

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА

НЕТВОРКІНГ

Методичні рекомендації
до практичних занять та дистанційного навчання для здобувачів вищої освіти
другого (магістерського) рівня за спеціальністю ДЗ «Менеджмент» галузі знань

Електронний ресурс

Рецензенти:

О. А. Сергієнко – доктор економічних наук, професор, професор кафедри підприємництва, торгівлі і логістики Національного технічного університету «Харківський політехнічний університет»;

Т. М. Куценко – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, менеджменту і підприємництва Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

*Затверджено до друку рішенням Науково-методичної ради
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
(протокол № 4 від 23 січня 2026 року)*

Нетворкінг : методичні рекомендації до практичних занять та дистанційного навчання для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня за спеціальністю D3 «Менеджмент» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» [Електронний ресурс] / уклад. І. О. Штеймільлер. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2026. – (PDF 33 с.)

Методичні рекомендації спрямовані на формування етичної та міжкультурної компетентності у сфері нетворкінгу. Матеріал містить практичні завдання і кейси, орієнтовані на виявлення та аналіз неетичної поведінки в офлайн-, онлайн- та міжнародному професійному середовищі. Рекомендації можуть використовуватися під час практичних занять, самостійної та дистанційної роботи.

Методичні рекомендації призначені для здобувачів вищої освіти галузі знань «Бізнес, адміністрування та право» (спеціальність «Менеджмент»); викладачів закладів вищої освіти – для проведення практичних занять і кейс-обговорень; фахівців та HR-спеціалістів – у програмах розвитку професійних і комунікаційних навичок.

УДК 005.95/96: 332.1

Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна, 2026
© Штеймільлер І. О., уклад., 2026

ЗМІСТ

Вступ	4
Тема 1. Сутність і значення нетворкінгу. Типи мереж: професійні, особисті, змішані	5
Основні питання для розв'язання	5
Практичні завдання	5
Кейси	6
Тема 2 Соціальний капітал і його роль у розвитку кар'єри та бізнесу	7
Основні питання для розв'язання	7
Практичні завдання	7
Кейси	8
Тема 3. Комунікаційні навички у нетворкінгу. Вербальні й невербальні інструменти взаємодії	10
Основні питання для розв'язання	10
Практичні завдання	10
Кейси	12
Тема 4. Побудова й управління професійними контактами. Принципи win-win співпраці	15
Основні питання для розв'язання	15
Практичні завдання	15
Кейси	16
Тема 5. Онлайн нетворкінг. Соціальні мережі, LinkedIn, професійні платформи та цифровий етикет	18
Основні питання для розв'язання	18
Практичні завдання	18
Кейси	19
Тема 6. Нетворкінг на подіях. Як знайомитися, підтримувати розмову, презентувати себе (elevator pitch).	22
Основні питання для розв'язання	22
Практичні завдання	22
Кейси	23
Тема 7. Стратегії розвитку власної мережі. Картування контактів, довгострокові відносини, рекомендації	25
Основні питання для розв'язання	25
Практичні завдання.....	25
Кейси.....	26
Тема 8. Етичні аспекти та культурні відмінності у нетворкінгу. Міжнародні контексти та інклюзивність	28
Основні питання для розв'язання	28
Практичні завдання	28
Кейси.....	29
Рекомендована література	32

ВСТУП

У сучасному професійному середовищі нетворкінг виступає одним із ключових механізмів формування соціального капіталу, розвитку кар'єрних траєкторій і забезпечення сталого функціонування бізнесу та організацій. В умовах цифровізації, розширення онлайн-комунікацій і посилення міжнародної взаємодії особливої ваги набувають етичні та культурні аспекти нетворкінгу, які безпосередньо впливають на рівень довіри, репутацію та ефективність професійних контактів.

Недотримання етичних норм у процесі налагодження й підтримки професійних зв'язків може призводити до конфліктів, втрати ділової репутації та зниження соціального капіталу як окремих фахівців, так і організацій загалом. Водночас культурна нечутливість у міжособистісній та міжкультурній взаємодії часто стає причиною комунікаційних бар'єрів і неефективної співпраці в міжнародному середовищі.

Запропоновані методичні рекомендації спрямовані на формування у здобувачів вищої освіти здатності ідентифікувати проблеми в етичній поведінці, аналізувати типові помилки у професійному нетворкінгу та усвідомлювати наслідки неетичних дій у коротко- й довгостроковій перспективі. Матеріал структуровано у формі практичних завдань і кейсів, що відображають реальні ситуації офлайн-, онлайн- та кроскультурного нетворкінгу, і сприяє розвитку критичного мислення, етичної рефлексії та відповідальної професійної поведінки.

Методичні рекомендації можуть використовуватися у процесі проведення практичних занять, самостійної та дистанційної роботи здобувачів вищої освіти.

ТЕМА 1. СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ НЕТВОРКІНГУ. ТИПИ МЕРЕЖ

Мета практичного заняття

Сформуванати розуміння поняття нетворкінгу, його значення для особистого та професійного розвитку, а також навчити розрізняти основні типи мереж і визначати їхні переваги.

Основні питання для розв'язання:

1. Що таке нетворкінг і які його ключові функції?
2. Відмінності між професійними, особистими та змішаними мережами.
3. Приклади ефективного використання різних типів мереж.
4. Роль нетворкінгу у сучасному ринку праці.
5. Поняття нетворкінгу та його походження.
6. Основні цілі нетворкінгу в особистому й професійному житті.
7. Характерні риси професійних мереж.
8. Роль особистих контактів у кар'єрному розвитку.
9. Переваги та ризики змішаних мереж.
10. Формальні та неформальні мережі: відмінності.
11. Вплив якості контактів на ефективність мережі.
12. Приклади успішного нетворкінгу з практики.
13. Типові помилки початківців у побудові мереж

Практичні завдання

Завдання 1.

Заповніть таблицю, визначивши тип мережі та її функцію.

Ситуація	Тип мережі	Основна функція
Професійна конференція		
Студентське самоврядування		
Профільні Telegram-канали		
Контакти викладачів і наукових керівників		
Волонтерський проєкт		

Завдання 2.

Студент хоче: пройти стажування у відомій компанії; знайти ментора в професійній сфері; підготуватися до працевлаштування після закінчення університету.

Завдання:

1. Визначте, які типи мереж будуть найбільш ефективними для кожної цілі.
2. Запропонуйте мінімум 3 конкретні дії для розвитку нетворкінгу.

3. Вкажіть, які ресурси університету можна використати (кафедра, викладачі, події тощо).

Завдання 3

Розробіть персональну карту нетворкінгу студента (оформити у вигляді схеми або таблиці), де зазначте:

- професійну мету;
- ключові групи контактів (3–4);
- канали взаємодії (офлайн / онлайн);
- очікувану користь від кожної групи.

Дайте відповідь на питання:

Який тип мережі є для вас найменш розвиненим?

Який перший крок ви зробите для його розвитку?

