

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Факультет психології

Кафедра соціальної роботи



«31» серпня 2020 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Технології ділового спілкування

для студентів

галузь знань – 05 «Соціальні та поведінкові науки»
спеціальність – 054 «Соціологія»
освітній рівень – магістр
освітня програма – «Соціальні технології»
вид дисципліни – обов'язкова

Форма навчання – денна
Навчальний рік – 2020/2021
Семестр – 3
Кількість кредитів ECTS – 5
Мова викладання,
навчання та оцінювання – українська
Форма заключного контролю – іспит

Викладачі: Швалб Юрій Михайлович, Романова Віра Сергіївна

Пролонговано: на 20/2022 н.р. М.П. Романова «31» 08 2021 р.
(підпис, ПІБ, дата)
на 20/20 н.р. () « » 20 р.
(підпис, ПІБ, дата)

КИЇВ – 2020

Розробники: Швалб Юрій Михайлович, доктор психологічних наук, професор,
професор кафедри соціальної роботи
Романова Віра Сергіївна, кандидат психологічних наук, асистент
кафедри соціальної роботи

ЗАТВЕРДЖЕНО

Зав. кафедри соціальної роботи

Л.П. Люта Люта Л.П.

Протокол № 1 від «27» 08 2020 р.

Схвалено науково - методичною комісією факультету психології

Протокол від «31» 08 2020 року № 1

Голова науково-методичної комісії Д. Корольов (Корольов Д. К.)

«31» 08 2020 року

Погоджено з науково - методичною комісією факультету соціології

Протокол від «26» 08 2020 року № 1

Голова науково-методичної комісії Т.Г. Червінська Червінська Т.Г.

ВСТУП

1. Мета дисципліни «Технології ділового спілкування»

1.1. Формування у студентів уявлень про особливості ділового спілкування через знайомство та використання методів та технологій, що забезпечують побудову та підтримання ефективної ділової комунікації у сфері соціологічної роботи.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни «Технології ділового спілкування» є

- оволодіння теоретичними засадами організації ділового спілкування;
- опанування студентами форм, способів ділового спілкування і правил їх ефективної реалізації;
- вироблення практичних навичок та вмінь організації ділового спілкування у ієрархічних структурах державного та недержавного сектору.

2. Попередні вимоги до опанування дисципліни:

1. Вміти працювати з науковою літературою та першоджерелами
2. Знати теоретичні засади розвитку соціальних комунікацій
3. Розуміти базові моделі соціальних комунікацій
4. Знати базові моделі соціальних технологій

3. Анотація навчальної дисципліни «Технології ділового спілкування».

Бурхливий розвиток соціальних інновацій та їх варіантів виникає в часи різноманітних соціальних, економічних, ідеологічних, природних криз тощо. Ядром кризи завжди є протиріччя між тим, що є, і тим, що має бути за потребами часу. У якості зовнішніх факторів, які спонукають введення інновацій в соціальній сфері, виявляються будь-які зміни в суспільстві, в соціальному устрої, економічні, ідеологічні зміни, міжнародні проекти, політичні пріоритети тощо.

У запропонованому курсі «Технології ділового спілкування» розглянуто теоретико-методологічні основи інноваційної діяльності в соціальній сфері, окреслено сутність інновацій та специфіку інновацій у соціальній роботі, представлено методи пошуку нових ідей, різні погляди на причини опору інноваціям та методи подолання перешкод. Ознайомлення студентів з основами технологій ділового спілкування, сприяє не лише формуванню належного професійного рівня та готовності до роботи у даному напрямі, а й розвитку особистої громадянської відповідальності, соціальної та суспільної активності.

Зміст лекцій відповідає вимогам Державного освітнього стандарту вищої професійної освіти в галузі соціальної роботи з курсу «Технології ділового спілкування».

4. Завдання та навчальні цілі дисципліни передбачають набуття:

Інтегральних компетентностей: Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми ділового спілкування у сфері

соціології та у процесі фахового навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення соціологічної роботи та управлінської діяльності, що характеризується невизначеністю умов і вимог розв'язання професійних завдань.

