

**ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА**

ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА ЕКОНОМІЧНОЇ ГЕОГРАФІЇ ТА ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ



“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Декан

географічного факультету

Мирослав ЗАЯЧУК

29 серпня 2025 року

РОБОЧА ПРОГРАМА

навчальної дисципліни

КОМУНІКАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

обов'язкова

Освітньо-професійна програма: Менеджмент туристичної індустрії

Спеціальність: 073 Менеджмент

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Факультет, на якому здійснюється підготовка фахівців: Географічний

Мова навчання: українська

Чернівці 2025 рік


Робоча програма навчальної дисципліни «Комунікаційний менеджмент» складена відповідно до освітньо-професійної програми «Менеджмент туристичної індустрії», галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженої Вченою радою Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича (протокол №6 від 26 травня 2022).

Розробник: Паламарюк Марія Юріївна, асистент кафедри економічної географії та екологічного менеджменту Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, кандидат географічних наук.

Викладач, що забезпечує читання даної навчальної дисципліни: Паламарюк Марія Юріївна, асистент кафедри економічної географії та екологічного менеджменту Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, кандидат географічних наук.

Погоджено з гарантом

ОП «Менеджмент туристичної індустрії»

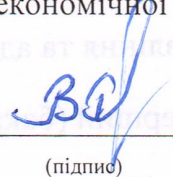


Валентина ПІДГІРНА

Затверджено на засіданні кафедри економічної географії та екологічного менеджменту

Протокол № 1 від “26 ” серпня 2025 року

Завідувач кафедри



Валерій РУДЕНКО

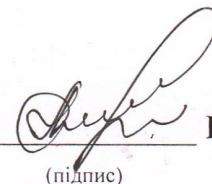
(підпис)

Схвалено

методичною радою географічного факультету

Протокол № 1 від “28 ” серпня 2025 року

Голова навчально-методичної ради
географічного факультету



Наталя АНДРУСЯК

(підпис)

Мета навчальної дисципліни: сприяти формуванню у здобувачів освіти, що навчаються на освітньо-професійній програмі «Менеджмент туристичної індустрії» комплексу теоретичних знань і прикладних навичок з питань комунікацій в менеджменті, оволодіння практичними навичками організації ділових зустрічей, ведення переговорів, службового спілкування, вміння формувати імідж ділової людини.

Пререквізити. Для ефективного засвоєння курсу здобувач вищої освіти повинен попередньо опанувати такі дисципліни: «Менеджмент», «Адміністративний менеджмент в туризмі», «HR-менеджмент».

Результати навчання:

Загальні компетентності:

ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу.

ЗК 8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 15. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

Спеціальні компетентності:

СК 5. Здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту

СК 8. Здатність планувати діяльність організації та управляти часом.

СК 11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.

СК 13. Розуміти принципи і норми права та використовувати їх у професійній діяльності

СК 15. Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.

Програмні результати навчання:

ПРН 9. Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи.

ПРН 11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.

ПРН 14. Ідентифікувати причини стресу, адаптувати себе та членів команди до стресової ситуації, знаходити засоби до її нейтралізації.

В результаті вивчення дисципліни студенти повинні **знати:**

- особливості ділової комунікації, функції, засоби, види, форми ділової комунікації; основні механізми, ефекти і закономірності сприйняття партнера по спілкуванню;

- способи і форми формування ділового іміджу; вербальні і невербальні засоби спілкування; особливості спеціальних форм ділових комунікацій; сучасні комунікативні технології при здійсненні ділової комунікації;

- механізми і прийоми впливу в процесі ділового спілкування; основні етичні норми і принципи ділової комунікації, правила ділового етикету в діловій взаємодії; концептуальні основи і стратегії комунікативного менеджменту.

вміти:

- користуватися вербальними і невербальними засобами спілкування, а також розпізнавати наміри партнерів, що користуються цими засобами;

- застосовувати сучасні комунікаційні технології для забезпечення ефективної ділової комунікації; об'єктивно сприймати співрозмовника при спілкуванні і прогнозувати результат комунікації;

- встановлювати доброзичливу атмосферу під час комунікації з бізнес-партнерами;

-здійснювати переговори, ділову розмову, ділову бесіду, нараду, дискусію, ділові наради, диспути, спори презентації;

- організовувати групи для ефективної колективної комунікації;

- використовувати ефективні прийоми поведінки в процесі комунікації з урахуванням

правил етики бізнесу та ділового етикету;

- вирішувати конфлікти в діловому спілкуванні і долати комунікативні бар'єри; управляти емоційним станом у процесі ділової комунікації;

- орієнтуватися в теоретичних концепціях сучасного комунікативного менеджменту і уміти застосовувати їхні алгоритми в реальному управлінні.

