



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ДІЛОВА КОМУНІКАЦІЯ ТА НЕТВОРКІНГ»

Компонента освітньої програми – вибіркова (3 кредити)

Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Спеціальність	Маркетинг
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Рівень вищої освіти	Перший(бакалаврський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача	Зрибнева Ірина Павлівна, доктор економічних наук, доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку https://mmix.chnu.edu.ua/kafedra/spivrobotnyky/zrybnieva-iryna-pavlivna/
Контактний тел.	+38 0507572228
E-mail:	i.zrybneva@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua/course/
Консультації	середа з 11.00 до 13.00

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ДІЛОВА КОМУНІКАЦІЯ та НЕТВОРКІНГ» – вибіркова навчальна дисципліна для студентів 4 курсу спеціальності «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спрямована на формування у студентів компетентностей з ефективною діловою комунікацією для розвитку маркетингової діяльності та кар'єри. У процесі навчання студенти ознайомляться з сучасними практиками ділової комунікації, розвинути вміння вести переговори, ділову переписку, публічні виступи, опанують техніки переконливої комунікації, навчатися застосовувати ефективні стратегії ведення переговорів і інструменти нетворкінгу для розвитку кар'єри та бізнес-завдань. Дисципліна поєднує теоретичні знання з практичними завданнями, командними проектами, тренінгами і самостійною роботою студентів та передбачає активне використання інтерактивних методів навчання, включно з аналізом відеоматеріалів, командною співпрацею та цифровими платформами для комунікації.

Метою навчальної дисципліни є формування у студентів практичних навичок ділової комунікації, налагодження та підтримки професійних контактів, необхідних для успішної комунікації у сфері маркетингу.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

Тема 1. Ділова комунікація у маркетингу: сутність, функції та сучасні тренди
Тема 2. Міжособистісна та міжкультурна комунікація в бізнес-середовищі
Тема 3. Вербальні та невербальні засоби ефективної ділової взаємодії
Тема 4. Стратегії та техніки ведення переговорів у маркетинговій діяльності
Тема 5. Ділова переписка та електронна комунікація: стандарти, етика, інструменти
Тема 6. Публічні виступи та презентації: структура, вплив, переконливість
Тема 7. Нетворкінг як інструмент кар'єрного розвитку та бізнес-комунікації

ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Освітні технології:

- Інформаційно-комунікаційні технології (використання мультимедійних презентацій, онлайн-сервісів для створення візуального контенту, відеозаписів публічних виступів, інтерактивних платформ);
- Проектно-орієнтоване навчання (робота над індивідуальними та груповими проектами (презентаціями, самопрезентаціями);
- Кейс-метод (аналіз реальних і змодельованих ситуацій з практики публічних виступів, переговорів та нетворкінгу);
- Ситуаційне моделювання (імітація ділових зустрічей, виступів на конференціях, презентацій продуктів чи ідей, бізнес-переговорів).
- Методи розвитку критичного мислення (дискусії, дебати, SWOT-аналіз переговорних стратегій, рефлексія)
- Цифрове навчання (використання платформи Moodle, GoogleClassroom, для розміщення матеріалів, тестів, завдань та форумів для обговорення.

Форми навчання:

- Аудиторні заняття (лекції з елементами діалогу; практичні заняття з демонстрацією та аналізом презентацій; тренінги з комунікації та переговорів)
- Позааудиторна (самостійна) робота (підготовка презентацій; аналіз відеозаписів публічних виступів; виконання творчих завдань; самооцінка та рефлексія).
- Онлайн-формати (вебінари та онлайн-зустрічі; участь у віртуальних нетворкінгових заходах; комунікація в Google Meet, Zoom, Microsoft Teams).

Методи навчання:

- пояснювально-ілюстративний (для викладу теоретичного матеріалу);
- репродуктивний (відпрацювання технік публічного виступу);
- дослідницький (самостійний аналіз публічних виступів, презентацій, досвід реальних переговорних кейсів);
- тренінговий (тренування комунікаційних навичок);
- проблемно-пошуковий (вирішення комунікаційних задач);
- рефлексивний (обговорення власного досвіду, отриманих результатів).

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Поточний контроль:

Здійснюється під час лекцій, практичних та самостійних занять з метою оперативної перевірки рівня засвоєння знань, умінь і навичок.

Методи поточного контролю:

- міні-презентації в межах тем;
- оцінювання участі в дискусіях і групових завданнях;
- аналіз та оцінка самостійно виконаних завдань (аналіз відео, кейсів тощо);
- аналіз та оцінка командних проєктів

Самостійна робота студента

- підготовка індивідуальних презентацій;
- аналіз відеозаписів публічних виступів;
- підготовка CV та самопрезентації;
- створення власного профілю на нетворк-платформі

Підсумковий контроль – залік – здійснюється у формі захисту індивідуального підсумкового проєкту (презентації), який відображає засвоєння ключових знань і практичних навичок.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами:

- «Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича». URL: https://www.chnu.edu.ua/media/jxdfs0zb/etychnyi-kodeks-chernivets_koho-natsionalnoho-universytetu.pdf;
- «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича». URL: https://www.chnu.edu.ua/media/n5nbzwwgb/polozhennia-chnu-pro-plahi-at-2023_plusdodatky-31102023.pdf

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Національний репозитарій академічних текстів <https://nrat.ukrintei.ua/>
2. Гарр Р. «Презентація в стилі TED. 9 прийомів найкращих у світі виступів». Київ: Наш Формат, 2021.
3. Гловер Е. Презентація без PowerPoint: Як говорити без слайдів і переконувати без зусиль. К.: Yakaboo Publishing, 2021.
4. Дуарте Н. «Slide:ology: Мистецтво створення видатних презентацій». Київ: Наш Формат, 2020.
5. Зрибнєва, І. Використання відеоконтенту в маркетингу: стратегії створення, розповсюдження та взаємодії зі споживачами. Економіка та суспільство, Вип.59, 2024. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-32>
6. Карнегі Д. Як виробити впевненість у собі і впливати на людей у публічних виступах. Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2021
7. Мішель Тіллс Ледерман «Мережа контактів: як перетворити свої зв'язки в успішні можливості». Київ: BookChef, 2021.
8. Феррацці К. «Ніколи не їжте наодинці». Київ: Наш Формат, 2019.
9. Фішер Р., Юрі В. Переговори без поразки. Гарвардський метод. К.: Наш формат, 2020.
10. Хендрікс Х. «Ідеальний пітч. Революційний метод презентації». Київ: Yakaboo Publishing, 2022.
11. Он-лайн платформа з розвитку «м'яких» навичок: <https://www.skillsyouneed.com/ips/negotiation.html>
12. TED Talks. Ideas Worth Spreading. <https://www.ted.com>
13. Innocentive – платформа, яка згуртовує професіоналів для генерації нових ідей та спільного вирішення нагальних проблем. <https://www.innocentive.com/>
14. LinkedIn Learning – соціальна мережа для пошуку та встановлення ділових контактів. <https://www.linkedin.com/learning>
15. Open Science Framework – відкрита платформа для підтримки досліджень та нетворкінгу унікальних постійних ідентифікаторів авторів та дослідників/ <https://osf.io/>

*Детальна інформація щодо вивчення курсу
«ДІЛОВА КОМУНІКАЦІЯ та НЕТВОРКІНГ»
висвітлена у робочій програмі навчальної дисципліни*