Загальних компетентностей:

- ЗК 2. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.
- ЗК 3. Володіння державною мовою.
- ЗК 5. Вміння виявляти та вирішувати проблеми.
- ЗК 7. Здатність бути критичним та самокритичним.
- ЗК 10. Здатність працювати як автономно, так і у команді.
- ЗК 11. Здатність до пошуку, обробки й аналізу інформації з різних джерел.

Спеціальних компетентностей:

- ФК 7. Здатність використовувати інформаційні технології для організації і забезпечення власної наукової діяльності та ділової документації
- ФК 8. Здатність використовувати сучасні концепції навчання у викладанні соціологічних дисциплін
- ФК 10. Здатність дотримуватися принципів професійної етики соціолога та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.
- ФК 13. Вміння виявляти соціальні проблеми та обґрунтовувати способи їх регулювання засобами соціальної політики та управління.

5. Результати навчання за дисципліною:

| Код | Результат навчання (1. знати; 2. вміти) | | Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання | Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни |
|-----|---|---------------------------|--|--|
| | Код | Результат навчання | | |
| 1.1 | Знати: <ul style="list-style-type: none">- основні поняття та концепції ділового спілкування;- компетенції та компетентності у спілкуванні;- основні моделі спілкування;- особливості зворотного зв'язку у діловому спілкуванні;- особливості спілкування як комунікативного обміну інформацією; | Лекція, самостійна робота | Тест, 60% правильних відповідей | 10% |
| 1.2 | <ul style="list-style-type: none">- особливості спілкування між різними функціональними позиціями у організації та бізнесі;- особливості групової дії та групової взаємодії;- особливості спілкування у соціальному лідерстві та соціальному партнерстві- особливості соціального прогнозування як інструменту соціального передбачення, дослідження та вирішення соціальних проблем | Лекція, самостійна робота | Виконання навчальних завдань | 10% |
| 2.1 | Вміти: <ul style="list-style-type: none">- застосовувати отримані знання на практиці | Лекція, практичні | Виконання навчальних | 40% |

| | | | | |
|-----|--|--|---|-----|
| | - оперувати основними термінами, поняттями та технологіями ділового спілкування; - здійснювати аналітичну роботу щодо оцінки ефективності ділового спілкування; - оволодіння різними моделями спілкування; - оволодіння навичками фасилітації та медіації у спілкуванні; | заняття, самостійна робота | завдань та складання проміжних форм контролю | |
| 2.2 | - оволодіння технологіями індивідуального та групового прийняття рішень; оволодіння навичками рефлексії, як засобу управління спілкуванням; - володіти навичками та технологіями організації та курування груповою взаємодією та командоутворенням. - цінувати результати власної діяльності і робити прогноз на майбутнє. - застосовувати соціальне прогнозування як інструменту соціального передбачення, дослідження та вирішення соціальних проблем | Лекція, практичні заняття, самостійна робота | Виконання навчальних завдань та складання проміжних форм контролю | 40% |

6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання

| Програмні результати навчання | Результати навчання дисципліни | | | |
|--|--------------------------------|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПНР 2 Демонструвати навички письмової та усної комунікації державною та іноземною мовою, фахово використовувати соціологічну термінологію. | + | + | | |
| ПНР 3 Бути критичним та самокритичним в оцінках своєї професійної діяльності. | + | + | + | + |
| ПНР 5 Демонструвати навички аргументованого представлення власної думки, компетентної та толерантної дискусії з опонентами. | | | + | + |
| ПНР 7 Публічно презентувати результати власних досліджень. | | + | | + |
| ПНР 10 Демонструвати навички самостійної дослідницької роботи, опанування новими знаннями. | + | + | | |
| ПНР 11 Використовувати сучасні інформаційнокомунікативні технології при професійному спілкуванні; обміні інформацією; зборі, аналізі, обробці та інтерпретації даних й візуальному представленні результатів наукової діяльності | | + | + | |
| ПНР 20 Демонструвати вміння діагностувати стан комунікативних та організаційних процесів, розробляти та обґрунтовувати напрями підвищення їх ефективності. | | + | + | + |
| ПНР 21 Використовувати знання сучасної соціологічної теорії та методології для вирішення завдань прикладних досліджень соціальних спільнот, інститутів, процесів та громадської думки. | + | + | + | + |
| ПНР 23 Вміти професійно готувати усі види звітних документів та наукові публікації за результатами соціологічних досліджень. | | + | + | |