Опис змісту робочої програми освітньої компоненти

Форма навчання	Рік підготовки	Семестр	Кількість		Кількість годин				Вид підсумкового контролю
			кредитів	всього годин	лекції	практичні	самостійна робота	індивідуальні завдання	
Денна	4	8	4	120	33	22	65		екзамен

Структура змісту навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин			
	денна форма			
	усього	у тому числі		
		л	практ.	с.р.
1	2	3	4	5
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи комунікаційного менеджменту				
Тема 1. Комунікації в системі менеджменту	15	4	4	7
Тема 2. Процес комунікації та його елементи	12	4	2	6
Тема 3. Види та форми організаційних комунікацій	12	4	2	6
Тема 4. Комунікаційні бар'єри та способи їх подолання	11	3	2	6
Тема 5. Комунікативна компетентність менеджера	10	2	2	6
Разом за ЗМ1	60	17	12	31
Змістовий модуль 2. Комунікаційний менеджмент у туристичній індустрії				
Тема 6. Комунікації в системі	13	4	2	7

управління персоналом туристичного підприємства				
Тема 7. Лідерство, командна робота та комунікації в туризмі	13	4	2	7
Тема 8. Інформаційні технології в комунікаційному менеджменті туристичних підприємств	13	4	2	7
Тема 9. Кризові комунікації та управління репутацією в туристичній індустрії	11	2	2	7
Тема 10. Аналітика, контроль і вдосконалення комунікаційних процесів	10	2	2	6
Разом за ЗМ 2	60	16	10	34
Усього годин	120	33	22	65

Тематика лекційних занять з переліком питань

Модуль 1. Теоретичні основи комунікаційного менеджменту

Тема 1. Комунікації в системі менеджменту

1. Поняття та сутність комунікацій
2. Роль комунікацій у діяльності організації
3. Комунікаційний менеджмент як наукова дисципліна

Тема 2. Процес комунікації та його елементи

1. Модель комунікаційного процесу
2. Відправник, повідомлення, канал, одержувач
3. Зворотний зв'язок і шуми в комунікації

Тема 3. Види та форми організаційних комунікацій

1. Вертикальні та горизонтальні комунікації
2. Формальні й неформальні комунікації
3. Усні, письмові та невербальні комунікації

Тема 4. Комунікаційні бар'єри та способи їх подолання

1. Психологічні, семантичні, організаційні бар'єри
2. Міжкультурні бар'єри
3. Методи підвищення ефективності комунікацій

Тема 5. Комунікативна компетентність менеджера

1. Професійні комунікативні навички
2. Ділове спілкування та етика
3. Активне слухання і переконання

Модуль 2. Комунікаційний менеджмент у туристичній індустрії

Тема 6. Комунікації в системі управління персоналом туристичного підприємства

1. Роль комунікацій у HR-менеджменті
2. Адаптація, мотивація та навчання персоналу
3. Внутрішні комунікаційні канали в туристичних організаціях

Тема 7. Лідерство, командна робота та комунікації в туризмі

1. Комунікаційні стилі керівника
2. Управління командами в сфері туризму

3. Комунікації під час вирішення конфліктів у колективі
- Тема 8. Інформаційні технології в комунікаційному менеджменті туристичних підприємств
1. CRM-системи та комунікації з клієнтами
 2. Корпоративні інформаційні системи
 3. Автоматизація комунікаційних процесів
- Тема 9. Кризові комунікації та управління репутацією в туристичній індустрії
1. Управління репутацією туристичних компаній
 2. Кризові ситуації в туризмі (скасування турів, форс-мажори)
 3. Антикризові комунікаційні стратегії
- Тема 10. Аналітика, контроль і вдосконалення комунікаційних процесів
1. Оцінювання ефективності комунікацій персоналу
 2. Використання ІТ для аналізу комунікацій
 3. Розроблення рекомендацій щодо підвищення якості сервісу

Тематика практичних занять з переліком завдань

Модуль 1. Теоретичні основи комунікаційного менеджменту

Тема 1. Комунікації в системі менеджменту

1. Пояснити роль комунікацій у діяльності менеджера на прикладі конкретної організації.
2. Скласти коротку схему взаємозв'язку функцій менеджменту та комунікацій.
3. Підготувати міні-есе на тему «Значення комунікацій для ефективного управління».

