

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ

Методичні рекомендації
до практичних занять та самостійної роботи для здобувачів вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня за спеціальностями D3 «Менеджмент»,
D5 «Маркетинг» та D7 «Торгівля»

Електронний ресурс

УДК 339.5

Б 59

Рецензенти:

Тетяна Слюніна – кандидат економічних наук, доцент кафедри статистики, обліку та аудиту Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна;
Денис Шаповаленко – кандидат економічних наук, доцент, заступник директора ННІ економіки і менеджменту Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова.

*Затверджено до розміщення в мережі Інтернет рішенням Науково-методичної ради
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
(протокол № 1 від 23 жовтня 2025 року)*

Б 59 **Бізнес-комунікації**: методичні рекомендації до практичних занять та самостійної роботи для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальностями D3 «Менеджмент», D5 «Маркетинг» та D7 «Торгівля» [Електронний ресурс] / уклад. Т. П. Шуба, О. В. Болотна, В. І. Ляшевська, Г. І. Писаревська. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2025. – (PDF 18 с.).

Методичні рекомендації до практичних занять та самостійної роботи розкривають питання, пов'язані з вивченням навчальної дисципліни «Бізнес-комунікації». Методичні рекомендації містять перелік лекційних тем, інструктивно-методичні матеріали до проведення семінарських занять та самостійної роботи, критерії оцінювання знань студентів, схему нарахування балів, шкалу оцінювання, рекомендовану літературу, перелік питань для проведення підсумкового контролю.

Методичне видання розраховано на здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня.

УДК 339.5

© Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна, 2025

© Шуба Т. П., Болотна О. В., Ляшевська В. І.,
Писаревська Г. І., уклад., 2025

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Програма навчальної дисципліни «Бізнес-комунікації».....	5
Інструктивно-методичні матеріали до семінарських занять з навчальної дисципліни «Бізнес-комунікації».....	8
Інструктивно-методичні матеріали для самостійної роботи з навчальної дисципліни «Бізнес-комунікації».....	11
Методи навчання.....	12
Методи контролю.....	12
Схема нарахування балів.....	13
Шкала оцінювання.....	14
Перелік питань для проведення підсумкового контролю.....	14
Рекомендована література.....	16

ВСТУП

Мета викладання навчальної дисципліни «Бізнес-комунікації» – опанування студентами теоретичних основ теорії бізнес-комунікацій, а також розвиток практичних навиків організації ефективних форм індивідуальних і групових комунікацій, вміння формувати імідж бізнес-структури та ділової людини.

Методичні рекомендації до практичних занять базуються на матеріалах курсу «Бізнес-комунікації». Електронне видання підготовлено для вивчення дисципліни «Бізнес-комунікації» відповідно до спеціальності D3 «Менеджмент», D5 «Маркетинг» та D7 «Торгівля», першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

Навчальна дисципліна «Бізнес-комунікації» забезпечує формування низки загальних та фахових компетентностей відповідно до стандарту вищої освіти.

Заплановані результати навчання:

Знати:

- теоретичні основи бізнес-комунікацій;
- сутність комунікаційного процесу та його основні етапи;
- невербальні засоби ділової комунікації;
- вербальні засоби ділової комунікації;
- процес організації ділового спілкування;
- основні теорії міжособистісних стосунків;
- стратегічні та тактичні підходи до ведення бізнес-переговорів;
- поняття і види комунікаційних конфліктів, методи їх вирішення;
- різновиди управлінської документації, вимоги до її оформлення;
- діловий етикет, основні норми та правила бізнес-етикету.