Кейси

Кейс 1. «Професіонал без мережі»

Олександр — висококваліфікований фахівець з ІТ, має 5 років досвіду, постійно підвищує кваліфікацію, але працює в одній компанії вже тривалий час без кар'єрного зростання. Він не відвідує професійні події, майже не спілкується з колегами поза роботою та вважає, що «хорошу роботу знайдуть самі». Коли компанія скорочує штат, Олександр стикається з труднощами пошуку нової роботи.

Завдання:

- Визначити, яких типів мереж (професійних, особистих, змішаних) бракує Олександру.
- Проаналізувати, як відсутність нетворкінгу вплинула на його ситуацію.
- Запропонувати покроковий план формування ефективної мережі контактів.

Кейс 2. «Друзі в бізнесі»

Марина відкрила кав'ярню разом із подругою та братом. Спочатку це здавалося ідеальним рішенням, адже всі довіряли одне одному. Згодом почали виникати конфлікти: невизначені ролі, образи через фінанси, складність у прийнятті рішень.

Завдання:

- Визначити ризики змішаних мереж.
- Запропонувати правила управління особистими та професійними відносинами.
- Оцінити, чи можна зберегти і бізнес, і стосунки.

ТЕМА 2. СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ І ЙОГО РОЛЬ У РОЗВИТКУ КАР'ЄРИ ТА БІЗНЕСУ

Мета практичного заняття:

Розкрити поняття соціального капіталу та навчити оцінювати його вплив на кар'єрне зростання й розвиток бізнесу.

Основні питання для розв'язання:

1. Поняття соціального капіталу та його складові.
2. Види соціального капіталу (зв'язуючий, містковий).
3. Взаємозв'язок соціального капіталу й довіри.
4. Вплив соціального капіталу на кар'єрне зростання.
5. Роль контактів у розвитку підприємництва.
6. Соціальний капітал як конкурентна перевага.
7. Методи оцінювання власного соціального капіталу.
8. Шляхи нарощування соціального капіталу.
9. Ризики втрати соціального капіталу.

Практичні завдання

Завдання 1

Розподіліть приклади за типами соціального капіталу (bonding / bridging / linking).

Приклад	Тип соціального капіталу	Пояснення
Родинний бізнес		
Професійна асоціація		
Контакти з представниками органів влади		
Студентське ком'юніті		
Міжнародні бізнес-партнери		

Завдання 2

Складіть карту власного соціального капіталу, зазначивши:

- ключові групи контактів (родина, університет, робота, онлайн-спільноти);
- рівень довіри в кожній групі;
- потенційну користь для кар'єри або бізнесу;
- способи посилення кожного елемента.

Який елемент соціального капіталу є для вас найціннішим сьогодні?

Який компонент соціального капіталу потрібно розвивати найбільше?

Які дії ви готові здійснити протягом найближчого місяця?

Завдання 3

Молода підприємниця планує відкрити стартап у сфері послуг. Вона має обмежений фінансовий капітал, але активно комунікує з іншими підприємцями, експертами та інвесторами.

Завдання:

1. Визначте, які види соціального капіталу вона може використати.
2. Як соціальний капітал може компенсувати нестачу фінансових ресурсів?
3. Запропонуйте 3 практичні інструменти розвитку соціального капіталу для стартапу.

Кейси

Кейс 1. «Рекомендація, що змінила кар'єру»

Ірина працює маркетологом середньої ланки. Вона активно допомагає колегам, ділиться знаннями та підтримує професійні контакти. Один із колишніх колег рекомендує її на керівну посаду в іншій компанії, навіть без відкритого конкурсу.

Завдання:

- Визначити, які елементи соціального капіталу зіграли ключову роль.
- Проаналізувати переваги рекомендаційного найму.
- Оцінити можливі ризики для компанії та самої Ірини.

Кейс 2. «Ідея без підтримки»

Сергій створив інноваційний стартап, але не має зв'язків у бізнес-середовищі. Він надсилає холодні листи інвесторам і отримує відмови. Йому бракує доступу до спільнот, менторів і партнерів.

Завдання:

- Визначити, яких складових соціального капіталу бракує Сергію.
- Запропонувати стратегію його нарощування.
- Оцінити роль нетворкінгу для стартапів на ранній стадії.

КЕЙС 3. Аналіз кейсу «Сила уваги»

Ганна була власницею невеликого бізнесу, що включав чотири магазини одягу та взуття. Своїм основним обов'язком вона вважала роботу з паперами, яка відбирала майже весь її час і не давала їй можливості працювати з персоналом. Для того, щоб підвищити рівень продажів у своїх магазинах, вона запросила групу тренерів, які були сприйняті персоналом дуже ворожо. Працівники підкреслювали, що не отримали нічого нового від тренінгу, й почувають образу через те, що Ганна не вірить у їх професіоналізм. За результатами роботи, тренери порекомендували Ганні найняти собі помічника, який би взяв на себе частину паперової роботи. Після того, як Ганна переклала на свого помічника частину своїх звичних обов'язків, вона отримала можливість частіше бувати в своїх магазинах, спілкуватися з персоналом, дізнаватися більше про їх проблеми та ідеї. Через два місяці продажі в

магазинах Ганни почали суттєво зростати. Проаналізуйте цей кейс, спираючись на питання, що наведені у шаблоні.

Завдання 1.

З якими проблемами зіткнулися власниця бізнесу Ганна / працівники магазинів / група тренерів.

Поясніть, яким чином відносини між власницею бізнесу і працівниками впливають на ефективність бізнесу?

КЕЙС 4. «Довіртеся мені, бо я директор»

Менеджмент ІТ-компанії запросив психолога до однієї з своїх регіональних філій з метою діагностики актуальних проблем колективу. Річ у тім, що працівники філії завжди вчасно і сумлінно виконували завдання, поставлені перед ними центральним офісом. Та разом з тим, працівники цієї філії подавали найменшу кількість ідей для розробок нових продуктів серед усіх відділень компанії. Психолог провів індивідуальні та групові розмови з персоналом, анкетування й психологічне тестування, та виявив, що всі без винятку працівники вважають, що директор філії Олександр не довіряє їм. Це проявляється в постійних перевірках, зборах, прискіпливому аналізі результатів роботи. Під час індивідуальної сесії психолог вказав Олександрові на те, що його підлеглі почувають себе некомфортно через його мікроменеджмент. До того ж, вони відчувають образу, бо він не довіряє їм. Олександр був надзвичайно здивований і пояснив це як непорозуміння. Він виглядав дуже щирим у своєму здивуванні і навіть засмученим. Психолог пояснив, що якщо давати підлеглим більше простору для само вираження, то вони будуть демонструвати кращі результати, з чим Олександр з готовністю погодився. Після цього психолог спитав його, чому ж він не робив цього досі. На що Олександр напівсвідомо й з запалом відповів: «Як же я можу їм довіряти?» Після цієї фрази Олександр відразу схаменувся й почав виправдовуватися, що не мав цього на увазі. До закінчення розмови з психологом Олександр не зупинявся повторювати, що він повністю довіряє своїм підлеглим.