7. Схема формування оцінки.

7.1 Форми оцінювання студентів:

- семестрове оцінювання:

1. Індивідуальна та групова робота на семінарських заняттях: РН1, РН2, РН3, РН4 – 40 балів.
2. Аналітичне підсумкове завдання з теми 11 «Спілкування у сфері організації взаємодії» - 20 балів

- підсумкове оцінювання у формі іспитом – до 40 балів

За результатами роботи протягом семестру студент отримує підсумкову оцінку за 100-бальною системою, яка розраховується як накопичене оцінок за модуль у семестрі та оцінки за залік за наступною формулою: $ПО = 3М + КПМ$.

| | Змістовий модуль (ЗМ) | Комплексний підсумковий модуль (іспит) | Разом (підсумкова оцінка) |
|---------------|-----------------------|--|---------------------------|
| Оцінка (бали) | 60 | 40 | 100 |

При цьому, кількість балів:

- 1-36 відповідає оцінці «незадовільно» з обов'язковим повторним вивченням дисципліни;
- 37-59 відповідає оцінці «незадовільно» з можливістю повторного складання;
- 60-64 відповідає оцінці «задовільно» («достатньо»);
- 65-74 відповідає оцінці «задовільно»;
- 75 - 84 відповідає оцінці «добре»;
- 85 - 90 відповідає оцінці «добре» («дуже добре»);
- 91 - 100 відповідає оцінці «відмінно»

- Для отримання загальної позитивної оцінки з дисципліни оцінка за іспит не може бути меншою 60 балів.

- Студент не допускається до складання підсумкового контролю, якщо під час семестру набрав менше ніж 36 балів.

7.2 Організація оцінювання: порядок організації передбачених робочою навчальною програмою форм оцінювання здійснюється протягом семестру у ході виконання студентами творчих та репродуктивних завдань з самостійної роботи, підготовки доповідей та рефератів, складання модульної контрольної роботи наприкінці вивчення дисципліни, а також підсумкового виконання завдання до іспиту.

Передбачає перевірку теоретичних знань, практичних умінь і навичок, набутих студентами освітнього ступеня «магістр», засвоєння яких дозволяє скласти системне уявлення про сучасну технологію ділового спілкування та закласти основу для подальшого використання соціологами у практичній діяльності. На іспиті підтверджується опанування студентом таких результатів навчання: РН2, РН4, РН5, РН7, РН10, РН11, РН20, РН21, РН23.

Іспит проводиться у письмовій формі. Члени екзаменаційної комісії перевіряють письмову роботу і виставляють відповідні бали, які оголошуються прилюдно.

7.3 Шкала відповідності оцінок

| | |
|----------------------------------|--------|
| Відмінно / Excellent | 90-100 |
| Добре / Good | 75-89 |
| Задовільно / Satisfactory | 60-74 |
| Незадовільно / Fail | 0-59 |

