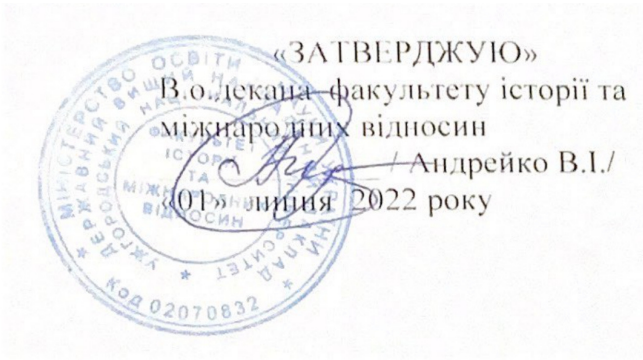
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ІСТОРІЇ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

СУЧАСНІ БІЗНЕС КОМУНІКАЦІЇ

Рівень вищої освіти	**перший (бакалаврський)**
Галузь знань	**07 Управління та адміністрування**
Спеціальність	**073 «Менеджмент»**
Освітня програма	**Освітньо-професійна програма «Менеджмент»**
Статус дисципліни	**Вибіркова**
Мова навчання	**Українська**

Ужгород 2022

Робоча програма навчальної дисципліни **«Сучасні бізнес - комунікації»** для здобувачів вищої освіти галузі знань **07 Управління та адміністрування** спеціальності **073 «Менеджмент»** освітньої програми **«Менеджмент»**.

Укладач: Зеліч В.В., доцент, к.е.н., доцент кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні ***кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту***
протокол № 12 від «30» червня 2022 р.
Завідувач кафедри _____ Дюгованець О.М.

Схвалено науково-методичною комісією ***факультету історії та міжнародних відносин***
протокол № 9 від «01» липня 2022 р.
Голова науково-методичної комісії _____ Мишко С.А.

© Зеліч В.В., 2022 р.
© ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2022 р.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

<table>
<tr><td rowspan="2">Найменування
Показників</td><td colspan="2">Розподіл годин за навчальним планом</td></tr>
<tr><td>Денна форма навчання</td><td>Заочна форма навчання</td></tr>
<tr><td>Кількість кредитів ЄКТС – 4</td><td colspan="2">Рік підготовки:</td></tr>
<tr><td>Загальна кількість годин – 120</td><td>2-й</td><td>3-й</td></tr>
<tr><td>Кількість модулів – 4</td><td colspan="2">Семестр:</td></tr>
<tr><td rowspan="6">Тижневих годин
для денної форми навчання: 6

аудиторних – 3

самостійної роботи студента – 60</td><td>3-й</td><td>5-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекції:</td></tr>
<tr><td>32</td><td>14</td></tr>
<tr><td colspan="2">Практичні (семінарські):</td></tr>
<tr><td>28</td><td>4</td></tr>
<tr><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">Вид підсумкового контролю: модуль</td><td colspan="2">Лабораторні:</td></tr>
<tr><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Форма підсумкового контролю: усне чи письиеве опитування – залік</td><td colspan="2">Самостійна робота:</td></tr>
<tr><td>60</td><td>102</td></tr>
</table>

2. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Сучасні умови господарювання вимагають від бізнесу, менеджерів та маркетологів актуальних методів спілкування онлайн та офлайн середовищі, налагодження ефективних внутрішніх та зовнішніх комунікацій між організацією та її стейхолдерами.

Бізнес – комунікації є специфічна сфера побудови комунікативних стратегій, зі своїми умовами, принципами та правилами. Зараз жодна організація не може обійтись без розгалуженої системи комунікацій, тобто без комунікації організація існувати не може. В умовах сьогодення комунікації коштують дорого, а не ефективні комунікації коштують в три рази дорожче.

Сучасні бізнес-комунікації — між групові та міжособистісні комунікації, специфіка, структур та функції яких зумовлені сферою ділових відносин, у якій вони використовуються. Ознаками сучасних бізнес-комунікацій є відтворюваність та еквівалентна потенційність, системність, прогнозованість, повторюваність.

