Комунікативні механізми розв’язання кризи у сфері гостинності.

Література: 5; 9; 16; 19.

4. СТРУКТУРА ЗАЛІКОВОГО КРЕДИТУ ДИСЦИПЛІНИ “КРОС-КУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ”

Денна форма навчання

Назва теми	Кількість годин					
	Лекції	Практичні заняття	Індивідуальна робота	Тренінг, КПЗ	Самостійна робота	Контрольні заходи
<i>Змістовий модуль 1.</i>						
Тема 1. Формування та розвиток крос-культурних комунікацій	3	2	2	3	9	поточне опитування
Тема 2. Крос-культурні комунікації в сфері гостинності	3	1			9	тести
Тема 3. Особливості крос-культурного спілкування у готельно-ресторанній сфері	3	2			10	кейси
Тема 4. Розуміння як мета крос-культурної комунікації	3	1			9	кейси
Тема 5. Сутність крос-культурної компетентності	3	1			10	Ділові ігри
<i>Змістовий модуль 2.</i>						
Тема 6. Комунікативна асиметрія в готельно-ресторанній сфері	3	2	1	2	9	опитування
Тема 7. Вплив крос-культурних комунікацій на готельно-ресторанну індустрію	3	1			10	ситуаційні завдання
Тема 8. Комунікативні механізми формування іміджу країни	3	2			9	ситуаційні завдання
Тема 9. Професійна етика в крос-культурних комунікаціях	3	1			10	ділові ігри
Тема 10. Крос-культурні комунікації в умовах кризи	3	2			9	тестові завдання
Разом	30	15	3	5	96	

Заочна форма навчання

Назва теми	Кількість годин		
	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота
<i>Змістовий модуль 1.</i>			
Тема 1. Формування та розвиток крос-культурних комунікацій	1	2	14
Тема 2. Крос-культурні комунікації в сфері гостинності			13
Тема 3. Особливості крос-культурного спілкування у готельно-ресторанній сфері	1		13
Тема 4. Розуміння як мета крос-культурної комунікації	1		14
Тема 5. Сутність крос-культурної компетентності	1		13
<i>Змістовий модуль 2.</i>			
Тема 6. Комунікативна асиметрія в готельно-ресторанній сфері	1	2	14
Тема 7. Вплив крос-культурних комунікацій на готельно-ресторанну індустрію	1		13
Тема 8. Комунікативні механізми формування іміджу країни	1		13
Тема 9. Професійна етика в крос-культурних комунікаціях	1		14
Тема 10. Крос-культурні комунікації в умовах кризи			13
Разом	8	4	134

5. ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КРОС-КУЛЬТУРНИХ
КОМУНІКАЦІЙ
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 1.

Тема: “Формування та розвиток крос-культурної комунікації”.

Мета: закріплення теоретичних та нормативно-правових основ крос-культурних комунікацій на підприємствах індустрії гостинності.

Питання для обговорення:

1. Передумови виникнення крос-культурної комунікації. Термінологічна неоднозначність.
2. Інтракультурна, інтеркультурна та кроскультурна комунікація.
3. Культурне знання та культурна свідомість.
4. Становлення крос-культурної комунікації в Європі.
5. Утвердження крос-культурної комунікації в Україні та слов'янських країнах.

Література: 6, 7, 11, 12, 14, 19.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 2.

Тема: “Крос-культурні комунікації в сфері гостинності”.

Мета: вироблення умінь та навичок оцінки ролі сучасних крос-культурних комунікацій в готельно-ресторанному бізнесі..

Питання для обговорення:

1. Роль комунікацій у процесі гуманізації міжнародних відносин
2. Характеристика міжкультурної розмаїтості: цінності, ставлення, поведінка.
3. Крос-культурні комунікації в готельно-ресторанній сфері.
4. Культура комунікацій індустрії гостинності: поняття, критерії, показники.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 3.

Тема: Особливості крос-культурного спілкування у готельно-ресторанній сфері.

Мета: вивчення особливостей становлення та розвитку крос-культурного спілкування в туристичній індустрії.