8. Структура навчальної дисципліни.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЛЕКЦІЙ І ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

| № п/п | Назва лекції | Кількість годин | | |
|--|--|-----------------|-----------|------------|
| | | лекції | практичні | С/Р |
| 1. Комунікація у сфері міжособистісних водноосен. | | | | |
| 1. | Поняття і сутність технологій ділового спілкування. | 2 | 4 | 15 |
| 2. | Міжособистісне спілкування. Форми і засоби передачі інформації. Моделі спілкування. | | 4 | 10 |
| | Всього | 2 | 8 | 25 |
| 2. Організація комунікації в інформаційному просторі. | | | | |
| 3. | Спілкування і комунікація як унікальні інструменти передачі інформації та отримання зворотного зв'язку. | 2 | | 20 |
| 4. | Форми організації ділової комунікації в інформаційному просторі: обговорення, дискусія, спір | | 8 | |
| | Всього | 2 | 8 | 20 |
| 3. Комунікація у просторі соціальних інститутів | | | | |
| 5. | Соціальне прогнозування як інструмент соціального передбачення, дослідження та вирішення соціальних проблем. | 2 | 12 | 9 |
| 6. | Соціальне проектування як різновид усвідомленої інноваційної діяльності. | | 8 | 16 |
| | Всього | 2 | 20 | 25 |
| 4. Спілкування у сфері організаційних взаємодій | | | | |
| 7. | Спілкування та комунікація в організації. Управління та керівництво комунікацією в організаціях | 2 | 2 | 15 |
| 8. | Використання соціального інформаційного простору у реалізації соціальних інновацій в організаціях. | | 4 | 15 |
| | Всього | | 6 | 30 |
| | ВСЬОГО | 8 | 42 | 100 |

Загальний обсяг 150 год., в тому числі:

Лекцій – 8 год.

Практичні заняття – 42 год.

Самостійна робота – 100 год.

9. Рекомендовані джерела:

Основна (рекомендована для вивчення студентами)

1. Додонов О. Г. Інформаційна політика в Україні: стратегія розвитку / О. Г. Додонов, О. В. Литвиненко, В. В. Жигалюк [та ін.] // Стратегії розвитку України: теорія і практика / за ред. О. С. Власюка. – К.: НІСД, 2002. – С. 613.
2. Кайлюк Є.М. Психологія управління / Є.М. Кайлюк Є.М., Г.Г. Фесенко – Харків: ХНАМГ, 2007. – 183 с.
3. Кубрак О.В. Етика ділового повсякденного спілкування / О.В. Кубрак. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2002. – 208 с.
4. Палеха Ю.І. Етика ділових відносин. – К.: Кондор, 2008. – 356 с.
5. Психологія і етика ділового об'єднання: Учебник для вузів / Под. ред. проф. В.Н.Лавриненко. – 4-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 415 с.
6. Курбатов В.И., Курбатова О.В. Социальное проектирование. – Учебное пособие. – Ростов н/Д.: Феникс, 2001. – 416 с.
7. Лещенко О. М. Мультифункциональность сетевых коммуникаций в современном обществе / О. М. Лещенко // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. – 2011. – № 2. – С. 54–58.

Додаткова (рекомендована за інтересами студентів)

8. Агафонова Е. Управление на основе ценностей — это не модель, это принцип [Электронный ресурс] / Е.Агафонова — Режим доступа : <http://www.brainity.ru/business/lunch/3869/>.
9. Айзенк Г. Структура личности/ Г. Айзенк [Электронне джерело]. – Режим доступу: <<http://www.livelib.ru/book/1000208189>>
- 10.Алехина И. В. Имидж и этикет делового человека. / И. В. Алехина. – М.: ЗНН, 2002. – 126 с.
11. Баронин А. С. Этическая психология. / А. С. Баронин. – К., 2004. – 183 с.
- 12.Борисова Ю.В. Методология та методи соціальних досліджень. Навчальний посібник. – К.: ДЦССМ, 2003.
- 13.Бралаган В.П. Професійна етика: Навч. посіб. / В. П. Бралаган, Л. В. Гуцаленко, Н. Г. Здирко. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 252 с.
- 14.Бойко Бойчук Л. Інноваційні дослідження останніх років в Україні/ Наукові праці історичного факультету Запорізького Національного університету. — Тематичний випуск XXIV. Національні і соціальні чинники революцій і реформ в Україні: проблеми взаємовпливів (до 90-річчя УНР). — Запоріжжя: "Просвіта", 2008. — С. 269-272.
- 15.Гармашова Е.П. Развитие теории инновационных процессов/ Е.П. Гармашова [Электронне джерело]. – Режим доступу: <<http://www.moluch.ru/archive/25/2626/>>
- 16.Горшков М.К. Прикладная социология: методология и методы [Текст]: учебное пособие. – М.: Альфа-М, 2009. – 414 с.