Мета курсу полягає в набутті студентами теоретичних знань з питань бізнес - комунікацій в управління, бізнесу, маркетингу та менеджменті, оволодіння практичними навичками організації ділових зустрічей, ведення переговорів, службового спілкування, вмінням формувати імідж організації, працювати інтернет середовищі, застосовувати сучасні методи просування організації, робота з ЦА, аналізувати та досліджувати зацікавлення та ставлення до організації всіх стейхолдерів ринку, проводити аналіз комунікативної політики конкурентів, аналізувати попит і пропозицію на ринку, та будувати ефективні комунікативні стратегії.

Відповідно до освітньої програми, вивчення дисципліни сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких **компетентностей**:

загальних:

1. Здатність реалізувати свої права і обов’язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні (З1).
2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності та досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя (З2).
3. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово. (З6).
4. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. (З8).
5. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. (З11).
6. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). (З12).
7. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності. (З13).
8. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів). (З15).

Спеціальні компетентності:

- Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності (С6).

3. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовами вивчення навчальної дисципліни **«Сучасні бізнес - комунікації»** є опанування таких навчальних дисциплін (НД) освітньої програми (ОП):

Шифр 1.1.17 за ОП Основи організації бізнесу
Шифр 1.1.18 за ОП Бізнес - планування
Шифр 1.1.20 за ОП Менеджмент
Шифр 1.1.21 за ОП Маркетинг
Шифр 1.1.27 за ОП Теорія організації
Шифр 1.1.28 за ОП Реклама і стимулювання збуту
Шифр 1.1.30 за ОП Маркетингові комунікації

Шифр 1.1.30 за ОП Маркетинговий аналіз та аудит

4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Відповідно до освітньої програми **«Менеджмент»** вивчення навчальної дисципліни повинно забезпечити досягнення здобувачами вищої освіти таких програмних результатів навчання (ПРН)**:**

Програмні результати навчання	**Шифр ПРН**
Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	ПРН 1.
Р12. Зберігати моральні, культурні, наукові цінності та примножувати досягнення суспільства, використовувати різні види та форми рухової активності для ведення здорового способу життя.	ПРН 2.
Р13. Спілкуватись в усній та письмовій формі державною та іноземною мовами.	ПРН 13.

Очікувані результати навчання, які повинні бути досягнуті здобувачами освіти після опанування навчальної дисципліни **«Сучасні бізнес- комунікації»** :

Очікувані результати навчання з дисципліни	**Шифр ПРН**
Знати свої права та обов'язки як члена суспільства, орієнтуватися в основних законах ведення бізнесу, дотримуватися основ верховенства права та міжнародних стандартів; освоїти основні принципи, інструменти та механізми сучасних бізнес – комунікацій. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	Р 1.
Зберігати моральні, культурні, наукові цінності та примножувати досягнення суспільства, використовуючи етичні принципи та визначені законом правила якими мають керуватися учасники освітнього процесу під час навчання, викладання та наукової діяльності. А також, використовувати різні види та форми рухової активності для ведення здорового способу життя.	Р 2.
Вміти правильно спілкуватися усною та письмовою державною та іноземною мовами.	Р 13.

5. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є: складання екзамену; письмове тестування; підготовка індивідуальних наукових робіт, доповідей по відповідних питаннях; доповіді – презентації по тематичних питаннях, розв'язування практичних ситуаційних завдань тощо.

Методи навчання: лекції, практичні (семінарські) заняття, дискусія, виконання індивідуального завдання, есе, консультації, самостійна робота.

Застосування стандартних методів навчання: лекції (інформаційні, аналітичні, проблемні, із застосуванням ігрових методів), в тому числі з використанням мультимедійного забезпечення та інших ТЗН; практичні заняття; індивідуальні завдання; самостійну роботу студентів; диспути, дискусії та інші форми навчання (стандартизовані тести, аналітичні звіти та доповіді, презентації та виступи на наукових заходах).

Застосування інтерактивних методів навчання: інтерактивні стратегії навчання для заохочення мовлення: виступ, мозковий штурм, обговорення; індивідуальна участь: case-study навчання, exitslips (підсумкове письмове завдання), робота над помилками, опитування, метод «запитай в того, хто знає»; колективна участь: обмін партнерами, метод «викладач-студент», дебати, оптиміст/песиміст, експертна оцінка; діяльність в групах: ротація, перегляд і аналіз фільмів;

Форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання

Форми поточного контролю: усне опитування; виступ на семінарських заняттях; підготовка тематичної доповіді, есе чи презентації.