1. З якими проблемами зіткнулися менеджмент ІТ-компанії/ працівники філії / директор філії?

2. Відсутність яких важливих компонентів емоційного інтелекту продемонстрував Олександр?

ТЕМА 3. КОМУНІКАЦІЙНІ НАВИЧКИ У НЕТВОРКІНГУ

Мета практичного заняття:

Розвинути комунікаційні навички, необхідні для ефективної взаємодії у процесі нетворкінгу.

Основні питання для розв'язання:

1. Значення комунікації у нетворкінгу.
2. Вербальні інструменти: мова, тон, структура повідомлення.
3. Невербальні сигнали та їх вплив на сприйняття.
4. Активне слухання як ключова навичка.
5. Емпатія та емоційний інтелект у спілкуванні.
6. Бар'єри комунікації та способи їх подолання.
7. Адаптація стилю спілкування до різних аудиторій.
8. Онлайн і офлайн комунікація: відмінності.
9. Типові комунікаційні помилки у нетворкінгу.

Практичні завдання

Завдання 1. «Розуміння власних емоцій»

Прочитайте інформацію про базові емоції та подумайте над тим, як вони проявляються у Вас: Подив – найбільш короткотермінова емоція, що виступає як негайна реакція на несподівану подію. Страх – емоційний стан, що викликається реальною або уявлюваною загрозою. Гнів – емоційний стан бурхливого збудження, часто викликаний почуттям злості. Відраза – негативна емоція, що виражається у глибокій формі неприязні до когось або чогось. Радість – активна позитивна емоція, проявляється у відчутті щастя та доброму настрої. Сум – негативно забарвлена емоція, виникає в ситуаціях незадоволення та розчарування. Як часто Вам доводиться переживати кожен з цих емоцій? З якими людьми / місцями / справами у Вас асоціюються ці емоції? З якими фізичними відчуттями Ви пов'язуєте кожен з цих емоцій?

Подумайте про особливості появи і прояву у Вас основних емоцій. Заповніть таблицю, спираючись на самоаналіз.

Емоція	Причини появи	Фізичні прояви	Думки, що супроводжують під час переживання емоції
Гнів			
Відраза			
Страх			
Подив			
Радість			
Сум			

Завдання 2. «Прояви емоційного інтелекту»

Сергій та Володимир не змогли вчасно виконати проект, і хоч фірмі вдалося вибачитися перед клієнтом й уникнути фінансових втрат, їх все ж викликав до себе директор та влаштував їм прочухан. Обидва чоловіки були дуже засмучені і через зрив термінів виконання роботи, і через неприємну розмову з директором. Повернувшись додому, Сергій побачив, що його дружина фарбує стіни в коридорі, через що у квартирі переставлені речі, а запах фарби не дає нормально дихати. Це фарбування було заплановане заздалегідь, та Сергій зовсім забув про нього і по сварився з дружиною через те, що вона «все робить невчасно». Володимир застав вдома трьох своїх дітей за галасливою грою, що не давала йому можливості нор мально відпочити. Замість того, щоб накричати на своїх дітей, він проаналізував свої відчуття і зрозумів, що просто засмучений через роботу, а його діти завжди галасливі та веселі. Проаналізуйте цю ситуацію. Хто з учасників цієї історії продемонстрував навички емоційного інтелекту?

Завдання 2. Заповніть таблицю, ґрунтуючись на аналізі ситуації

Герой	Ознаки емоційного інтелекту
Сергій	
Володимир	

Завдання 3.

Уважно розгляньте малюнки, що зображені нижче. Які емоції переживають люди на малюнках? Поясніть, чому Ви так вважаєте?



Рисунок 1



Рисунок 2



Рисунок 3



Рисунок 4



Рисунок 5



Рисунок 6



Рисунок 7



Рисунок 8

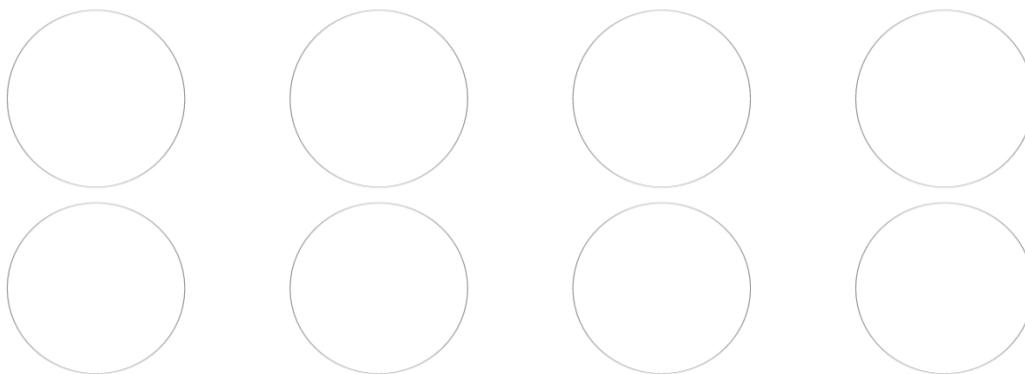
Заповніть таблицю.

Номер рисунок	Емоція	Ознаки, що вказують на цю емоцію
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		

Завдання 4.

Використовуючи запропоновані шаблони облич, намалуйте вирази обличчя, що відповідають таким емоціям: 1) Подив 2) Страх 3) Гнів 4) Відраза 5) Радість 6) Спокій 7) Щастя 8) Сум

Завдання 4. Намалуйте прояви емоційних станів на обличчі людини



Яку емоцію було найважче зобразити?

Яка емоція найбільш знайома?

Яка емоція найбільш асоціюється у оточуючих з Вами?

Кейси

Кейс 1. «Я, я і ще раз я»

На професійному заході Андрій активно знайомиться, але кожну розмову зводить до власних досягнень. Співрозмовники швидко втрачають інтерес і уникають подальшого спілкування.

Завдання:

- Визначити помилки вербальної комунікації.
- Проаналізувати відсутність активного слухання.
- Запропонувати альтернативну модель поведінки.

Кейс 2. «Мова тіла говорить більше»

Під час зустрічі менеджерка Олена постійно дивиться в телефон, схрещує руки та майже не підтримує зоровий контакт, хоча вербально говорить правильні речі.

Завдання:

- Проаналізувати невербальні сигнали.
- Пояснити, як вони впливають на довіру.
- Запропонувати корекцію невербальної поведінки.

Кейс 3 «Сприйняття емоцій»

Ситуація 1. Ви присутні у конференц-залі, де за кілька хвилин має початися нарада. Зібралися майже всі співробітники і секретар робить копії документів для всіх присутніх за допомогою ксероксу, що стоїть поруч з Вами. Користуючись шумом від роботи апарату, Ви розповідаєте своєму другові, що сидить поруч з Вами, непристойний жарт. Та коли Ви доходите у своїй розповіді до кульмінаційного моменту, апарат закінчує свою роботу і всі чують непристойний кінець жарту. Які почуття Ви будете переживати?