Тема 2. Процес комунікації та його елементи

1. Побудувати модель комунікаційного процесу для управлінської ситуації.
2. Визначити можливі «шуми» у запропонованій комунікаційній ситуації.
3. Проаналізувати приклад управлінського повідомлення та оцінити його ефективність.

Тема 3. Види та форми організаційних комунікацій

1. Навести приклади вертикальних, горизонтальних та діагональних комунікацій в організації.
2. Класифікувати комунікації за формою (усні, письмові, невербальні).
3. Розробити приклад службового повідомлення для різних рівнів управління.

Тема 4. Комунікаційні бар'єри та способи їх подолання

1. Виявити комунікаційні бар'єри в описаній управлінській ситуації.
2. Запропонувати способи подолання кожного з виявлених бар'єрів.
3. Провести рольову вправу з удосконалення навичок зворотного зв'язку.

Тема 5. Комуникативна компетентність менеджера

1. Оцінити власний рівень комуникативної компетентності (самоаналіз).
2. Розробити перелік ключових комуникативних навичок менеджера.
3. Підготувати та представити коротку усну доповідь із дотриманням правил ділового спілкування.

Модуль 2. Комунікаційний менеджмент у туристичній індустрії

Тема 6. Комунікації в системі управління персоналом туристичного підприємства

1. Проаналізувати систему внутрішніх комунікацій туристичної компанії (реальної або умовної).
2. Розробити схему комунікацій між керівником, менеджерами та обслуговуючим персоналом.
3. Скласти план адаптації нового працівника з використанням комунікаційних інструментів.

Тема 7. Лідерство, командна робота та комунікації в туризмі

1. Виконати тест на визначення власного стилю комунікації керівника.
2. Розробити правила ефективної комунікації для команди туристичного проєкту.
3. Розіграти ділову ситуацію (рольову гру) з вирішення конфлікту в колективі.

Тема 8. Інформаційні технології в комунікаційному менеджменті туристичних підприємств

1. Ознайомитися з функціоналом CRM-системи для туристичної фірми та описати її переваги.

2. Розробити алгоритм комунікації з клієнтами за допомогою цифрових каналів (email, месенджери).

3. Проаналізувати приклад автоматизованого обміну інформацією між відділами підприємства.

Тема 9. Кризові комунікації та управління репутацією в туристичній індустрії

1. Проаналізувати сторінки туристичної компанії в соціальних мережах.

2. Розробити план реагування на негативний онлайн-відгук клієнта.

3. Створити приклад повідомлення для клієнтів з дотриманням принципів цифрової етики.

Тема 10. Аналітика, контроль і вдосконалення комунікаційних процесів

1. Визначити показники ефективності внутрішніх і зовнішніх комунікацій туристичної компанії.

2. Провести SWOT-аналіз комунікаційної системи підприємства.

3. Розробити пропозиції щодо покращення комунікацій із використанням ІТ-рішень.

Завдання для самостійної роботи здобувачів вищої освіти

Тема	Завдання	Кількість годин
1	Проаналізуйте діяльність будь-якої реальної або умовної організації та опишіть, яку роль відіграють комунікації у виконанні основних функцій менеджменту (планування, організація, мотивація, контроль).	7
2	Побудуйте схему процесу комунікації (відправник – повідомлення – канал – отримувач – зворотний зв'язок – перешкоди) та проаналізуйте реальну ситуацію з професійного або навчального досвіду, розкривши роль кожного елемента в цій ситуації.	6
3	Складіть порівняльну таблицю видів організаційних комунікацій (вертикальні, горизонтальні, неформальні тощо) із зазначенням їх переваг, недоліків та прикладів застосування в організації.	6
4	Опишіть три можливі комунікаційні бар'єри, які можуть виникати в організації (психологічні, семантичні, організаційні тощо), та запропонуйте конкретні управлінські заходи щодо їх подолання.	6
5	Проведіть самооцінку власної комунікативної компетентності (або складіть модель компетентностей сучасного менеджера) та визначте напрями її розвитку.	6
6	Проаналізуйте систему внутрішніх комунікацій у туристичному підприємстві (турагентство, туроператор, готель, туристичний комплекс). Визначте, які канали комунікації використовуються в процесах підбору, адаптації, мотивації та оцінювання персоналу. Запропонуйте 2–3 рекомендації щодо їх удосконалення.	7