Форма модульного контролю: письмова контрольна робота; письмове тестування з теми (модулю).

Форма підсумкового семестрового контролю: усний залік.

Поточний контроль - регулярний контроль рівня засвоєння матеріалу на лекціях, семінарських і практичних заняттях. Застосовується він з метою перевірки підготовленості студентів для виконання конкретних навчальних завдань.

Модульний контроль - процедура визначення рівня засвоєння студентом навчального матеріалу відповідної дисципліни.

Підсумковий контроль знань студентів проводиться з метою оцінювання результатів вивчення дисципліни. Здійснюється у формі опитування за визначеними темами.

Формами поточного контролю є: семінарське заняття - форма навчального заняття, на якому відбувається обговорення попередньо визначених питань, до яких студенти готують тези виступів, доповіді чи доповіді-презентації. Під час семінарського заняття передбачається проведення дискусій.

Мета дискусії — виявити відмінності в розумінні питання і у творчій суперечці дійти до спільної точки зору. Змістовна самостійна робота студента полягає у накопиченні необхідних знань з теми семінарського заняття. У робочій програмі та методичних матеріалах подано плани занять, основна та додаткова література, теми для опрацювання, контрольні питання по темах (обговорення під час семінару).

Практичне заняття — форма навчального заняття, під час якого студенти детально вивчають окремі теоретичні положення навчальної дисципліни та набувають вмінь і навичок їх практичного застосування. Практичні заняття мають різну форму. Так, вони можуть проходити у вигляді самостійного виконання студентами завдань та подальшого аналізу типових помилок разом із викладачем та за участю інших студентів. Передбачається активна групова робота студентів, які готуватимуть групові проекти за певними темами, представлятимуть їх перед студентською аудиторією для обговорення.

Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за 100-бальною шкалою; шкалою ECTS (A, B, C, D, E, F, FX) та національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно, зараховано, не зараховано). Тестування, опитування, дискусії, презентації, письмові есе, самоконтроль і самооцінка, модульні контрольні роботи, усний залік. Оцінка знань, умінь і практичних навичок студента з навчальної дисципліни «**Сучасні бізнес комунікації**» здійснюється відповідно до графіку (табл. 5.1.)

Таблиця 5.1.

Модуль 1, 2 курс, 3 семестр	
Поточний контроль за змістовим модулем №1	
Поточний контроль за змістовим модулем №2	
Підсумковий контроль за семестр: залік	

Студенти вивчають дисципліну «**Сучасні бізнес комунікації**» протягом одного семестру, тобто один модуль, який складається з двох змістовних модулів. Після виконання змістового модуля (відвідування лекцій, практичних занять і виконання самостійної та індивідуальної роботи) здійснюється поточний контроль – модульна контрольна робота.

Таблиця 5. 2.

	Модульна контрольна робота	Оцінка за роботу на практичних заняттях	Самостійна та індивідуальна робота студента	Всього
ЗМ №1	50 балів	40 балів	10 балів	100 балів
ЗМ №2	50 балів	40 балів	10 балів	100 балів
залік (3 семестр) Середня арифметична сума ЗМ №1 і ЗМ №2				100 балів

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

Поточне та підсумкове оцінювання знань студентів здійснюється за 100 бальною системою за кожний модуль. З цих 100 балів 50%, тобто 50 балів відводиться на оцінювання модульних контролів в усній, письмовій або письмово-усній формі викладачем в аудиторії. Решта 50 балів також виставляє викладач на підставі результатів перевірки рівня засвоєння теоретичного матеріалу дисципліни (теоретичний компонент оцінки, який складається з сумарних результатів проведених викладачем опитувань студентів і контрольних робіт) та індивідуальної роботи студента (практичний компонент – доповідь, реферат, есе, складання термінологічного словника тощо). Теоретична компонента оцінюється в 40 балів, а практична – 10.

Семестрова оцінка виставляється або за результатом модульного контролю (наприклад, студент за результатом модульного контролю набрав 75 (за шкалою ECTS – «С» – за розширеною національною шкалою – «добре»), або підсумкового контролю (залік).