- 17.Данчева О.В. Практична психологія в економіці та бізнесі / О.В. Данчева, Ю.М. Швалб. - Навч. посіб. – К., 1998.
- 18.Добренев В.И., Кравченко А.И. Методы социологического исследования [Текст]: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 767 с.
- 19.Дороніна М.С. Культура спілкування ділових людей: Посібник для студентів гуманітарних факультетів вищих навчальних закладів (Видання друге.) / М.С. Дороніна. – К.: Видавничий дім «КМАcademia», 1998. – 192 с.
- 20.Едвард де Боно Метод шести капелюхів мислення Едварда де Боно/ Едвард де Боно [Електронне джерело]. – Режим доступу: <<http://constructor.ru/uspex/metod-shesti-shlyap-myshleniya-edvarda-de-bono.html>>
- 21.Как организовать рекламу в социальных сетях? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.bizakademiya.ru/reklama_v_setyah.html. – Загл. с экрана.
- 22.Мельник Л. Г. На пороге информационного общества / Л. Г. Мельник // Социально-экономические проблемы информационного общества. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2005. – С. 11.
- 23.Петрова І.Л. Сучасні технології маркетингу на ринку праці / І. Л. Петрова, І. В. Терон // Вчені записки Університету «КРОК». Випуск 18. — В 4-х томах. — 2008. — Т.2. — С.169-180.
- 24.Петрова І.Л. Сучасні технології маркетингу на ринку праці / І. Л. Петрова, І. В. Терон // Вчені записки Університету «КРОК». Випуск 18. — В 4-х томах. — 2008. — Т.2. — С.169-180.
- 25.Полат Е., Петров А., Бухаркина М., Моисеева М. Что такое проект. Типология проектов // Відкритий урок. Розробки. Технології. Досвід. – 2004. – №5-6. – С. 10-17.
- 26.Прогнозное социальное проектирование: теоретико-методологические и методические проблемы / под ред. Дридзе Т.М. – М.: Наука, 1994.
- 27.Ресурсна база вітчизняного інформаційного простору // Розвиток ресурсної бази вітчизняного інформаційного середовища / [О. С. Онищенко, В. М. Горючий, Л. А. Дубровіна та ін.] / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2012. – С.7–30.
- 28.Скипальский А. Давос социальных инноваций / А. Скипальский // Зеркало недели. – 2007. – № 15 (644) 21–27 апреля.
- 29.Социальные сети: имиджевое макраме [Электронный ресурс] // Prostobiz.ua. Путеводитель в мире бизнес-финансов. – Режим доступа: http://www.prostobiz.ua/biznes/upravlenie_biznesom/stati/sotsialnye_seti_imidzhevoe_makrame. – Загл. с экрана.
- 30.Тагірова Г.В. Прогнозування майбутнього в концепціях теоретиків Римського клубу / Тагірова Г. В. // Філософські проблеми гуманітарних наук. – 2006. – № 10 – 11. – С. 120–124.
- 31.Тагірова Г.В. Прогнозування як спосіб попередження конфлікту / Тагірова Г. В. // Нова парадигма. – 2007. – № 73. – С. 89–96.
- 32.Шапочка Е. Стратегия социальной ответственности в маркетинге компаний

