

## Бізнес-комунікації та нетворкінг

|  |   |
|--|---|
| Код та назва дисципліни українською мовою/ Назва дисципліни англійською мовою  | <b>2-ф07-03 Бізнес-комунікації та нетворкінг / Business communications and networking</b>   |
| Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)  | C7 Журналістика<br>B13 Інформаційна, бібліотечна 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)  | знання з професійно-орієнтованих дисциплін спеціальностей C7 (061) та B13 (029)   |
| 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.<br>Тема 2. Психологія бізнес-комунікацій.<br>Тема 3. Усні та письмові комунікації.<br>Тема 4. Етика ділових комунікацій.<br>Тема 5. Стратегії ведення переговорів. Публічні виступи.<br>Розвиток зв'язків (нетворкінг).  |
| Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (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.<br>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  |