Студент, який у результаті поточного оцінювання, або підсумкового контролю за змістовними модулями отримав більше 60 балів і отриманий бал його влаштовує, має право не складати залік із дисципліни. У такому випадку в заліково - екзаменаційну відомість заноситься загальна підсумкова оцінка. При умові, що студент(ка) хоче покращити підсумкову оцінку за модуль з дисципліни, він (вона) має складати залік.

Таблиця 5. 3.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти за модульний контроль

<table>
<tr><td colspan="6">Поточне оцінювання та самостійна робота</td><td>Модульна контрольна робота</td><td rowspan="3">Сума</td></tr>
<tr><td colspan="7">Модуль 1, 3 семестр</td></tr>
<tr><td colspan="5">Змістовий модуль № 1 (50 балів)</td><td>Індивідуальна робота</td><td>Модульний контроль № 1</td></tr>
<tr><td>Тема 1</td><td>Тема 2</td><td>Тема 3</td><td>Тема 4</td><td>Тема 5</td><td>10 балів</td><td>Теми 1-5</td><td rowspan="2">100 балів</td></tr>
<tr><td>5</td><td>10</td><td>10</td><td>10</td><td>5</td><td>50 балів</td><td>50 балів</td></tr>
<tr><td colspan="5">Змістовий модуль № 2 (50 балів)</td><td>Індивідуальна робота</td><td>Модульний контроль № 2</td><td></td></tr>
<tr><td>Тема 6</td><td>Тема 7</td><td>Тема 8</td><td>Тема 9</td><td>Тема 10</td><td>10 балів</td><td>Теми 6-10</td><td rowspan="2">100 балів</td></tr>
<tr><td>10</td><td>5</td><td>5</td><td>10</td><td>10</td><td>50 балів</td><td>50 балів</td></tr>
<tr><td colspan="8">Підсумковий контроль: залік 100 балів</td></tr>
</table>

Поточне оцінювання за два змістовні модулі здійснюється за трьома складовими:

- контроль систематичності й активності роботи студента протягом семестру (40 балів);

- контроль самостійної та індивідуальної роботи (10 балів);
- контроль за виконанням модульного завдання (50 балів).

Оцінювання модульних завдань. Після виконання програми змістового модулю у визначений деканатом термін здійснюється поточний модульний контроль у письмовій, усній чи письмово-усній формі, який оцінюється у межах від 1 до 50 балів. Якщо з об'єктивних причин студент не пройшов модульний контроль у визначений термін, то він має право з дозволу деканату пройти його протягом двох тижнів після виникнення заборгованості. Викладач за індивідуальну роботу та активність студента під час занять з даної дисципліни на протязі семестру використовує 50-бальну систему оцінювання – 10 (практична компонента) і 40 балів (теоретична компонента) відповідно.

Критерії оцінювання підсумкового семестрового контролю

Питання до підсумкового контролю передбачають охоплення та перевірку рівня теоретичних і практичних знань студентів. Під час опитування (заліку чи екзамену) студент дає відповідь на три основні запитання, які охоплюють увесь курс навчальної дисципліни. У разі потреби викладач ставить додаткові запитання.

Підсумкове оцінювання здійснюється у формі екзамену. До них допускаються всі студенти, за виключенням тих, які не виконали елементи навчального плану. Студент, який в результаті підсумкового оцінювання отримав менше 60 балів зобов'язаний складати екзамен із дисципліни. У разі, коли відповіді студента під час екзамену оцінені менш ніж 60 балів, він (вона) рахуються такими, що не здали підсумковий контроль. При цьому результати поточного контроль не враховуються.

Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за шкалою, наведеною в таблиці 5.4.:

Таблиця 5.4.

<table>
<tr><td rowspan="2">Сума балів за всі види навчальної діяльності</td><td rowspan="2">Оцінка ECTS</td><td colspan="2">Оцінка за національною шкалою</td></tr>
<tr><td>для екзамену, курсового проекту (роботи), практики</td><td>для заліку</td></tr>
<tr><td>90-100</td><td>A</td><td>відмінно</td><td rowspan="5">зараховано</td></tr>
<tr><td>82-89</td><td>B</td><td rowspan="2">добре</td></tr>
<tr><td>74-81</td><td>C</td></tr>
<tr><td>64-73</td><td>D</td><td rowspan="2">задовільно</td></tr>
<tr><td>60-63</td><td>E</td></tr>
<tr><td>35-59</td><td>FX</td><td>незадовільно з можливістю повторного складання</td><td>не зараховано з можливістю повторного складання</td></tr>
<tr><td>0-34</td><td>F</td><td>незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни</td><td>не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни</td></tr>
</table>

Оцінювання самостійної роботи – підготовки і захисту доповідей і рефератів та анотованих аналітичних оглядів наукових статей і публікацій у періодичних виданнях, а також монографіях і збірниках наукових праць.