- / Е. Шапочка // Управление компанией. – 2005. – № 9. – С. 12–20.
33. Швалб Ю.М. Задачный подход к проблеме формирования профессиональных компетентностей в процессе обучения. *Zarządzanie i marketing // zeszyt naukowe Politechniki Rzeszowskiej*, - № 18 (1/2011) Oficyna Wydawnicza Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszow? 2011. – С. 105–112 (0,5 д.а.)
34. Швалб Ю.М. Историчний розвиток форм свідомості: теоретична модель / Ю.М. Швалб // Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. – Житомир: “Вид-во ЖДУ ім. І. Франка”, 2013. – Том VII. Екологічна психологія. – Випуск 34. – С. 198–209.
35. Швалб Ю.М. Логіко-психологічний аналіз розвитку категорії діяльності / Ю.М. Швалб // Науковий вісник Миколаївського національного ун-ту ім. В.О. Сухомлинського. Психологічні науки: Збірник наукових праць / за ред. С.Д. Максименка, Н.О. Євдокимової. – Вип. 2. 13 (109). – Миколаїв: МНУ ім. В.О. Сухомлинського, 2014. – С. 246–251.
36. Швалб Ю.М. Методология и теория экспертной деятельности: психологические аспекты. Монография / Ш 33 Юрий Михайлович Швалб. – К.: «Основа», 2013. – 240 с.
37. Швалб Ю.М. Ставлення до природи і світу у сучасному способі життя: історико-культурні аспекти / Ю.М. Швалб // Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. – Житомир: “Вид-во ЖДУ ім. І. Франка”, 2013. – Том VII. Екологічна психологія. – Випуск 33. – С. 532–540.
38. Швалб Ю.М. Экономическая культура как проблема образа жизни / Ю.М. Швалб // Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. – Житомир: “Вид-во ЖДУ ім. І. Франка”, 2014. – Том VII. Екологічна психологія. – Випуск 36. – С. 457 – 471.
39. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. – М., 1999.
40. Яковец Ю. Многоликость инноваций / Ю. Яковец // Эпохальные инновации XXI в. — М. : Экономика, 2004. — С. 9–19. 13. Социологический словарь [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://mirslivare.com/content_soc/INNOVACII-SOCIALNYE-11377.html
41. Bowman S. We Media: How audiences are shaping the future of news and information. – Commissioned by The Media Center at The American Press Institute [Electronic resource] / S. Bowman, C. Willis. – Published July 2003 online in PDF and HTML. – Mode of access: http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf. – Title from the screen.
42. Boyd D. Social Network Sites : Definition, Histori and Scholarship.[Electronic resource] / D. Boyd, N. Ellison. – 2007. – Mode of access: <http://jcmc.indiana.edu/voll3/issue1/boyd.Ellison.html> (доступ від 15 листоп. 2009 р.). – Title from the screen.
43. Cook K. Two Approaches to Social Structure: Exchange Theory and Network Analysis / K. Cook, J. Whitmeyer // *Annual Review of Sociology*. – 1992. – Vol. 18. – P. 109–127.
44. Evans D. Social Media Marketing: An Hour a Day / D. Evans, S. Bratton. – Indianapolis: Wiley Publishing, 2010. – 409 p.
45. Howaldt J. Social Innovation : Concepts, research fields and international trends [Electronic resource] / Howaldt J., Schwarz M. — Access mode : http://www.internationalmonitoring.com/fileadmin/Downloads/Trendstudien/Trendstudie_Howaldt_englisch.pdf.
46. Miller W. The 'habitat' for Entrepreneurship. APARC Working Paper, Stanford University. Available Jan.2005 on the internet <http://aparc.stanford.edu/publications/workingpapers> цит за Innovation, Journalism and Future. Final report of the research project Innovation Journalism in Finland E. Kauhanen E. Noppari Journalism Research and Development Centre University of Tampere Technology review 200/2007 Helsinki 2007. — 92 p. http://www.tekes.fi/julkaisut/innovation_journalism_and_future.pdf.
47. Mulgan G. S. Social innovation: What it is, Why it matters and how it can be accelerated / skoll centre for social entrepreneurship [Working paper] / G. Mulgan, S. Tucker, A. Rushanara A, B. Sander. — Oxford: Saïd business school in oxford, 2006/ — 52p. — Access mode: http://www.youngfoundation.org/files/images/03_07_What_it_is_SAID_.pdf