7	Опишіть модель ефективної команди туристичного підприємства (наприклад, команда з організації туру або обслуговування клієнтів). Визначте роль лідера в забезпеченні ефективної комунікації в команді та наведіть приклади конкретних управлінських дій.	7
8	Дослідіть сучасні інформаційні технології (CRM-системи, месенджери, чат-боти, системи онлайн-бронювання, соціальні мережі), що використовуються в комунікації з клієнтами туристичних підприємств. Оцініть їх переваги та ризики для бізнесу.	7
9	Розробіть план комунікацій у кризовій ситуації (скасування туру, затримка рейсу, негативні відгуки клієнтів, форс-мажорні обставини). Визначте цільові аудиторії, канали комунікації, ключові повідомлення та етапи реагування.	7
10	Запропонуйте систему показників (KPI) для оцінювання ефективності комунікацій туристичного підприємства (внутрішніх та зовнішніх). Обґрунтуйте вибір показників та запропонуйте заходи з удосконалення комунікацій на основі результатів аналізу.	6
Всього		65

*Питання, винесені на самостійне опрацювання, включені до тематичного і підсумкового тестового контролю.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

При викладанні використовуються основні традиційні та інтерактивні методи навчання, новітні технології, спрямовані на досягнення освітньої мети й прогнозованих програмних результатів.

Методи навчання і викладання:

Словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо).

Практичні заняття.

Бізнес-кейси (індивідуальні або командні).

Наочні методи (презентації результатів виконаних завдань, ілюстрації, відеоматеріали, тощо).

Робота з інформаційними ресурсами: з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою та інтернет-ресурсами.

Самостійна робота над питаннями, окресленими програмою ОК.

Підготовка тез/доповіді на конференцію.

Тренінги від запрошених стейкхолдерів.

Реферативні та пошукові дослідження.

СИСТЕМА КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

У процесі оцінювання навчальних досягнень застосовуємо методи усного і письмового контролю:

- **методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, презентації результатів виконаних завдань, кейсів, представлення аналітичних завдань.
- **методи письмового контролю:** контрольні роботи, тестування, самостійні роботи, виконання вправ, написання есе,
- **методи самоконтролю:** уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

Форми контролю

Форми поточного контролю – тести, письмові роботи (тематичні, модульні), усне індивідуальне та фронтальне опитування.

Форма підсумкового контролю – іспит.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання освітньої компоненти.

Контрольні заходи включають поточний та підсумковий контроль знань студента. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та інших видів занять, самостійної роботи і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Підсумковий контроль проводиться з метою оцінки результатів навчання на завершальному етапі.

Розподіл балів, які отримують здобувачі освіти

Поточне оцінювання (аудиторна та самостійна робота)												Кількість балів (екзамен)	Сумарна к-ть балів
Змістовий модуль 1						Змістовий модуль 2						40	100
T1	T2	T3	T4	T5	МКР 1	T6	T7	T8	T9	T10	МКР 2		
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		

Загальна кількість балів, яку студент може отримати у процесі вивчення дисципліни протягом семестру, становить 100 балів, з яких 60 балів студент набирає при поточних видах контролю і 40 балів – у процесі підсумкового виду контролю (екзамену).

Кількість балів за кожний навчальний елемент виводиться із суми поточних видів контролю. Кількість балів за змістовий модуль дорівнює сумі балів, отриманих за навчальні елементи даного модуля. Максимальна кількість балів за модуль 1 та модуль 2 складає: модуль – 60, з них за практичні роботи – 30 балів (по 3 за кожну практичну), за самостійну роботу – 20 балів (по 2 бали за кожну) та МКР (тести) оцінюється у 10 балів.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ЄКТС

100-бальна	Оцінка за національною	Оцінка за шкалою ЄКТС
------------	------------------------	-----------------------

шкала	шкалою	Оцінка (бали)	Пояснення за розширеною шкалою
90-100	Відмінно	A	відмінно
80-89	Добре	B	дуже добре
70-79		C	добре
60-69	Задовільно	D	задовільно
50-59		E	достатньо
35-49	Незадовільно	FX	(незадовільно) з можливістю повторного складання
1-34		F	(незадовільно) з обов'язковим самостійним повторним опрацюванням освітнього компонента до перескладання