Вміти:

- застосовувати бізнес-комунікації в діловому середовищі;
- організовувати спілкування між бізнес-партнерами;
- використовувати невербальні та невербальні засоби ділової комунікації;
- визначати та формувати стратегію ведення бізнес-переговорів;
- застосовувати ефективні методи вирішення комунікативних конфліктів;
- оформляти управлінські документи;
- організовувати електронний документообіг;
- керуватися нормами та правилами бізнес-етикету.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ»

Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ БІЗНЕС- КОМУНІКАЦІЙ

Тема 1. Бізнес-комунікації як процес взаємодії ділових партнерів

Сутність понять «інформація», «комунікація», «бізнес-комунікація». Цілі комунікації. Причина комунікації. Функції комунікації. Процес комунікації. Інформаційна функція. Експресивна функція. Прагматична функція. Інтерпретативна функція. Етапи комунікації. Зародження ідеї. Кодування і вибір каналу. Передача. Декодування.

Комунікаційний процес, його основні етапи. Сутність комунікаційного процесу. Базові елементи комунікаційного процесу. Відправник. Повідомлення. Канал. Одержувач (адресат). Основні етапи комунікаційного процесу. Професійне спілкування та його етапи. Складові комунікативної компетентності особистості.

Критерії типологізації видів ділової комунікації. Письмова ділова комунікація. Усна ділова комунікація. Загальноприйняті форми ділової комунікації. Ділова професійна культура.

Сутність понять «комунікативний шум», «комунікативний бар'єр». Види комунікативних бар'єрів: фонетичні, фізіологічні, інформаційно-дефіцитні, логічні, семантичні, стилістичні, емоційні, соціально-культурологічні та психологічні. Комунікаційні перешкоди.

Тема 2. Невербальні засоби ділової комунікації

Сутність невербальної комунікації, її основні різновиди. Форми невербального спілкування.

Типи невербальних засобів. Засоби невербального спілкування: паралінгвістичні, екстралінгвістичні, тактильно-кінестетичні, ольфакторні, кінетичні

Основні елементи невербальної комунікації. Експресивні реакції та їх характеристика. Міжособистісний простір. Емоційні переживання людини.

Простір як елемент невербальної комунікації. Розміри особистої просторової території. Особиста зона. Соціальна зона. Суспільна зона.

Тема 3. Вербальні засоби ділової комунікації

Сутність вербальної комунікації. Поняття і сутність вербальної комунікації. Види вербального спілкування. Аналіз вербальної комунікації. Ораторське мистецтво. Результативність вербальної комунікації.

Засоби вербальної комунікації. Мова, як універсальний засіб комунікації. Кодування і декодування інформації. Види мовленнєвої діяльності. Зовнішня мовна комунікація. Форми зовнішньої мови. Усне мовлення. Монологічне мовлення. Правила ефективного зворотного зв'язку. Зворотній зв'язок.

Ефективне спілкування та його характеристики. Кіт Девіс 10 правил ефективного слухання.

Поняття ділового листа і його особливості. Класифікація службових листів. Власне ділові листи. Етапи підготовки і складання ділових листів. Текст ділового листа.

Тема 4. Організація ділового спілкування

Спілкування як механізм взаємодії між людьми. Соціальна природа спілкування. Інформаційно-комунікативна функція. Функції спілкування. Характеристика та особливості ділового спілкування. Зони та фази спілкування. Форми спілкування. Рівні спілкування.

Основні теорії міжособових стосунків. Біхевіоризм та необіхевіоризм. Теорія обміну. Теорія справедливості. Теорія символічного інтеракціонізму. Психоаналітична теорія. Теорія трансакційного аналізу.

Особливості управлінського спілкування. Типи особистостей в управлінському спілкуванні. Закономірності міжособових стосунків. Правила підготовки управлінських рішень. Моральні аспекти управлінських рішень.

Сутність та специфіка міжкультурної комунікації. Ділові контакти з іноземними партнерами. Сутність міжкультурної комунікації. Арабська модель культури ділового спілкування. Азійська модель культури ділового спілкування. Американська модель культури ділового спілкування.

РОЗДІЛ 2. ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ

Тема 5. Стратегія ведення бізнес-переговорів

Сутність поняття «переговорів». Особливості переговорів як специфічної форми ділового спілкування. Структурні елементи переговорів. Умови, що уможливають ведення переговорів.