Питання для обговорення:

1. Парадокси крос-культурного спілкування
2. Абстрагування й фільтрація інформації.
3. Цінності, вірування та переконання у крос-культурному аналізі.
4. Змінні крос-культурної комунікації як її системні складові.
5. Механізми рівнів утворення й інтерпретації повідомлення.
6. Змінні крос-культурної комунікації як її системні складові.

Література: 1, 2, 3, 4, 6, 11, 19.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 4.

Тема: “Розуміння як мета крос-культурної комунікації”.

Мета: опанування практичними навичками прогнозування поведінки споживачів послуг готельно-ресторанної індустрії.

Питання для обговорення:

1. Поняття “культурного шоку”. Ступені культурного шоку.
2. Зворотний культурний шок.

3. Шляхи подолання культурного шоку.
 4. Міжкультурний конфлікт. Відмінність міжкультурного й етнічного конфліктів.
 5. Чинники міжособових відносин.
 6. Типи поведінки споживачів при ухваленні рішення про покупку.
- Література: 1, 3, 5, 8, 10.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 5.

Тема: “Сутність крос-культурної компетентності”.

Мета: вивчення методичних підходів до формування крос-культурної компетентності.

Питання для обговорення:

1. Теоретичні основи формування крос-культурної компетентності.
2. Структура крос-культурної компетентності.
3. Етапи формування крос-культурної компетентності.

Література: 8, 10, 11, 12.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. КРОС-КУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 6.

Тема: “Комунікативна асиметрія в готельно-ресторанній сфері”.

Мета: опанування практичного інструментарію розробки та впровадження ефективного підходу до комунікацій в індустрії гостинності.

Питання для обговорення:

1. Культурні стереотипи. Етнічні, расові та культурні стереотипи.
2. Підходи до успішного міжкультурного спілкування.
3. Поради для міжкультурного спілкування.

Література: 1, 2, 9, 10, 11.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 7.

Тема: “Вплив крос-культурних комунікацій на готельно-ресторанну індустрію”.

Мета: вивчення методичних підходів до формування комплексу інтегрованих крос-культурних комунікацій.

Питання для обговорення:

1. Перелік чинників, які забезпечують культуру комунікацій у міжнародних відносинах.
2. Вплив культури на міжнародні відносини.
3. Американські цінності та норми ввічливості.
4. Модель та концепт часу. Індивідуалізм, сила, простір.

Література: 1, 2, 4, 12, 13.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 8.

Тема: “Комунікативні механізми формування іміджу країни”.

Мета: вироблення умінь та навичок реалізації практичних підходів до формування позитивного іміджу індустрії гостинності.

Питання для обговорення:

1. Роль міжнародної громадської думки у міжнародних комунікаціях.
2. Вплив міжнародної громадської думки на міжнародні відносини

3. Комунікативні заходи, спрямовані на формування позитивного іміджу України в світовій громадській думці.

4. Особливості міжкультурного спілкування.

Література: 3, 7, 20, 21.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 9.

Тема: “Професійна етика в крос-культурних комунікаціях”.

Мета: опанування практичним інструментарієм розробки кодексу етики підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Питання для обговорення:

1. Кодекс професійної етики готельєра, ресторатора, консультанта індустрії гостинності.

2. Крос-культурні аспекти міжнародних переговорів в готельно-ресторанній сфері.

3. Норми поведінки в індустрії гостинності.

Література: 2, 3, 5, 8.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 10.

Тема: “Крос-культурна комунікація в умовах кризи”.

Мета: вивчення методичних підходів до формування стратегії крос-культурних комунікацій індустрії гостинності в кризових умовах.

Питання для обговорення:

1. Сутність стратегії крос-культурних комунікацій індустрії гостинності

2. Найпоширеніші антикризові стратегії.

3. Диверсифікація послуг індустрії гостинності в умовах кризи.

4. Стратегічне планування крос-культурних комунікацій, його етапи.

5. Поточне планування крос-культурних комунікацій в умовах кризи.

Література: 8, 10, 11, 12.

6. ТЕМАТИКА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ.

Самостійна робота як основна форма засвоєння студентом навчального матеріалу в час, вільний від обов'язкових занять та без участі викладача, передбачає особистісну орієнтовану організацію самоосвіти студента.

