

Бізнес-комунікації та нетворкінг

Код та назва дисципліни українською мовою/ Назва дисципліни англійською мовою	2-ф07- 03 Бізнес-комунікації та нетворкінг / Business communications and networking
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	C7 Журналістика B13 Бібліотечна, інформаційна та архівна справа
Кафедра	реклами та зв'язків з громадськістю
П.І.П. НПП (за можливості)	канд. наук із соц. ком. Мироненко Владлена Вячеславівна
Рівень ВО	другий (магістерський)
КУРС, семестр (в якому буде викладатись)	1 курс
Мова викладання	українська
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	відсутні
Чому це цікаво/треба вивчати	Сучасний бізнес – це залежність результатів від кожного і всіх разом, це співпраця для досягнення цілей співробітників, партнерів, керівників, власників, споживачів, клієнтів та суспільства. Бізнес-комунікації – система комунікаційних взаємозв'язків для кожної бізнес-структури, незалежно від її формату, яка виходить за межі правил міжособистісного ділового спілкування або реклами.
Перелік тем з дисципліни	Тема 1. Бізнес-комунікації як комунікативний процес. Тема 2. Психологія бізнес-комунікацій. Тема 3. Усні та письмові комунікації. Тема 4. Етика ділових комунікацій. Тема 5. Стратегії ведення переговорів. Публічні виступи. Розвиток зв'язків (нетворкінг).
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентність)	Здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин; застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких/торговельних структур; визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких/торговельних структур; вирішувати комунікативні конфлікти для успішної практичної діяльності; визначати та формувати стратегію ведення бізнес-переговорів.
Очікувані результати навчання	Отримати знання про бізнес-комунікації як цілісну систему взаємодії з різними групами стейкхолдерів; оволодіти моделями й інструментами для формування ефективної системи комунікацій у компанії; використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких/торговельних структур та формування практичних навичок ефективної комунікативної взаємодії у бізнес середовищі.
Інформаційне забезпечення	1. Мироненко В.В. Роль комунікаційних технологій у побудові успішного бренду. Медіасфера: локальне та глобальне. Колективна монографія / за заг. ред. В. Д. Демченка. Дніпро : Журфонд, 2021. 214 с. С. 198-211. 2. Русавська В., Бондар І., Батченко Л. Бізнес-комунікації в міжнародному менеджменті. Київ: Ліра-К, 2017. 304 с.
Види навчальних занять	лекції, практичні заняття
Вид семестрового контролю	диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів на семестр/ Мінімальна кількість здобувачів (тільки для мовних, творчих дисциплін, за необхідності)	без обмежень

Декан факультету _____ Оксана КИРИЛОВА