Стадії проведення бізнес-переговорів. Підготовка до переговорів. Попередній вибір позиції. Пошук взаємно прийняттого рішення. Завершення. Основні принципи ведення ділових переговорів. Умови ведення переговорів. Обов'язкові етапи переговорів. Врахування культурних та національних факторів у процесі ведення переговорів із закордонними партнерами.

Стратегічні та тактичні підходи до ведення переговорів. Стратегічні підходи до ведення переговорів: жорсткий, м'який, принциповий (Гарвардський). Особливості переговорного процесу. План переговорів. Етапи прийняття рішень. Етап розгляду можливих альтернативних рішень. Розробка заходів на виконання рішень.

Тема 6. Управління комунікативними конфліктами

Сутність комунікативного акту. Складові комунікативного акту: ситуація і дискурс. Компоненти комунікативного акту: конситуація, контекст, пресупозиція, мовлення.

Поняття та види конфліктів. Основні типи конфлікту за змістом: внутрішньоособовий (конфлікт вимог), міжособовий, між особою та групою, міжгруповий. Причини виникнення конфліктів. Типи комунікаторів. Соціальні ролі. Комунікативні ролі та комунікативні позиції. Гендерні аспекти спілкування. Комунікативні інтенції, стратегії мовленнєвого спілкування. Методи вирішення конфлікту. Статистичний метод. Метод експертного оцінювання або експертного інтерв'ю. Метод «картографії конфлікту». Складання карти конфлікту. Арбітражний метод. Метод соціометрії Д. Морено. Переговорні методи.

Психологічні аспекти конфліктів. Види поведінки при конфліктних ситуаціях. Рівні сприйняття ситуації.

Тема 7. Управлінська документація та її оформлення

Поняття і функції документів. Типологія та оптимізація управлінських документів. Класифікація документів. Державний класифікатор управлінської документації. Класифікаційні схеми документів. Табелі та Альбом форм документів, які використовуються і установах. Організаційно-розпорядчі документи та їх характеристика.

Вимоги до оформлення документів.

Організація роботи з управлінськими документами. Завдання служби документообігу підприємства. Рівні документації в установі. Приймання, реєстрація та передавання документів.

Електронне документування управлінської інформації. Журнал обміну електронних документів. Організації електронного документообігу.

Тема 8. Етика ділових комунікацій

Поняття ділового етикету. Регулювання відносин між економічними суб'єктами ринку. Регулювання відносин бізнесу зі споживачами. Відносини бізнесу із суспільством. Культура ділового партнерства.

Суть протоколу. Діловий протокол. Дипломатичний протокол в міжнародному спілкуванні. Основні етичні принципи ділового протоколу. Етичні кодекси та їх значення. Кодекс професійної етики. Кодекс корпоративної етики та його основні функції.

Основні норми та правила бізнес-етикету. Правила виконання найважливіших етикетних формул. Культура мови як першооснова спілкування. Невербальна культура ділового спілкування та її компоненти. Етикет у підприємстві.

ІНСТРУКТИВНО– МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ ДО СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ»

Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ БІЗНЕС- КОМУНІКАЦІЙ

Тема 1. Бізнес-комунікації як процес взаємодії ділових партнерів

1. Вербальна та невербальна комунікація у діловій взаємодії – роль мови, жестикуляції, міміки та інших факторів у побудові ефективних комунікацій.

2. Етика та культура ділового спілкування – основні принципи, норми та правила комунікації в бізнес-середовищі.

3. Техніки ефективних переговорів у бізнесі – методи ведення переговорів, тактики впливу та способи досягнення компромісу.

4. Вплив емоційного інтелекту на ділові комунікації – значення емоційної компетентності у взаємодії партнерів та прийнятті рішень.

5. Комунікаційні бар'єри та способи їх подолання – основні причини неефективної комунікації та методи їх усунення.