Перелік питань для самоконтролю і контролю навчальних досягнень студентів

1. Що таке комунікаційний менеджмент і яке його місце в системі менеджменту?
2. Об'єкт і предмет комунікаційного менеджменту.
3. Основні функції комунікаційного менеджменту.
4. Роль комунікацій у діяльності організації.
5. Поняття комунікаційного процесу та його етапи.
6. Основні елементи комунікаційного процесу.
7. Види організаційних комунікацій.
8. Формальні та неформальні комунікації в організації.
9. Вертикальні комунікації: низхідні та висхідні.
10. Горизонтальні та діагональні комунікації.
11. Внутрішні та зовнішні комунікації організації.
12. Поняття комунікаційної стратегії.
13. Основні складові комунікаційної стратегії організації.
14. Комунікаційна політика підприємства.
15. Канали комунікації та їх характеристика.
16. Усна та письмова комунікація: переваги і недоліки.
17. Вербальні та невербальні комунікації.
18. Значення невербальної комунікації в управлінні.
19. Бар'єри в комунікаційному процесі.
20. Психологічні бар'єри комунікації.

21. Організаційні бар'єри комунікації.
22. Методи подолання комунікаційних бар'єрів.
23. Поняття зворотного зв'язку та його значення.
24. Ефективність управлінських комунікацій.
25. Критерії ефективної комунікації.
26. Роль керівника в комунікаційному менеджменті.
27. Комунікативна компетентність менеджера.
28. Стили управлінського спілкування.
29. Ділове спілкування та його особливості.
30. Комунікації в процесі прийняття управлінських рішень.
31. Переговори як форма управлінської комунікації.
32. Основні етапи переговорного процесу.
33. Конфлікти в організації та роль комунікацій у їх вирішенні.
34. Комунікації в умовах конфлікту.
35. Корпоративна культура та комунікації.
36. Вплив корпоративної культури на комунікаційні процеси.
37. Корпоративні комунікації та їх значення.
38. Поняття іміджу організації.
39. Комунікації у формуванні іміджу та репутації.
40. Зв'язки з громадськістю (PR) як елемент комунікаційного менеджменту.
41. Маркетингові комунікації в діяльності підприємства.
42. Інтегровані маркетингові комунікації.
43. Внутрішній PR та його роль в організації.
44. Кризові комунікації та їх особливості.
45. Комунікаційний менеджмент у кризових ситуаціях.
46. Масові комунікації та їх вплив на організацію.
47. Цифрові комунікації в сучасному менеджменті.
48. Соціальні мережі як канал управлінських комунікацій.
49. Комунікації в команді.
50. Лідерство та комунікації.
51. Міжкультурні комунікації в менеджменті.
52. Особливості міжнародних ділових комунікацій.
53. Етичні аспекти комунікаційного менеджменту.
54. Маніпуляції в комунікаціях та способи їх розпізнавання.
55. Комунікаційний аудит організації.
56. Методи оцінювання комунікаційної діяльності.
57. Інформаційні потоки в організації.
58. Роль інформації в управлінні.
59. Тенденції розвитку комунікаційного менеджменту.
60. Значення комунікаційного менеджменту в сучасних організаціях.

ЗАРАХУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НЕФОРМАЛЬНОЇ ОСВІТИ

Відповідно до «Порядок визнання у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти (протокол №16 від 25 листопада 2024 року) (<https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/poriadok-vyznannia-u-chnivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yurii-fedkovycha-rezultativ-navchannia->

zдобутыkh-shliakhom-neformalnoi-taabo-informalnoi-osvity/) здобувачі освіти мають можливість на зарахування окремих видів робіт в рамках ОК на основі результатів, отриманих шляхом неформальної та/або інформальної освіти.

Рекомендована література: *Основна*

1. Т. М. Бурмака. Комунікативний менеджмент : конспект лекцій (для студентів бакалаврату всіх форм навчання спеціальності 073 – Менеджмент) / Т. М. Бурмака, К. О. Великих ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. – 69 с.