Оцінка за будь-який вид самостійної роботи складається з трьох складових: 1) актуальна тематика обраної теми, 2) впевнений захист, 3) виконаний згідно наданих вище вимог – така робота заслуговує на 10 балів.

Оцінювання індивідуальної (самостійної) роботи здійснюється у кожному змістовному модулі. Для оцінки представляються такі види робіт, які оцінюються в 10 балів: або підготовка рефератів, доповідей тощо, або поглиблене опрацювання першоджерел і наукових статей, або виконання індивідуальних контрольних, практичних і ситуаційних завдань.

Оцінювання активності під час аудиторних занять здійснюється у межах 40 балів у кожному змістовному модулі. Якщо з об'єктивних причин студент не пройшов модульний контроль у визначений термін, то він має право з дозволу деканату пройти його протягом

двох тижнів після виникнення заборгованості. Модульний контроль та залік приймаються у письмо-усній формі, для чого розробляються варіанти завдань та екзаменаційні білети.

Таблиця 5.5.

Оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни

Вид діяльності здобувача вищої освіти	Змістовний модуль 1		Змістовний модуль 2	
	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)
Практичні (семінарські) заняття	4×10 балів	40	4×10 балів	40
*Письмове тестування при тематичному оцінюванні				
Презентація, есе, індивідуальне завдання	1	10	1	10
Модульна контрольна робота	1	50	1	50
Разом		100		100

* можливий вид діяльності здобувача у випадку дистанційного навчання (тестові завдання на платформі Moodle)

Для визначення ступеня оволодіння навчальним матеріалом з подальшим його оцінюванням рекомендується застосовувати наступні рівні навчальних досягнень студентів, які повністю розкривають майстерність володіння теоретичними та практичними компонентами дисципліни. Дають змогу зрозуміти, чітко структурувати необхідні вміння та критерії щодо відповіді студента.

Таблиця 5.6.

Рівні навчальних досягнень	**100-бальна шкала**	**Критерії оцінювання навчальних досягнень Студент**	
		Теоретична підготовка	Практична підготовка
Відмінний	**100…90**	- вільно володіє навчальним матеріалом, висловлює свої думки, робить аргументовані висновки, рецензує відповіді інших студентів, творчо виконує індивідуальні та колективні завдання; - самостійно знаходить додаткову інформацію та використовує її для реалізації поставлених перед ним завдань; - вільно використовує нові інформаційні технології для поповнення власних знань.	- може аргументовано обрати раціональний спосіб виконання завдання й оцінити результати власної практичної діяльності; - виконує завдання, не передбачені навчальною програмою; - вільно використовує знання для розв'язання поставлених перед ним завдань.
Достатній	**89….70**	- вільно володіє навчальним матеріалом, застосовує знання на практиці; узагальнює і систематизує навчальну інформацію, але допускає незначні огріхи у порівняннях, формулюванні висновків, застосуванні теоретичних знань на практиці.	- за зразком самостійно виконує практичні завдання, передбачені програмою; - має стійкі навички виконання завдання.
Задовільний	**69…51**	- володіє навчальним матеріалом поверхово, фрагментарно, на рівні запам'ятовування відтворює певну частину навчального матеріалу з елементами логічних зв'язків, знає основні поняття навчального матеріалу.	- має елементарні, нестійкі навички виконання завдання.
		- має фрагментарні знання (менше половини) при незначному загальному	- планує та виконує частину завдання за допомогою

Незадовільний	**50…26**	обсязі навчального матеріалу; - відсутні сформовані уміння та навички; під час відповіді допускаються суттєві помилки.	викладача.
Неприйнятний	**25…1**	- студент не володіє навчальним матеріалом.	- виконує лише елементи завдання, потребує постійної допомоги викладача.