6. Ділове листування та електронна комунікація – правила написання офіційних листів, e-mail-етикет та особливості цифрового спілкування.

7. Міжкультурні особливості бізнес-комунікацій – специфіка ведення переговорів та ділової взаємодії в міжнародному середовищі.

Тема 2. Невербальні засоби ділової комунікації

1. Жести та міміка в діловому спілкуванні – як жестикуляція та вираз обличчя впливають на сприйняття інформації.

2. Мова тіла та її роль у бізнес-комунікаціях – значення постави, рухів і просторової взаємодії у переговорах.

3. Візуальний контакт та його значення у діловій взаємодії – як правильний зоровий контакт допомагає встановити довіру між партнерами.

4. Паралінгвістика: роль голосу в діловому спілкуванні – вплив тембру, гучності, інтонації та пауз на ефективність комунікації.

5. Просторове розташування і дотики в діловій етиці – як дистанція між співрозмовниками та тактильний контакт впливають на ділові відносини.

Тема 3. Невербальні засоби ділової комунікації

1. Основні види невербальної комунікації у бізнесі – жести, міміка, поза, проксемика та паралінгвістика.

2. Роль міміки та жестів у ділових переговорах – як рухи обличчя та рук можуть впливати на результати переговорів.

3. Вплив простору і дистанції на ділову комунікацію – як розташування співрозмовників у просторі впливає на їхню взаємодію.

4. Голос і інтонація як невербальні засоби комунікації – значення тону, швидкості мовлення та пауз у бізнес-спілкуванні.

5. Дрес-код і зовнішній вигляд як елементи невербальної комунікації – як стиль одягу формує перше враження та впливає на ділові відносини.

6. Міжкультурні особливості невербальної комунікації в бізнесі – як жести, міміка та поведінкові норми відрізняються в різних культурах.

Тема 4. Організація ділового спілкування

1. Основні принципи ефективного ділового спілкування – правила та стратегії ведення комунікації у бізнес-середовищі.

2. Етапи підготовки та проведення ділових переговорів – від визначення цілей до підбиття підсумків.

3. Ділова переписка: особливості та правила оформлення – структура, стиль та тон офіційних листів, e-mail, звітів.

4. Методи вирішення конфліктів у діловому спілкуванні – підходи до конструктивного розв’язання непорозумінь.

5. Роль інформаційних технологій у сучасному діловому спілкуванні – використання відеоконференцій, месенджерів та CRM-систем.

Розділ 2. ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ

Тема 5. Стратегія ведення бізнес-переговорів

1. Основні етапи та тактики бізнес-переговорів – від підготовки до укладання угоди.

2. Переговорні стратегії: кооперативний vs. конкурентний підхід – порівняння двох основних підходів.

3. Психологічні аспекти ведення бізнес-переговорів – роль емоційного інтелекту та невербальної комунікації.

4. Методи аргументації та переконання у переговорах – техніки впливу та контраргументації.

5. Особливості міжкультурних переговорів у міжнародному бізнесі – аналіз комунікаційних відмінностей.

6. Конфліктні ситуації під час переговорів та шляхи їх вирішення – стратегії уникнення та управління конфліктами.

7. Вплив цифрових технологій на сучасні бізнес-переговори – роль онлайн-зустрічей, штучного інтелекту та CRM-систем.

Тема 6. Управління комунікативними конфліктами

1. Причини та види комунікативних конфліктів у діловому середовищі – аналіз основних факторів виникнення конфліктів.

2. Методи та стратегії врегулювання комунікативних конфліктів – компроміс, співпраця, уникнення, конкуренція.

3. Роль емоційного інтелекту в управлінні конфліктами – як контроль емоцій допомагає у розв'язанні суперечок.

4. Переговори як інструмент вирішення конфліктів у бізнесі – техніки та моделі ефективного переговорного процесу.