Діагностика якості самостійної роботи здійснюється викладачем при оцінюванні змістових модулів та на основі підсумкового контролю залікового модуля.

№ п/п	Тематика
1	Причини виникнення крос-культурних комунікацій в індустрії гостинності як науки
2	Основні категорії кро-культурних комунікацій в готельно-ресторанному бізнесі
3	Досвід успішних компаній індустрії гостинності у створенні системи зв'язків з громадськістю
4	Стратегічні комунікації підприємств сфери гостинності, їхня сутність і роль у зв'язках з громадськістю
5	Алгоритм процесу розроблення і реалізації програми зв'язків з громадськістю підприємств туристичної сфери
6	Основні етапи підготовки і проведення PR-кампанії підприємств сфери гостинності та їх характеристика
7	Оцінка ризику при плануванні PR-кампанії підприємств індустрії гостинності
8	Основні складові корпоративного іміджу підприємств сфери гостинності
9	Сучасні тенденції розвитку крос-культурних комунікацій підприємств сфери гостинності
10	Чинники, які характеризують унікальність крос-культурних комунікацій індустрії гостинності
11	Використання засобів автоматизації для ефективності крос-культурних комунікацій підприємств готельно-ресторанного бізнесу
12	Фірмовий стиль крос-культурних комунікацій підприємства
13	Роль персоналу у розвитку комунікаційної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу
14	Роль пропаганди та реклами в комунікаційному процесі підприємств сфери гостинності
Разом 96 год./ 134 год.	

7. ТРЕНІНГ, КОМПЛЕКСНЕ ПРАКТИЧНЕ ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

Організація і проведення тренінгу

Тематика: аналіз діючої практики крос-культурних комунікацій на підприємствах готельно-ресторанної індустрії.

Порядок проведення:

1. Здійснити виїзд до відомих підприємств готельно-ресторанної індустрії області або міста.
2. Ознайомитися із специфікою ресурсів підприємств готельно-ресторанної сфери
3. Провести комунікаційну та PR оцінку потенціалу об'єктів готельно-ресторанного бізнесу.
4. Представити результати проведеного тренінгу у вигляді невеликого групового звіту про дослідження підприємств індустрії гостинності.

Література: 1; 3; 12; 18; 21; 22.

Організація і проведення КПЗ

Суть комплексного практичного індивідуального завдання.

1. Індивідуальне завдання з дисципліни “Крос-культурні комунікації в готельно-ресторанному бізнесі” має наскрізний характер і виконується на прикладі конкретного підприємства індустрії гостинності (українського або закордонного).

Індивідуальне завдання складається із таких частин:

Вступ

1. Особливості управління крос-культурними комунікаціями на підприємстві сфери гостинності.
2. Аналіз маркетингового середовища підприємства сфери гостинності.
 - 2.1. Характеристика основних факторів мікросередовища.
 - 2.2. Оцінка впливу факторів макросередовища на комунікаційну діяльність підприємства сфери гостинності.
3. Аналіз PR політики підприємства індустрії гостинності.
4. Оцінка цінової політики підприємства індустрії гостинності.
5. Оцінка політики просування підприємства індустрії гостинності.
6. Визначення основних недоліків крос-культурної комунікаційної стратегії підприємства сфери гостинності.
7. Розробка напрямів удосконалення крос-культурної комунікаційної стратегії підприємства сфери гостинності.

Висновки

8. ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ ТА МЕТОДИ ДЕМОНСТРУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

У процесі вивчення дисципліни «Крос-культурні комунікації в готельно-ресторанному бізнесі» використовуються наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- стандартизовані тести;
- поточне опитування;
- залікове модульне тестування та опитування;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- ректорська контрольна робота;
- оцінювання результатів КПЗ.

9. КРИТЕРІЇ, ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів і перескладання: Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції факультету (інституту) за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності: Письмові роботи підлягають перевірці на наявність плагіату та допускаються до захисту з коректними текстовими запозиченнями. Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів та екзаменів заборонено.

Політика щодо відвідування: Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, військовий стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в онлайн формі за погодженням із керівником курсу.