Особливості використання засобів діагностики та контролю за умов дистанційного навчання

В умовах використання формату онлайн-навчання (дистанційного навчання) із застосуванням корпоративної мережі Google Meet названі засоби, методи і форми визначаються за домовленістю зі студентським колективом і, в залежності від зручного виду взаємодії, застосовуються з допомогою існуючих функцій групових чатів та відео-конференцій.

Для ефективного засвоєння тематики є можливість демонстрації необхідних матеріалів на робочому столі комп'ютерного технічного засобу під час занять і семінарів. Зокрема, у разі потреби, під час онлайн-заняття можна надати доступ до свого екрану, щоб показати презентації або іншу тематичну інформацію на робочому столі.

Планування лекційних і семінарських занять, модульних контрольних робіт, звітування за індивідуальну та іншу передбачену програмою роботу зі студентами, а також підсумкова перевірка знань у формі іспиту здійснюється заздалегідь за допомогою прив'язки до гугл-календаря. Синхронізація запланованих заходів виконується автоматично на всіх зручних для їх проведення пристроях.

6. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Сучасні бізнес - комунікації»

6.1. Зміст навчальної дисципліни

Тема 1. Теоретичні та методологічні засади бізнес – комунікацій.
1. Основні етапи розвитку теорії бізнес – комунікацій та їх складові.
2. Специфіка та основні функції бізнес - комунікацій. Пошукова оптимізація (SEO).
3. Маркетинг в пошукових системах (SEM). Контент-маркетинг.
4. Маркетинг впливу. Маркетинг в електронній комерції.
5. Маркетинг в соціальних мережах (SMM). Соціальні мережі оптимізація (SMO).
6. Прямий маркетинг по електронній пошті. SEO-оптимізація.

Тема 2. Класифікація основних форм та видів маркетингових інтернет комунікацій.
1. Сутність поняття маркетингових інтернет -комунікацій.
2. Класифікація та види маркетингових інтернет -комунікацій.
3. Теорії «паблік рілейшнз» по Айві Лі, Е. Бернайсу, С. Блеку, Дж. Грюнігу.
4. Ситуаційна модель керування бізнес –комунікаціями.

Тема 3. Засоби та бар'єри комунікацій у бізнесі.
1. Комунікативний процес та типи комунікцій.
2. Комунікативні зв'язки в організація.
3. Комунікаційні бар`єри та шляхи їх подолання.

Тема 4. Інструменти інтернет маркетингу. Соціа медіа маркетинг – SMM.
1.10 найпопурярніших інструментів інтернет – маркетингу.
2. SMM маркетинг як сучасний інструмент просування продукту підприємства в мережах.
3. Переваги та недоліки SMM. Репутаційний менеджмент.

4. Event marketing (подієвий маркетинг). Персональний брендинг.
5. Нестандартне SMM просування.

Тема 5. Основін форми ділової комунікації в бізнес – комунікціях.
1. Класифікація форм ділової комунікації: наради, офіційні і протокольні заходи, зустрічі, прийоми, бесіди, виступи, загальні документи.
2. Діалог і дискусія як найбільш загальна форма ділових комунікацій. Різновиди діалогу.
3. Інші форми ділових комунікацій: прес-конференція, брифінг, презентація. Прийом з особистих питань.
4. Форми взаємодії в діловому спілкуванні.
5. Ділові переговори як основна форма ділової комунікації.

Тема 6. Специфіка формування внутрішніх комунікативних систем.
1. Особливості формування внутрішніх комунікаційних систем.
2. Комунікативна компетентність та її складові.
3. Аналіз теоретичних основ внутрішніх комунікацій як фактору ефективного управління підприємством.
4. Комунікаційний процес в управлінні.

Тема 7. Управління зовнішніми системами комунікацій.
1. Особливості зовнішніх комунікаційних систем.
2. Зв'язки з громадськістю як система комунікацій.
3. Основи застосування діджитал – маркетингу на підприємстві.

Тема 8. Комунікативні технології побудови персонального та організаційного бренду.
1. Основи створення персонального бренду компанії.
2. Брендінг у системі організаційних комунікацій.
3. Як правильно вибрати цільову аудиторію компанії.
4. Які складові включає процес створення контенту для бренду.
5. Неординарні ідей для формування особистого бренду.