5. Вплив невербальної комунікації на розвиток і вирішення конфліктів – жести, міміка, інтонація у спілкуванні під час конфліктів.

Тема 7. Управлінська документація та її оформлення

1. Класифікація управлінських документів: основні види та їх призначення

2. Вимоги до складання та оформлення організаційно-розпорядчих документів (накази, розпорядження, рішення, протоколи)

3. Електронний документообіг в управлінській діяльності: сучасні тенденції та перспективи

4. Основні стандарти оформлення управлінських документів згідно з ДСТУ

5. Ділове листування: структура, стиль та вимоги до оформлення

6. Документування кадрової діяльності: накази, особові справи, трудові договори

7. Архівування та зберігання управлінської документації: порядок та нормативні вимоги

Тема 8. Етика ділових комунікацій

1. Основні принципи етики ділового спілкування в сучасному бізнес-середовищі

2. Вербальна та невербальна комунікація: етичні аспекти взаємодії в діловому спілкуванні

3. Діловий етикет у міжнародних комунікаціях: культурні відмінності та правила поведінки

4. Конфлікти в ділових комунікаціях: причини, методи їх вирішення та етичні підходи

5. Корпоративна культура та її вплив на етичні норми ділового спілкування

6. Маніпуляції та етичні дилеми в діловій комунікації: як розпізнавати та протидіяти

ІНСТРУКТИВНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ»

Контроль самостійної роботи проводиться викладачем на практичних заняттях. Для студентів проводяться консультації згідно графіка.

Теми для самостійної роботи

1. Сутність та значення бізнес-комунікацій у сучасному світі.
2. Вербальні та невербальні засоби комунікації у бізнесі.
3. Ділове листування: основні правила та етичні норми.
4. Мовний етикет у діловому спілкуванні.
5. Психологічні особливості ефективної комунікації в бізнесі.
6. Технології переконання та аргументації у діловому спілкуванні.
7. Етика та культура ділових комунікацій.
8. Конфлікти в бізнес-комунікаціях: причини, методи вирішення.
9. Ділові переговори: стратегії та тактики успішної комунікації.
10. Крос-культурні комунікації у міжнародному бізнесі.
11. Сучасні інформаційні технології у бізнес-комунікаціях.
12. Вплив соціальних мереж на бізнес-комунікації.
13. Корпоративна культура та її вплив на бізнес-комунікації.
14. Особливості комунікації в кризових ситуаціях.
15. Діловий імідж і репутація компанії: роль комунікацій.
16. Публічні виступи та презентації в бізнес-середовищі.
17. Роль комунікацій у побудові бренду компанії.
18. Емоційний інтелект у бізнес-комунікаціях.
19. Перепони у діловій комунікації та способи їх подолання.
20. Маніпуляції в бізнес-комунікаціях: етичні та практичні аспекти.

Контрольна робота

Мета контрольної роботи – закріплення теоретичних знань та набуття навичок їх практичного застосування під час розв'язання конкретних завдань.

Контрольна робота виконується під час самостійної роботи студента.

Контрольна робота полягає у виконанні комплексного дослідження за темою «Практичні приклади ділової комунікації». Обсяг контрольної роботи 10-15 стор., шрифт Times New Roman, розмір шрифту 14 пт., міжрядковий інтервал – 1,5. Список літератури та посилання на першоджерела є обов'язковими.

Максимальна кількість балів за контрольну роботу – 20 б.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Основними формами навчання є лекції, семінарські заняття, практичні заняття, самостійна робота студентів.

Під час лекції, подаються основні теоретичні поняття. Семінари передбачають обговорення наукових статей, рефератів і ключових тем дисципліни. Також студентам рекомендується самостійне опрацювання літератури, що сприяє глибшому розумінню матеріалу.

На семінарських заняттях шляхом виступів і обговорення актуальних тем студенти набувають професійних компетентностей, пов'язаних з аналітичним і творчим процесами. На практичних заняттях студенти напружують професійні компетентності з вирішування дослідницьких задач. Самостійна навчальна та дослідницька робота націлена на творчий пошук та закріплення матеріалу курсу.