Ситуація 2. Повернувшись додому після роботи, Ви виявляєте, що бухгалтер видала Вам на 200 гривень більше зарплатні за січень, ніж вказано у Вашому розрахунковому листі. Вона явно помилилася, рахуючи гроші, і якщо Ви їх не повернете, то цю суму віднімуть з її зарплатні. Які емоції Ви скоріш за все будете переживати?

Кейс 4. «Використання емоцій»

Ситуація 1. Впродовж трьох місяців Ваша філія працювала над розробкою програмного забезпечення. Презентацію результатів роботи, яку необхідно здійснити перед усіма працівниками філії, менеджментом компанії та зарубіжними замовниками, має зробити саме Ви. За 10 хвилин перед презентацією Ви відчуваєте надзвичайно стривожений та напружений стан. Як можна використати Ваш стан для забезпечення успішного виступу?

Ситуація 2. Ви тільки що повернулися з відпустки й перебували у дуже добром настрої. Яким чином можна подовжити дію Вашого емоційного стану?

Кейс 5. «Розуміння емоцій»

Ситуація 1. Ви присутні на бізнес-конференції. На сцені з доповіддю виступає директор страхової фірми. Він намагається зацікавити публіку, але його ніхто не слухає: всі довкола сміються й розмовляють. Які емоції може переживати доповідач?

Ситуація 2. Ваш підлеглий помилково отримав з центрального офісу електронний лист, що був адресований Вам. В листі йдеться про те, що в найближчі два місяці компанія буде змушена дещо зменшити фінансування Вашої фірми та скоротити штат співробітників. Які почуття, на Вашу думку, буде переживати Ваш підлеглий?

Кейс 6. «Управління емоціями»

Ситуація 1. Ваш начальник дуже галаслива людина, який дуже часто використо - вує роздратований тон при спілкуванні з підлеглими. Яким чином, на Ваш погляд, необхідно реагувати на репліки боса?

Ситуація 2. Вам необхідно саме сьогодні закінчити розробку плану робіт на наступний місяць, тому що завтра у Вас починається відпустка і Ви вранці вилі таєте в теплі краї. Проблема в тому, що начальник фінансового відділу затримує свій звіт, без якого Ви не можете завершити свою роботу. Він досить гордовита людина і вже заявив Вам, що не збирається поспішати зі звітом ціною помилок. Тим часом до кінця робочого дня залишається чотири години, Ви все більше нервуете. Опишіть, як саме Ви будете поводити себе з начальником фінансового відділу, щоб переконати його видати Вам звіт якомога швидше?

Шаблон для ПЗ

Відповідь респондента	Оцінка1	Оцінка2	Оцінка3	Загальна оцінка
Сприйняття емоцій				
Використання емоцій				
Розуміння емоцій				
Управління емоціями				

ТЕМА 4. ПОБУДОВА Й УПРАВЛІННЯ ПРОФЕСІЙНИМИ КОНТАКТАМИ

Мета практичного заняття:

Навчити будувати та підтримувати професійні контакти на основі взаємовигідної співпраці.

Основні питання для розв'язання:

1. Етапи формування професійних контактів.
2. Перший контакт: як справити позитивне враження.
3. Принцип win-win та його значення.
4. Баланс між отриманням і наданням цінності.
5. Підтримка регулярного контакту.
6. Управління очікуваннями у співпраці.
7. Робота з конфліктними ситуаціями.
8. Завершення співпраці без втрати відносин.
9. Довіра як основа довгострокових контактів.

Практичні завдання

Завдання 1.

1. Складіть список із 10–15 професійних контактів (викладачі, колеги, роботодавці, одногрупники, онлайн-контакти).
2. Розподіліть їх за категоріями:
академічні;
професійні;
потенційні (перспективні).
3. Для кожного контакту визначте:
спосіб взаємодії (офлайн / онлайн);
частоту спілкування;
потенційну користь для кар'єри.
Зробіть короткий висновок (5–6 речень): які контакти є ключовими; яких контактів бракує.

Завдання 2.

Ви хочете встановити контакт із фахівцем або роботодавцем у вашій професійній сфері.

Завдання

Визначте мету контакту (стажування, менторство, консультація, робота).

Оберіть канал комунікації (подія, LinkedIn, електронна пошта).

Складіть:

коротке повідомлення для першого контакту (3–4 речення);

запит або пропозицію цінності.

заплануйте follow-up дію.

Завдання 3

У вас уже є мережа контактів, але частина з них «неактивна».

Завдання

Запропонуйте мінімум 5 способів підтримки професійних контактів (корисні повідомлення, привітання, спільні проєкти, рекомендації тощо).

Визначте ризики втрати контактів та способи їх уникнення.

Розробіть простий план управління контактами на 3 місяці (періодичність, інструменти, очікуваний результат).

Кейси

Кейс 1. «Контакт, що виснажує»

Колега постійно звертається до Наталі з проханнями про допомогу, але сам ніколи не підтримує її ініціативи. Наталя відчуває втому та роздратування.

Завдання:

- Визначити порушення принципу win-win.
- Запропонувати варіанти коректного встановлення меж.
- Оцінити, коли варто припинити контакт.

Кейс 2: «Співпраця між фрилансером і компанією»

Анна — фрилансерка з UX/UI-дизайну з 6-річним досвідом. До неї звертається компанія TechNova, яка розробляє мобільний застосунок і шукає дизайнера для термінового проєкту.

Під час першої онлайн-зустрічі представник компанії озвучує умови:

- стислі дедлайни (2 тижні),
- фіксований бюджет нижчий за ринковий,
- відсутність чіткого технічного завдання,
- можливість «подальшої співпраці в майбутньому».

Анна погоджується, сподіваючись на довгострокові відносини та розширення портфоліо. Протягом роботи компанія кілька разів змінює вимоги, просить додаткові правки без доплати та затримує фінальний платіж на 3 тижні.

Після завершення проєкту:

- компанія отримує готовий дизайн і встигає вийти на ринок,
- Анна відчуває емоційне вигорання, фінансові втрати та розчарування,
- подальша співпраця не відбулася.

Завдання

1. Проаналізуйте інтереси обох сторін

Які цілі мала компанія?

Які очікування були в Анни?

2. Визначте тип результату взаємодії

Оберіть одну з моделей та обґрунтуйте відповідь:

Win–Win

Win–Lose

Lose–Win

Lose–Lose

3. Аргументуйте свій вибір

Хто виграв?

Хто програв?

У чому саме проявився виграш або втрата?

4. Альтернативний сценарій

Які дії Анна могла зробити, щоб досягти win–win?

Які кроки мала зробити компанія?