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 1 (ректорська контрольна робота)	Заліковий модуль 3 (підсумкова оцінка за КПЗ)	Заліковий модуль 4 (екзамен)
20%	20%	20%	40%
1. Усне опитування (тестування) на заняттях: 3 теми по 10 балів – макс 30 балів. 2. Письмова робота – макс 70 балів	1. Усне опитування (тестування) на заняттях: 3 теми по 10 балів – макс 30 балів. 2. Письмова робота – макс 70 балів	1. Підготовка КПЗ – макс 40 балів. 2. Захист КПЗ – макс 40 балів. 3. Участь у тренінгах – макс 20 балів	1. Тестові завдання (5 тестів по балів) – макс 25 балів. 2. Теоретичне питання – макс 25 балів 3. Кейс – макс 50 балів

Шкала оцінювання:

За шкалою університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	відмінно	A (відмінно)
85–89	добре	B (дуже добре)
75–84		C (добре)
65–74	задовільно	D (задовільно)
60–64		E (достатньо)
35–59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1–34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

**10. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ЯКИХ ПЕРЕДБАЧАЄ
НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА**

№	Найменування	Номер теми
1.	Ноутбук	1-10
2.	Мультимедійний проектор	1-10
3.	Система дистанційного навчання ЗУНУ <i>moodle.wunu.edu.ua</i>	1-10
4.	Пакет прикладних програм базових інформаційних технологій: <i>MS Office</i>	1-10
5.	Телекомунікаційне програмне забезпечення (<i>Internet Explorer, Opera, Google Chrome. Firefox</i>)	1-10

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навчальний посібник. Київ : Знання, 2019. 358 с.
2. Брич В.Я. Організація готельно-ресторанної справи : навч. посібник. Київ : Ліра-К, 2019. 484 с.
3. Брич В.Я. Туроперейтинг: підручник. Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с.
4. Зубар Н.М. Логістика в ресторанному господарстві: навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 312 с.
5. Кіріяджи В.В. Правове регулювання галузей турбізнесу: учбов. посібник. Харків: ХІТБ, 2017. 339 с
6. Корж Н.В., Левицька І.В., Онищук Н.В. Готельна справа: навчальний посібник. Київ :Київ.нац.торг.-екон.ун-т., Вінниця, ПП «ТД«Едельвейс і К» 2019. 580 с.
7. Макогін З. Я. Міжнародний туризм [Текст] : навч. посіб. / Макогін З. Я. ; Центр. спілка спожив. т-в України, Львів. торг.-екон. ун-т. - Львів : Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту, 2018. - 395 с.
8. Мальська М.П., Гаталяк О.М., Ганич Н.М. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика): підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 304 с.
9. Мунін Г.Б. Франчайзинг у готельно-ресторанному бізнесі. Київ : Кондор, 2020. 383 с.
10. Нечаюк Л.І., Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 344 с.
11. Писаревський І.М., Погасій С.О., Покоłodна М.М. Організація туризму: підручник. Харків : ХНАМГ, 2018. 541 с.
12. Самодай В. П., Кравченко А.І. Організація ресторанної справи : навч. посіб. Суми : Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2018. 424 с.
13. Ткаченко Т.І., Мельник С.В., Новак М.В. Управління якістю готельних послуг: монографія. К.: КНТЕУ, 2016. 234 с
14. Beck J., Rainoldi M., Egger R. Virtual reality in tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Review*, 2021. 358 p.
15. Chang Y. W. The first decade of commercial space tourism. *Acta Astronautica*. 2022. No. 108. P. 79-91.
16. Cosgrove I., Jackson R. International tourism. *In The Geography of Recreation and Leisure*. 2020. Available at : <https://doi.org/10.4324/9781315658889-11>.
17. Schwartz M. S. Business Ethics in Hospitality: An Ethical Decision Making Approach. 2020. Available at : https://books.google.com.ua/books?id=eGgvDgAAQBAJ&dq=business+ethics&hl=ru&source=gbs_navlinks_s.
18. Wiltshier P., Clarke A. Virtual cultural tourism: Six pillars of VCT using co-creation, value exchange and exchange value. *Tourism and Hospitality Research*. 2022. No. 17(4). P. 372-383.