<http://eprints.kname.edu.ua/52644/1/2018%20175%D0%9B%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82%20%D0%9A%D0%9C.pdf>

2. Комунікативний менеджмент : навч. посіб. для студ. Інституту економіки та бізнес-освіти / МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини ; уклад. Савчук Н. М. – Умань : Візаві, 2021. – 259 с <https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/>

3. Васильченко М.І., Гришко В.В. Комунікативний менеджмент : навч. посіб. Полтава : ПолтНТУ, 2018. 208 с. URL: <http://reposit.pntu.edu.ua/handle/PolNTU/5311>

4. Комунікативний менеджмент: конспект лекцій для здобувачів вищої освіти гуманітарного факультету та навчально-наукового інституту дистанційної та заочної освіти/ Уклад. : В.П. Кубко. Одеса: ДУ «Одеська політехніка», 2021. 92 с.
<http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi75/0055990.pdf>

5. Паламарюк М.Ю., Наконечний К.П. Інноваційні технології в управлінні комунікаціями туристичної сфери України. Науковий погляд: економіка та управління, № 1 (89) / 2025, 98-103 <https://doi.org/10.32782/2521-666X/2025-89-14>
http://www.scientificview.umsf.in.ua/archive/2025/1_89_2025/16.pdf

6. Бурка В.Й., Паламарюк М.Ю., Підгірна В.Н. Економічна ефективність ІТ-проектів в інформаційному менеджменті та методи її оцінки. Інфраструктура ринку. 2023. № 71. С. 271-276
URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/71-2023>
http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/71_2023/49.pdf

7. Паламарюк М. Ю. Підгірна В. Н., Бурка В. Й., Застосування автоматизованих інформаційних технологій в туристичному бізнесі. Економіка та суспільство. 2022. №43. URL: <https://economyandsociety.in.ua./index.php/journal/article/view/1733>

8. Підгірна В. Н., Паламарюк М. Ю., Бойчук Н. А. (2021). Менеджмент конкурентних переваг ринку туристичних послуг України. Економічний простір, (174), 43-49.
<https://doi.org/10.32782/2224-6282/174-8>

9. Єремія Г.І., Паламарюк М.Ю. Управління персоналом в системі сучасного менеджменту (на прикладі готелю Grofa, Буковель). Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку». Випуск 62, 2021
http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/62_2021/15.pdf

10. Нагаєв В.М. Публічне адміністрування: навчальний посібник / В.М.Нагаєв. – Х.: Стильна типографія, 2018. 278 с.

11. Химиця Н.О. Ділова комунікація : навч. посіб. / Н. О. Химиця, О. О. Морушко,. – Львів: ЛП, 2016. 208 с.

12. Yemchuk T., Yachniuk M., Palamaryk M. Social Media Marketing: A Concept and Instruments. Strategies, models and technologies of economic systems management in the context of international economic integration: scientific monograph / edited by Dr.oec. Prof. Maksym Bezpartochnyi, Dr.oec. Prof. Viktoriia Riashchenko, Dr.paed. Nina Linde, 2nd edition. – Riga:

Institute of Economics of the Latvian Academy of Sciences, 2020. S 175 -185.
URL:<https://zenodo.org/record/4396286#.YAr8qOIR2Uk>

Додаткова:

1. Гранат О.В. Принципи та підходи до оцінки комунікаційних систем. Економіка та держава. 2020. № 4. С. 68-70.
2. Прус Л.Р. Комунікаційний менеджмент. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2019. № 1. С. 38-41.
3. Тимошенко Н. Л. Корпоративна культура: діловий етикет: Навч. посібник. К.: Знання, 2006. 391 с.
4. Підгірна, В. Н., Паламарюк, М. Ю., & Бойчук, Н. А. (2021). Менеджмент конкурентних переваг ринку туристичних послуг України. Економічний простір, (174), 43-49. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/174-8>

Законодавчі та нормативно-правові акти:

1. Закон України «Про інформацію». URL: www.rada.gov.ua.
2. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні». URL: www.rada.gov.ua
4. Закон України «Про електронне урядування». URL: www.rada.gov.ua
5. Закон України «Про телекомунікації». URL: www.rada.gov.ua
6. Закон України «Про національну програму інформатизації». URL: www.rada.gov.ua 28
7. Закон України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації». URL: www.rada.gov.ua
8. Закон України «Про доступ до публічної інформації». URL: www.rada.gov.ua
9. Закон України «Про захист персональних даних». URL: www.rada.gov.ua

ПОЛІТИКА АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами:

- ✓ "Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича" <https://www.chnu.edu.ua/media/bkyl5klw/etychnyi-kodeks-chernivetskoho-natsionalnoho-universytetu.pdf>;
- ✓ "Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича" <https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/polozhennia-pro-vyivlennia-ta-zapobihannia-akademichnomu-plahiatu-u-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yuriiia-fedkovycha/>