Як подібні ситуації впливають на професійні відносини та репутацію?

Чи варто погоджуватися на «перспективу в майбутньому» без чітких умов?

ТЕМА 5. ОНЛАЙН-НЕТВОРКІНГ І ЦИФРОВИЙ ЕТИКЕТ

Мета практичного заняття:

Сформувати навички ефективного онлайн-нетворкінгу та дотримання цифрового етикету.

Основні питання для розв'язання:

1. Особливості онлайн-нетворкінгу.
2. Переваги та недоліки цифрових контактів.
3. LinkedIn як інструмент професійного нетворкінгу.
4. Структура ефективного професійного профілю.
5. Контент як засіб побудови експертності.
6. Онлайн-ініціювання контактів і повідомлень.
7. Цифровий етикет та правила спілкування.
8. Захист особистих даних у мережі.
9. Типові помилки онлайн-нетворкінгу.

Практичні завдання

Завдання 1.

Складіть приклади першого повідомлення для встановлення професійного контакту в онлайн-мережі (LinkedIn, професійні форуми, освітні платформи).

Завдання:

1. Розробіть коротку самопрезентацію (до 3–4 речень).
2. Напишіть 2 варіанти першого повідомлення:
 - коректне та етичне;
 - помилкове (з порушенням норм цифрового етикету).
3. Порівняйте обидва варіанти та поясніть, у чому полягають помилки другого.
4. Запропонуйте універсальну структуру першого повідомлення для онлайн-нетворкінгу.

Завдання 2.

1. Опишіть 5 прикладів онлайн-активності, які підвищують цифрову репутацію.
2. Наведіть 5 прикладів дій, що порушують цифровий етикет і шкодять нетворкінгу.
3. Складіть тижневий план мінімальної онлайн-активності для підтримки професійного профілю.
4. Поясніть, як регулярна, але помірна активність формує довіру в онлайн-спільнотах.

5. Зробіть узагальнений висновок щодо ролі цифрового етикету в побудові професійних зв'язків.

Завдання 3.

Потрібно написати повідомлення HR-менеджеру компанії, де студент хоче пройти стажування.

«Добрий день. Я шукаю роботу. Чи є у вас вакансії?»

Завдання

1. Пояснити, чому повідомлення неефективне.
2. Запропонувати правильний варіант.

Завдання 4.

Користувач:

- надсилає голосові повідомлення незнайомим людям;
- пише пізно ввечері;
- наполягає на відповіді;
- одразу надсилає резюме без пояснень.

Завдання

1. Визначити порушення цифрового етикету.
2. Запропонувати коректну модель поведінки.

Кейси

Кейс 1. «Холодний спам»

Дмитро — молодий фахівець, який прагне налагодити професійні контакти та знайти можливості для співпраці через соціальну мережу LinkedIn. З цією метою він масово надсилає однакові стандартні повідомлення незнайомим користувачам із загальним проханням про співпрацю без урахування їхнього професійного профілю, сфери діяльності чи інтересів.

У результаті більшість адресатів ігнорують повідомлення Дмитра, а частина користувачів блокує його або позначає повідомлення як небажані. Це негативно впливає на його професійну репутацію в онлайн-середовищі та знижує ефективність нетворкінгу.

Завдання

1. Проаналізуйте ситуацію та визначте основні помилки, яких припускається Дмитро. Зокрема, зверніть увагу на такі аспекти:

- відсутність персоналізації повідомлень;
- ігнорування професійного контексту адресатів;
- фокус на власній вигоді замість принципу **win-win**;
- недотримання правил цифрового етикету;
- ризики формування негативної онлайн-репутації.

2. Поясніть, до яких короткострокових і довгострокових наслідків може призвести така стратегія онлайн-нетворкінгу для:

- професійного іміджу Дмитра;

- рівня довіри з боку потенційних партнерів;
- можливостей кар'єрного та бізнес-розвитку.

3. Розробіть альтернативну, більш ефективну стратегію онлайн-нетворкінгу:

- опишіть етапи підготовки до першого контакту (аналіз профілю, спільні інтереси, попередня взаємодія);
- сформулюйте приклад персоналізованого першого повідомлення;
- запропонуйте цінність для співрозмовника (корисна інформація, запит на обмін досвідом, рекомендація тощо);
- визначте коректну follow-up стратегію.

Кейс 2. «Порожній профіль»

Профіль Анни в онлайн-мережі не містить фото, детального опису досвіду, професійних інтересів та прикладів активності. Анна надсилає повідомлення, але майже не отримує відповідей і не розуміє причин такої комунікативної неефективності. Ситуація потребує комплексного аналізу цифрового образу користувача та розробки рекомендацій щодо його покращення.

Завдання

1. *Провести глибокий аналіз онлайн-профілю Анни та:*

- виявити структурні недоліки профілю (відсутність обов'язкових елементів, логіки подання інформації);
- проаналізувати комунікативні помилки (відсутність сигналів довіри, експертності, соціального підтвердження);
- оцінити вплив відсутності візуального та текстового контенту на сприйняття профілю іншими користувачами;
- визначити, як порожній або неповний профіль впливає на: рівень довіри, мотивацію відповідати на повідомлення, готовність до подальшої взаємодії.

2. *На основі аналізу:*

- сформулювати перелік ключових недоліків профілю Анни;
- пояснити, чому кожен з недоліків є критичним у професійних та соціальних онлайн-мережах;
- показати зв'язок між якістю профілю та ефективністю нетворкінгу, самопрезентації й особистого бренду.

3. *Розробити детальну структуру ефективного онлайн-профілю, яка включає:*

1. Візуальну складову (фото, стиль, загальне враження).
2. Ідентифікаційний блок (ім'я, заголовок, позиціонування).
3. Опис «Про себе» з акцентом на цінність для аудиторії.
4. Блок професійного досвіду, освіти та компетенцій.
5. Демонстрацію активності та залученості у спільноту.

6. Формулювання мети присутності в мережі та очікуваних типів контактів.

7. Елементи довіри та соціального підтвердження (досягнення, рекомендації, участь у проєктах).

4. *Запропонувати:*

- приклад короткого, але ефективного опису профілю для Анни;
- 2–3 приклади формулювань заголовка (headline) залежно від цілі: пошук роботи, професійний нетворкінг, навчання та розвиток;
- рекомендації щодо мінімальної активності, необхідної для підтримки «живого» профілю.

5. *Зробити висновки та:*

- пояснити, чому онлайн-профіль є інструментом самопрезентації та комунікації;
- визначити роль цифрового іміджу у формуванні професійних можливостей;
- обґрунтувати, чому відповідальність за відсутність зворотного зв'язку лежить не лише на співрозмовниках, а й на якості представленого профілю.

ТЕМА 6. НЕТВОРКІНГ НА ПРОФЕСІЙНИХ ПОДІЯХ

Мета практичного заняття:

Навчити ефективної поведінки на професійних заходах та навичок самопрезентації.