Тема 9. Організація ефективного комунікативного процесу в організаціях.
1. Визначення ефективності в комунікаційному менеджменті.
2. Принципи організації ефективного комунікаційного процесу.
3. Методи розвитку комунікаційних систем організації.

Тема 10. Особливості управління комунікаціями на різних рівнях організаційного середовища.
1. Структура організаційних комунікацій.
2. Види комунікаційних мереж.

6.2. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
	Форма навчання: денна				Форма навчання: заочна			
	Усього	у тому числі			Усього	у тому числі		
		Лекції	Практичні (семінарські)	Самостина робота		Лекції	Практичні (семінарські)	Самостійна робота
Змістовний модуль І. Теоретичні основи сучасних бізнес - комунікацій.								
Тема 1. Теоретичні та методологічні засади бізнес – комунікацій.	12	3,2	2,8	6	12	2	1	10,2
Тема 2. Класифікація основних форм та видів маркетингових інтернет комунікацій.	12	3,2	2,8	6	12	2	1	10,2
Тема 3. Засоби та бар'єри комунікацій у бізнесі.	12	3,2	2,8	6	12	1	-	10,2
Тема 4. Інструменти інтернет маркетингу. Соціа медіа маркетинг – SMM.	12	3,2	2,8	6	12	1	-	10,2
Тема 5. Форми ділової комунікації в бізнес – комунікціях.	12	3,2	2,8	6	12	1	-	10,2
Разом за модуль	**60**	**16**	**14**	**30**	**60**	**7**	**2**	**51**
Змістовний модуль ІІ. Моделі, стратегії та тактики сучасних бізнес комунікацій.								
Тема 6. Специфіка формування внутрішніх комунікативних систем.	12	3,2	2,8	6	12	2	1	10,2
Тема 7. Управління зовнішніми системами комунікацій.	12	3,2	2,8	6	12	2	1	10,2
Тема 8. Комунікативні технології побудови персонального та організаційного бренду.	12	3,2	2,8	6	12	1	-	10,2
Тема 9. Організація ефективного комунікативного процесу в організаціях.	12	3,2	2,8	6	12	1	-	10,2
Тема 10. Особливості управління комунікаціями на різних рівнях організаційного середовища.	12	3,2	2,8	6	12	1	-	10,2
Разом за модуль	**60**	**16**	**14**	**30**	**60**	**7**	**2**	**51**
Разом за семестр	**120**	**32**	**28**	**60**	**120**	**14**	**4**	**102**

Методичні вказівки по підготовці до практичних занять

Участь у практичних заняттях має бути спрямована не просто на набуття певної суми знань, а головним чином на вироблення уміння і навичок. За допомогою отриманих знань самостійно розбиратися у складних процесах суспільного розвитку. Одним з ефективних засобів активізації студентів на практичних заняттях є проблемне навчання, що сприяє розвитку творчої думки і процесу пізнання.

Практичні заняття можуть набувати різних організаційних форм: «круглий стіл», ділова гра, диспут, конкурс на кращі знання навчального матеріалу, підготовка доповідей. У їх основі – поглиблення якісної підготовки, підвищення ефективності практики, вироблення вміння відстоювати власні переконання, вести творчу дискусію.

Найбільш поширена форма практики – розгорнута бесіда. Вона вимагає знання фактичного матеріалу, уміння аргументовано викласти свої знання в усній формі. При підготовці до практичного заняття треба керуватися такими рекомендаціями:

- Докладно ознайомтесь з темою і планом практичного заняття, кожним із винесених на розгляд питань.
- Замовте у бібліотеці відповідні рекомендовані джерела й літературу, насамперед обов`язкову.
- Прочитайте джерела й основну літературу до кожного з питань практичного заняття, намагаючись осмислити прочитане.
- Законспектуйте необхідний матеріал, випишіть цитати.
- Складіть план і текст свого виступ на практичному занятті з кожного питання. Потренуйте свій виступ.