Крім традиційних, використовуються «активні» методи навчання: кейси, дискусії, метод «мозкового штурму».

Кейс-метод дозволяє розглянути реальну ситуацію або випадок та вирішити конкретні дослідницькі завдання. Цей метод покликаний розвивати аналітичні, комунікативні та фахові навички здобувачів.

Дискусія - колективний метод навчання, який передбачає обмін думками в межах запропонованої проблеми для обговорення за умов дотримання визначених правил та норм. Цей метод розвиває навички аргументації власної думки на основі використання наукових першоджерел та аналітичних матеріалів.

Метод «мозкового штурму» - колективна генерація творчих ідей для розв'язання проблемних ситуацій. Традиційно в рамках обмеженого часу студентам потрібно запропонувати максимальну кількість рішень певної проблеми. Цей метод дозволяє активізувати пізнавальну діяльність здобувачів, розвинути навички діагностики проблем та прийняття ефективних рішень. Цей метод формує у студентів дизайн-мислення.

МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Протягом семестру на практичних та семінарських заняттях здійснюється поточний контроль засвоєння тем навчального курсу.

Поточний контроль здійснюється відповідно до конкретних цілей у вигляді:

- опитування,
- ділової гри,
- підготовки доповідей та презентацій,
- проведення круглого столу,
- розв'язання розрахункових задач тощо.

Підсумковий контроль здійснюється у формі написання екзаменаційної письмової роботи.

СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання								Контрольна робота, передбачена навчальним планом	Виконання екзаменаційної роботи	Сума
Розділ 1				Розділ 2						
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8			
5	5	5	5	5	5	5	5	20	60	100

В рамках поточного контролю на семінарських заняттях по курсу «Бізнес-комунікації» студент може отримати 40 балів, за контрольну роботу 20 балів.

Для допуску до складання підсумкового контролю (екзамену) здобувач вищої освіти повинен набрати не менше 20 балів з навчальної дисципліни під час поточного контролю та самостійної роботи.

Протягом навчального семестру за усі форми активності на практичних та семінарських заняттях, контрольну роботу, екзаменаційну роботу студенти отримують відповідну кількість балів, максимально за усі форми контролю разом – 100 балів.

Критерії оцінювання знань студентів на практичних заняттях

Критерії оцінювання підготовлених доповідей та презентацій:

«3» бали - студентом продемонстровано вміння в логічній послідовності без помилок проводити критичну оцінку певних проблемних питань.

«2» бали - виявлено повне знання матеріалу, але можлива логічна непослідовність або несуттєві помилки.

«1» бал - виконання завдання з помилками, але студент має необхідні знання, щоб виправити їх за допомогою викладача.

«0» балів - виявлено грубі помилки під час виконання завдання, відсутня достатня підготовка для їх виправлення за участю викладача.

Критерії оцінювання усного опитування на практичних заняттях:

- якість засвоєння теорії та методології проблем дослідження;
- використання обов'язкової та додаткової літератури;
- вміння поєднувати теорію з практикою при розгляді кейсів та розв'язання задач;
- логіка та науковий стиль викладення матеріалу у виступах в аудиторії, вміння аргументувати свою позицію.

«3» бали - відповідь студента у повній відповідності зазначеним критеріям.

«2» бали – студентом продемонстровано знання з дисципліни в обсязі навчальної програми, виявлена можливість їх використання на практиці. У

розкритті питань допущені незначні помилки у формулювання категорій або недостатньо глибоке знання теоретичних питань. Студент повинен дати правильні відповіді на додаткові запитання.

«1» бал - знання студентів відповідають мінімуму і не нижче вимог, які існують у вищій школі. Студентом продемонстровано правильні знання програми курсу, але не в повному обсязі.