Основні питання для розв'язання:

1. Види нетворкінгових подій.
2. Підготовка до участі в заході.
3. Перші фрази для знайомства.
4. Техніки підтримки розмови.
5. Вміння ставити запитання.
6. Структура та тривалість elevator pitch.
7. Адаптація самопрезентації до аудиторії.
8. Невербальна поведінка під час спілкування.
9. Дії після завершення події (follow-up).

Практичні завдання

Завдання 1.

Уявіть, що ви плануєте відвідати професійний захід у своїй галузі (офлайн або онлайн).

Завдання:

1. Визначте тип заходу та його цільову аудиторію.
2. Сформулюйте 3 конкретні цілі нетворкінгу (наприклад: знайти ментора, потенційного роботодавця, партнера для проєкту).
3. Підготуйте список з 5–7 потенційних контактів (категорії людей або конкретні ролі).
4. Складіть короткий план підготовки:
 - що вивчити про захід і спікерів;
 - які матеріали підготувати (резюме, портфоліо, QR-профіль);
 - як підготувати зовнішній вигляд і самопрезентацію.
5. Поясніть, чому підготовка є ключовим елементом успішного нетворкінгу.

Завдання 2.

Змодельуйте ситуацію знайомства на професійному заході (перерва, кава-брейк, зона нетворкінгу).

Завдання:

1. Складіть elevator pitch (30–45 секунд):
 - хто ви;
 - чим займаєтесь;
 - яку професійну цінність створюєте.

2. Запропонуйте 5 прикладів відкритих запитань для початку розмови.
3. Опишіть алгоритм підтримки діалогу (активне слухання, уточнення, емпатія).
4. Наведіть 3 типові помилки у спілкуванні на професійних подіях.
5. Поясніть, як дотримання етикету впливає на перше враження.

Кейси

Кейс 1

Олена — студентка магістратури з менеджменту, яка відвідує кар’єрний форум. На заході присутні представники компаній та потенційні роботодавці. Під час кава-брейку Олена опиняється поруч із HR-директором великої міжнародної компанії. HR запитують: «Розкажіть коротко про себе та чим ви можете бути корисні компанії».

Олена відповідає наступним elevator pitch:

«Ну, мене звали Олена, я навчаюся в магістратурі, до цього закінчила бакалаврат, вивчала багато різних дисциплін — менеджмент, економіку, психологію, маркетинг, ще була практика, але не дуже довга. Загалом я відповідальна, комунікабельна, швидко вчуся, люблю працювати в команді. Думаю, що могла б спробувати себе у вашій компанії, якщо буде можливість. Я готова розглядати різні варіанти, бо мені цікаво розвиватися».

Промова триває майже 2 хвилини. HR ввічливо посміхається, киває, дякує за розмову, але не ставить жодних уточнювальних запитань і не пропонує обмінятися контактами.

Завдання для розв’язання

1. Проаналізуйте elevator pitch Олени та знайдіть помилки, зокрема:
 - надмірна тривалість;
 - відсутність чіткої мети;
 - загальні фрази без конкретики;
 - фокус на собі, а не на цінності для компанії;
 - відсутність заклику до дії.
2. Визначте, чого бракує в самопрезентації:
 - чіткої професійної ролі;
 - конкретних навичок або досягнень;
 - розуміння потреб роботодавця;
 - впевненого завершення.
3. Переформулюйте elevator pitch, дотримуючись вимог:
 - тривалість 30–45 секунд;
 - чітко визначена роль або напрям;
 - 1–2 конкретні сильні сторони;
 - орієнтація на користь для компанії;
 - короткий заклик до подальшого контакту.
4. Запропонуйте альтернативний варіант elevator pitch (письмово або усно) та підготуйте його до публічного представлення.

Кейс 2

Ситуація 1

Артем — студент 4 курсу спеціальності «Маркетинг». На ярмарку вакансій він спілкується з представником компанії та отримує запитання: «Ким ви себе бачите та чим можете бути корисні?»

Elevator pitch з помилками

«Я студент, навчаюся на маркетингу, мені подобається реклама і взагалі маркетинг у цілому. Я відповідальний, швидко вчуся, люблю працювати в команді. Думаю, що зможу знайти себе у вашій компанії, бо вона відома і перспективна».

Ситуація 2

Ірина — junior-аналітик, прийшла на професійний мітап. Нетворкінгова розмова триває стоячи, час обмежений.

«Я працюю аналітиком уже майже два роки, починала з навчання на курсах, потім була практика, де я займалася різними завданнями — і звітами, і презентаціями, і допомагала старшим колегам. Зараз шукаю нові можливості, бо хочу більше розвиватися та брати участь у цікавих проєктах...»

(триває понад 2 хвилини)

Ситуація 3

Денис — UX-дизайнер. Під час конференції його запитують, над чим він працює.

«Я дизайнер, працюю з Figma, Sketch, Adobe XD, знаю різні підходи до дизайну, читав багато книжок, проходив курси, цікавлюся новими трендами і загалом люблю дизайн».

Ситуація 4

Наталя змінює сферу діяльності з освіти на HR. На галузевому заході її просять коротко представитися.

«Я багато років працювала в освіті, зараз вирішила змінити напрям і перейти в HR, бо мені цікаво працювати з людьми, розвиватися і пробувати щось нове».

Загальне завдання для всіх варіантів

1. Визначте основні помилки elevator pitch.
2. Вкажіть, чого бракує кожній самопрезентації.
3. Перепишіть elevator pitch у форматі 30–45 секунд.
4. Додайте чітку ціннісну пропозицію та завершення (call to action).
5. Підготуйте усну версію для презентації.

ТЕМА 7. СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МЕРЕЖІ КОНТАКТІВ

Мета практичного заняття:

Сформувати стратегічний підхід до розвитку та систематизації власної мережі контактів.

Основні питання для розв'язання:

1. Поняття стратегії нетворкінгу.
2. Аналіз і картування наявних контактів.
3. Визначення прогалів у власній мережі.
4. Планування розширення контактів.
5. Підтримка довгострокових відносин.
6. Значення регулярної комунікації.
7. Рекомендації як інструмент довіри.
8. Як коректно просити рекомендації.
9. Вимірювання ефективності власної мережі.

Практичні завдання

Завдання 1.

1. Охарактеризуйте структуру наявної мережі контактів (кількість, типи, джерела формування).
2. Здійсніть сегментацію контактів за такими критеріями:
професійна сфера;
рівень взаємодії;
потенційна цінність для професійного розвитку.
3. Визначте сильні та слабкі сторони мережі.
4. Проаналізуйте, які типи контактів:
переважають;
відсутні або недостатньо представлені.
5. Зробіть висновок щодо ефективності мережі в контексті кар'єрних цілей.

Завдання 2.

На основі попереднього аналізу студент розробляє індивідуальну (або умовну) стратегію розвитку мережі контактів.

Завдання:

1. Сформулюйте стратегічну мету нетворкінгу (на 1–3 роки).
2. Визначте ключові групи контактів, необхідні для досягнення мети.
3. Запропонуйте канали та інструменти розширення мережі:
професійні події;
онлайн-платформи;
академічне середовище;
проектна діяльність.

4. Розробіть план дій:
короткостроковий (3–6 місяців);
середньостроковий (1 рік).
5. Обґрунтуйте обрану стратегію з позицій етики та сталості професійних відносин.

Кейси

Кейс 1. «Багато контактів — нуль результату»

Олег — активний учасник професійних заходів: конференцій, бізнес-форумів, тренінгів, нетворкінг-зустрічей та онлайн-подій. Він охоче знайомиться з новими людьми, швидко обмінюється контактами, додає їх у соціальні та професійні мережі, має в телефоні, месенджерах і LinkedIn сотні імен. Формально його мережа виглядає вражаюче.

Проте з часом Олег помічає парадоксальну ситуацію:

попри велику кількість контактів, жоден із них не трансформується у реальні професійні результати. Він рідко отримує запрошення до співпраці, рекомендації, нові проекти або кар'єрні можливості. Більшість знайомств залишаються разовими й обмежуються фразою «приємно було познайомитися».

Олег не підтримує регулярного зв'язку з людьми, не фіксує контекст знайомства, не пам'ятає, хто і чим займається. Контакти накопичуються хаотично, без пріоритетів і подальших дій. У результаті мережа контактів не працює як ресурс, а перетворюється на пасивний список імен.

На основі кейсу:

1. Визначте мінімум 5 причин, чому велика кількість контактів не дає результату.
2. Поясніть різницю між:
 - «колекціонуванням контактів»;
 - стратегічним нетворкінгом.
3. Проаналізуйте, які можливості Олег втрачає через відсутність системи.
4. Сформулюйте, які цілі нетворкінгу міг би мати Олег (короткострокові та довгострокові).
5. Визначте, які типи контактів є для нього пріоритетними.
6. Оцініть, які дії Олега є неефективними з точки зору цифрового та професійного етикету.

Кейс 2. «Рекомендація без основи»

Студентка магістерської програми Марина готується до виходу на ринок праці. З метою підвищення конкурентоспроможності свого професійного профілю вона прагне отримати рекомендації від фахівців галузі. Вважаючи, що наявність будь-якої рекомендації є перевагою, Марина надсилає запит на рекомендаційний лист викладачеві (або практику, роботодавцю), з яким мала

мінімальну взаємодію: разову присутність на заході або коротке онлайн-спілкування без спільної діяльності.

Запит залишається без відповіді або отримує формальну відмову. Марина інтерпретує це як відсутність підтримки, не усвідомлюючи, що її дії суперечать принципам професійної етики, академічної культури та нетворкінгу.

Завдання 1.

1. Поясніть, чому рекомендація не може бути надана без:
 - спільної діяльності;
 - оцінки професійних або навчальних результатів;
 - сформованої довіри.
2. Проаналізуйте рекомендацію як:
 - репутаційний інструмент;
 - елемент академічної культури;
 - форму професійної відповідальності.
3. Визначте ризики для особи, яка надає рекомендацію без підстав.

Завдання 2.

1. Розкрийте відмінність між: рекомендацією, характеристикою, відгуком.
2. Обґрунтуйте, чому рекомендація є: результатом тривалої взаємодії, підтвердженням реальних досягнень, індикатором довіри.
3. Поясніть, як порушення етичних норм у запиті рекомендацій впливає на професійну репутацію студента.

Завдання 3.

Розробіть покроковий алгоритм отримання рекомендації, який включає:

1. Формування підґрунтя активна участь у навчальному процесі; виконання спільних академічних або практичних завдань; регулярна комунікація з потенційним рекомендодавцем.
2. Підготовчий етап визначення мети рекомендації (стажування, магістратура, працевлаштування); вибір релевантної особи; самооцінка власних досягнень.
3. Етичний запит коректне формулювання звернення; надання контексту та термінів; готовність прийняти відмову.
4. Супровід і подяка вдячність незалежно від результату; збереження академічних і професійних відносин.

Завдання 4.

1. Поясніть, чому рекомендація є результатом процесу, а не разової дії.
2. Обґрунтуйте роль академічної доброчесності у формуванні рекомендацій.
3. Зробіть висновок про значення довіри та репутації в професійному становленні студента.

ТЕМА 8. ЕТИЧНІ ТА КУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ НЕТВОРКІНГУ

Мета практичного заняття:

Розвинути етичну та міжкультурну компетентність у сфері нетворкінгу.

Основні питання для розв'язання:

1. Поняття етики у нетворкінгу.
2. Принципи чесності та взаємоповаги.
3. Культурні відмінності у діловому спілкуванні.
4. Особливості міжнародного нетворкінгу.
5. Стереотипи та їх вплив на взаємодію.
6. Інклюзивність у професійних мережах.
7. Гендерні та соціальні аспекти нетворкінгу.
8. Етичні дилеми та способи їх вирішення.
9. Формування репутації в мультикультурному середовищі.

Практичні завдання

Завдання 1

Під час професійного заходу ви знайомитеся з людиною, яка одразу починає наполегливо рекламувати свої послуги, не цікавлячись вами. Пізніше ця людина без вашого дозволу додає вас у спільний чат і розсилає ваші контакти іншим учасникам.

Завдання:

1. Визначте, які етичні норми нетворкінгу були порушені.
2. Запропонуйте 2–3 коректні способи реагування в цій ситуації.
3. Сформулюйте власне правило етичної поведінки, яке допоможе уникати подібних ситуацій у майбутньому.

Завдання 2.

Під час професійного заходу учасник:

- перебиває співрозмовників;
- одразу переходить до реклами своїх послуг;
- наполягає на обміні контактами, навіть коли співрозмовник не виявляє зацікавленості;
- використовує зневажливі коментарі щодо конкурентів.

Завдання:

1. Випишіть усі прояви неетичної поведінки, які є в ситуації.
 - Розподіліть їх за категоріями: порушення поваги; порушення професійної етики; порушення комунікаційної культури.
2. Поясніть, чому кожна з цих дій є проблемною з точки зору етичного нетворкінгу.

Завдання 3.

Користувач професійної мережі:

- перебільшує власні досягнення в профілі;
- копіює описи кейсів з чужих сторінок;
- масово надсилає шаблонні повідомлення;
- ігнорує відповіді співрозмовників, якщо вони не зацікавлені в співпраці.

Завдання:

1. Знайдіть не менше 5 етичних проблем у цій поведінці.
Визначте, які з них: вводять в оману; порушують принципи чесності; шкодять довірі.
2. Обґрунтуйте, чому така поведінка негативно впливає на професійну репутацію.

Завдання 4.

Український спеціаліст спілкується з іноземними партнерами, але:

- використовує надто неформальний тон;
- жартує на особисті теми;
- наполягає на швидкому рішенні;
- не враховує ієрархію та статус співрозмовника.