«0» балів - знання студентів нижче мінімуму навчальної програми, вони мають хаотичний і безсистемний характер, наявність значних недоліків, відсутність розуміння ключових питань курсу.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка для екзамену
90 – 100	відмінно
70-89	добре
50-69	задовільно
1-49	незадовільно

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Поняття, сутність і структура бізнес-комунікацій
2. Види та форми ділової комунікації
3. Вербальні та невербальні засоби комунікації в бізнесі
4. Психологічні аспекти ділового спілкування
5. Основні бар'єри ефективної комунікації та способи їх подолання
6. Основи ділового мовлення: норми та етикет
7. Публічні виступи та презентації: методи підготовки
8. Аргументація та переконання в бізнес-комунікаціях
9. Робота з запереченнями та техніки ефективної дискусії
10. Використання маніпулятивних технологій у комунікаціях
11. Основи написання ділових листів
12. Складання комерційних пропозицій та звітів
13. Правила складання резюме та супровідного листа
14. Ведення електронного листування та корпоративної переписки
15. Документообіг у діловій комунікації
16. Поняття та етапи ведення ділових переговорів
17. Тактики та стратегії ефективних переговорів

18. Конфліктні ситуації в переговорах та способи їх вирішення
19. Переговори в міжкультурному середовищі
20. Комунікаційні стратегії у кризових ситуаціях
21. Основи ділового етикету та правила поведінки
22. Дрес-код у діловому середовищі
23. Етика ділового листування та телефонних переговорів
24. Етикет міжнародного бізнес-спілкування
25. Етичні аспекти реклами та маркетингових комунікацій
26. Роль лідера у внутрішніх комунікаціях компанії
27. Методи мотивації персоналу через комунікацію
28. Корпоративна культура та її вплив на бізнес-комунікації
29. Внутрішні комунікаційні процеси в організації
30. Робота з командою: принципи ефективної взаємодії
31. Основи комунікаційних стратегій у маркетингу
32. Інструменти реклами та PR-комунікацій
33. Використання соціальних мереж у бізнес-комунікаціях
34. Бренд-менеджмент і його роль у бізнес-комунікаціях
35. Кризові комунікації у сфері маркетингу
36. Правила ведення ділових телефонних переговорів
37. Етикет відеоконференцій та онлайн-зустрічей
38. Використання мобільних комунікацій у бізнесі
39. Автоматизація комунікацій та чат-боти у діловому середовищі
40. Використання CRM-систем для управління комунікаціями
41. Види та причини конфліктів у бізнесі
42. Методи управління конфліктами в організації
43. Стратегії виходу з кризових ситуацій через комунікацію
44. Роль медіації у вирішенні конфліктів
45. Комунікаційні аспекти корпоративної соціальної відповідальності
46. Особливості ведення переговорів у різних країнах
47. Вплив культурних особливостей на ділове спілкування
48. Міжнародний діловий етикет
49. Психологічні аспекти міжкультурної комунікації
50. Використання іноземних мов у міжнародних бізнес-комунікаціях
51. Діджиталізація комунікацій та її вплив на бізнес
52. Використання штучного інтелекту в комунікаційних процесах
53. Технології віртуальної реальності у ділових комунікаціях
54. Соціальні мережі як інструмент бізнес-комунікацій
55. Вплив медіа на формування корпоративного іміджу
56. Гейміфікація у комунікаційних стратегіях компаній
57. Storytelling як інструмент маркетингових комунікацій
58. Використання подкастів у діловій комунікації
59. Вплив блогінгу на розвиток бізнес-комунікацій
60. Емоційний інтелект у сучасних ділових комунікаціях