Завдання:

1. Визначте етичні проблеми, пов'язані з культурною нечутливістю.
2. Поясніть, які саме дії можуть бути сприйняті як неповага в інших культурах.
3. Вкажіть, які принципи етичного та культурно коректного нетворкінгу були порушені.

Кейси**Кейс 1.**

Ви — представник української компанії, яка працює у сфері технологій та консалтингу. Компанія виходить на міжнародний ринок і зацікавлена у встановленні довгострокових партнерських відносин з європейськими та азійськими компаніями.

Ви берете участь у міжнародному професійному форумі, що проходить у змішаному форматі:

перший день — онлайн-нетворкінг-сесії,

другий день — офлайн-зустрічі з обраними учасниками.

Під час заходу вам потрібно: провести коротку самопрезентацію української компанії; обмінятися контактами;

домовитися про можливу подальшу співпрацю.

Серед потенційних партнерів:

німецький менеджер, який чітко дотримується регламенту, ставить прямі запитання та очікує конкретних відповідей і фактів;

японський представник компанії, який спілкується стримано, уникає прямої критики, робить паузи перед відповідями та наголошує на важливості взаємної поваги й довіри.

Під час спілкування ви помічаєте, що: одна й та сама манера комунікації викликає різну реакцію у партнерів; надто прямі формулювання можуть сприйматися як тиск; неформальний тон, звичний в українському середовищі, не завжди є доречним.

Завдання:

1. Для кожної країни опишіть не менше 5 аспектів: стиль спілкування (прямий / непрямий); ставлення до часу та пунктуальності; ієрархія та статус у спілкуванні; допустимий рівень особистості в розмові; особливості невербальної комунікації (жести, паузи, зоровий контакт).

2. Визначте ключові відмінності між українським стилем нетворкінгу та стилями Німеччини й Японії.

Поясніть, які дії українського фахівця можуть бути неправильно сприйняті представниками цих культур.

3. Наведіть по 2 можливі етичні помилки у нетворкінгу з кожною країною (наприклад: надмірна прямолінійність, порушення субординації, фамільярність).

4. Складіть короткий чеклист (5–7 пунктів) «Як етично та ефективно нетворкити з іноземними партнерами».

Кейс 2 Етичність онлайн-нетворкінгу

Фахівець створює профіль у професійній соціальній мережі. Щоб привернути увагу, він перебільшує свій досвід, використовує гучні формулювання («експерт міжнародного рівня», «працював із провідними компаніями»), а також масово надсилає незнайомим людям стандартні повідомлення з пропозицією співпраці.

Спочатку це дає результат, але згодом кілька контактів припиняють спілкування, а один з них публічно вказує на невідповідність інформації в профілі реальному досвіду.

Запитання до кейсу:

1. Які етичні норми онлайн-нетворкінгу були порушені?
2. Чому короткостроковий успіх може призвести до довгострокових репутаційних втрат?
3. Як ця ситуація впливає на довіру в професійній спільноті?
4. Які альтернативні, етичні способи побудови нетворкінгу можна було застосувати?
5. Як фахівець може виправити ситуацію та відновити довіру?

Кейс 3. Межа між наполегливістю та тиском

Після знайомства на галузевому заході український підприємець кілька разів поспіль пише потенційному партнеру з пропозицією співпраці. Він надсилає повідомлення без відповіді, телефонує без попередження та наполягає на швидкому рішенні, аргументуючи це «вигідною можливістю».

Партнер починає уникати спілкування та зрештою блокує контакт.

Запитання до кейсу:

1. Де проходить межа між професійною ініціативністю та неетичним тиском?
2. Які принципи етичного нетворкінгу були порушені?
3. Як культурні особливості можуть впливати на сприйняття наполегливості?
4. Якою мала б бути коректна стратегія подальших дій після першої відсутності відповіді?
5. Які правила варто встановити для себе, щоб уникати подібних ситуацій у майбутньому?

Рекомендована література

1. Бейкер В. Соціальний капітал: як мережі створюють можливості. – New York : Oxford University Press, 2014. – 280 p.
2. Економіка та бізнес-інновації: підручник / за ред. Л. Г. Мельника, О. І. Карінцевої. – Суми: Університетська книга, 2022. – 420 с.
3. Інтернет-портал для управлінців Management.com.ua / Режим доступу: www.management.com.ua
4. Карнегі Д. Як здобувати друзів і впливати на людей. – Львів : Видавництво Старого Лева, 2020. – 320 с.
5. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. – 15-те вид. – Київ: Основи, 2021. – 832 с.
6. Максвелл Дж. Люди – це головне. – Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2019. – 256 с.
7. Савчук Л. М. Бізнес-комунікації: навч. посібник. – Київ: КНЕУ, 2020. – 356 с.
8. Герасименко І. В., Дяченко Л. В. Соціальний капітал: сутність, вимірювання та роль у розвитку суспільства. – Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. – 210 с.
9. Кредісов А. І., Мельник А. Ф. Паблік рилейшнз: теорія і практика: навч. посібник. – Київ: КНЕУ, 2019. – 296 с.
10. Максименко С. Д. Загальна психологія. Видання 3-є, перероблене та доповнене. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2021-272 с.
11. Скотт С. Нетворкінг для інтровертів. – Київ : BookChef, 2021. – 240 с.
12. Феррацці К. Ніколи не їжте наодинці та інші правила нетворкінгу. – Київ : Наш формат, 2018. – 352 с
13. Networking in the 21st Century: Why Your Network Sucks and What to Do About It / David J.P. Fisher. – RockStar Consulting, 2016. – 240 p.
14. The Start-up of You: Adapt to the Future, Invest in Yourself, and Transform Your Career / Reid Hoffman, Ben Casnocha. – Crown Business, 2014. – 272 p.
15. Building Social Capital in the Digital Age / Ashley Reichel. – Routledge, 2021. – 198 p.
16. Cross R., Parker A. The Hidden Power of Social Networks. – Boston : Harvard Business School Press, 2004. – 210 p.
17. Digital Body Language: How to Build Trust and Connection, No Matter the Distance / Erica Dhawan. – St. Martin's Press, 2021. – 288 p.
18. Granovetter M. The Strength of Weak Ties // American Journal of Sociology. – 1973. – Vol. 78(6). – P. 1360–1380.
19. Forbes. Why Networking Is Essential For Career Growth [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.forbes.com> (дата звернення: 15.12.2025).

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

Штеймільлер Ірина Олексіївна

НЕТВОРКІНГ

Методичні рекомендації

до практичних занять та дистанційного навчання для здобувачів вищої освіти
другого (магістерського) рівня за спеціальністю D3 «Менеджмент» галузі знань

В авторській редакції

Підписано до розміщення 23.01.2026. Гарнітура Times New Roman.
Ум. друк. арк. 1,89. Обсяг 0,707 Мб. Зам. № 24/26

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