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література

1. Авраменко О.О., Яковенко Л.В., Шийка В.Я. Ділове спілкування. Навч. посібник. / За наук. ред. О.О. Авраменко. Івано-Франківськ, «Лілея-НВ». 2015. 160 с.
2. Бізнес-комунікації: конспект лекцій / укладачі: Б.Л. Ковальов, А.В. Павлик, С.М. Федина. Суми: Сумський державний університет, 2020. 113 с.
3. Бучацька І.О., Дубовик Т.В. Ділові переговори: навч. посіб. К.: Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2012. 252 с.
4. Ділове спілкування: навч. посіб.- Красноармійськ: КП. ДонНТУ, 2009. 380с.
5. Жигайло Н. Комунікативний менеджмент: навч. посібник . Л.: ЛНУ імені Івана Франка, 2012. 368 с.
6. Зінченко В.М., Степаненко О.К. Формування мовленнєвої компетентності професійно орієнтованої особистості: посібник. Дніпро: СПД «Охотнік». 2017. 80 с.
7. Етика ділових відносин: навчальний посібник / [Лесько О.Й., Прищак М.Д., Залюбівська О.Б. та ін.]. Вінниця: ВНТУ, 2011. 309 с.
8. Палеха Ю.І. Етика ділових відносин : навчальний посібник. К.: Кондор, 2008. 356 с.
9. Приходько О.С., Самойлов І.Л., Шубкіна О.Ю. Ділові комунікації: навч. посібник. Вид-во: СФУ, 2020. 368 с.
10. Химиця Н.О., Морушко О.О. Ділова комунікація: навч. посібник. Львів: Вид- во Національного університету «Львівська політехніка», 2016. 224 с.
11. Холод О.М. Комунікаційні технології : підручник. К.: КиМУ, 2011. 313с.
12. Шкіцька І.Ю. Управлінське документознавство [Електронний ресурс]: навч. посіб. 2-ге вид., оновл. і доповн. Тернопіль: ТНЕУ, 2020. 382 с.
13. Яхно Т.П., Куревіна І.О. Конфліктологія та теорія переговорів. Навч. посіб. – Центр учбової літератури, 2017. 168 с.

Допоміжна література

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. К.: Видавничий центр «Академія», 2014. 344 с.
2. Ботвина Н.В. Міжнародні культурні традиції: мова та етика ділової комунікації. К.: Артек, 2012. 208 с.

3. Гриценко Т.Б., Гриценко С.П. та ін. Етика ділового спілкування: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344с
4. Джонсон, Девід В. Соціальна психологія: тренінг міжособистісного спілкування / Пер. з англ.. В. Хомика. К.: Вид. дім «КМ Академія», 2003. 288с.
5. Патрік Кінг «Стратегії і тактики спілкування, або Як знайти спільну мову з кожним». К:КНИГОЛАВ, 2017. 128 с.
6. Русавська В., Бондар І., Батченко Л. Бізнес-комунікації в міжнародному менеджменті. Навчальний посібник. К.: Ліра-К, 2017. 304 с.
7. Соціально-психологічні основи ділового спілкування: навч. посіб. / Є.І. Бородін, К.В. Комарова, Н.А. Липовська, Т.М. Тарасенко. Дніпро: ГРАНІ, 2019. 184 с.
8. Тихомирова Є.Б., Постоловський С.Р. Конфліктологія та теорія переговорів: Підручник. Рівне: Перспектива, 2007. 389 с.

Електронне навчальне видання комбінованого використання
Можна використовувати в локальному та мережевому режимі

Шуба Тетяна Петрівна
Болотна Оксана Володимирівна
Ляшевська Вікторія Іванівна
Писаревська Ганна Іллівна

БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ

Методичні рекомендації
до практичних занять та самостійної роботи для здобувачів вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня за спеціальностями D3 «Менеджмент»,
D5 «Маркетинг» та D7 «Торгівля»

В авторській редакції

Підписано до розміщення 23.10.2025. Гарнітура Times New Roman.
Ум. друк. арк. 0,8. Обсяг 0,525 Мб. Зам. № 475/25.

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
61022, м. Харків, майдан Свободи, 4.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3367 від 13.01.2009
Видавництво ХНУ імені В. Н. Каразіна