6.3. Теми практичних (семінарських, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість Годин	
		денна	заочна
1	Тема1.Теоретичні та методологічні засади бізнес – комунікацій.	2,8	2
2	Тема 2. Класифікація основних форм та видів маркетингових інтернет комунікацій.	2,8	2
3	Тема 3. Засоби та бар'єри комунікацій у бізнесі.	2,8	1
4	Тема4. Інструменти інтернет маркетингу. Соціа медіа маркетинг – SMM.	2,8	1
5	Тема 5. Форми ділової комунікації в бізнес – комунікціях.	2,8	1
6	Тема 6. Специфіка формування внутрішніх комунікативних систем.	2,8	2
7	Тема 7. Управління зовнішніми системами комунікацій.	2,8	2
8	Тема 8. Комунікативні технології побудови персонального та організаційного бренду.	2,8	1
9	Тема 9. Організація ефективного комунікативного процесу в організаціях.	2,8	1
10	Тема 10. Особливості управління комунікаціями на різних рівнях організаційного середовища.	2,8	1
	Разом	**28**	**14**

6.4. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість Годин	
		денна	заочна
1	Тема 1. Теоретичні та методологічні засади бізнес – комунікацій.	6	10,2

2	Тема 2. Класифікація основних форм та видів маркетингових інтернет комунікацій.	6	10,2
3	Тема 3. Засоби та бар'єри комунікацій у бізнесі.	6	10,2
4	Тема 4. Інструменти інтернет маркетингу. Соціа медіа маркетинг – SMM.	6	10,2
5	Тема 5. Форми ділової комунікації в бізнес – комунікціях.	6	10,2
6	Тема 6. Специфіка формування внутрішніх комунікативних систем.	6	10,2
7	Тема 7. Управління зовнішніми системами комунікацій.	6	10,2
8	Тема 8. Комунікативні технології побудови персонального та організаційного бренду.	6	10,2
9.	Тема 9. Організація ефективного комунікативного процесу в організаціях.	6	10,2
10.	Тема 10. Особливості управління комунікаціями на різних рівнях організаційного середовища.	6	10,2
		60	**102**

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ
«Сучасні бізнес комунікації»

1. Основні етапи розвитку теорії бізнес – комунікацій та їх складові.
2. Специфіка та основні функції бізнес - комунікацій.
3. Основні складові бізнес – комунікацій.
4. Сутність поняття маркетингових інтернет -комунікацій.
5. Класифікація та види маркетингових інтернет -комунікацій.
6. Теорії «паблік рілейшнз» по Айві Лі, Е. Бернайсу, С. Блеку, Дж. Грюнігу.
7. Ігрові теорії комунікцій за Е. Берна та Ї Хейзинга.
8. Інтранет і його використання.
9. Продумане використання вебінарів у маркетингу.
10. Прямий маркетинг.
11. Класифікація маркетингових інтернет комунікацій.
12. Футурологічний підхід до комунікацій в інформційному суспільстві.
13. Ознаки бізнес комунікацій.
14. Ситуаційна модель керування бізнес –комунікаціями.
15. Основні фактори, що впливають на ефективність моделі бізнес-комунікацій підприємства
16. Функції бізнес – комунікацій на мікро рівні.
17. Екзистенціальна модель комунікацій.
18. Засоби та бар'єри комунікацій у бізнесі.
19. Основні характеристики і функції Е-маркетингу.
20. Комунікативна діяльність у суспільстві здійснюється в трьох формах.
21. Комунікативний процес та типи комунікацій.
22. Комунікативні зв`язки в організаціях.
23. Комунікаційні бар`єри та шляхи їх подолання.
24. Класифікація основних форм та видів маркетингових інтернет комунікацій.
25. Інструменти інтернет маркетингу.
26. Соціа медіа маркетинг – SMM.
27. 10 найпопурярніших інструментів інтернет – маркетингу.
28. SMM маркетинг як сучасний інструмент просування продукту підприємства в мережах.
29. Форми ділової комунікації в бізнес – комунікціях.
30. Класифікація форм ділової комунікації: наради, офіційні і протокольні заходи, зустрічі, прийоми, бесіди, виступи, загальні документи.
31. Діалог і дискусія як найбільш загальна форма ділових комунікацій.
32. Різновиди діалогу.

32. Інші форми ділових комунікацій: прес-конференція, брифінг, презентація.
33. Прийом з особистих питань.
34. Форми взаємодії в діловому спілкуванні.
35. Ділові переговори як основна форма ділової комунікації.
36. Специфіка формування внутрішніх комунікативних систем.
37. Особливості формування внутрішніх комунікаційних систем.
38. Комунікативна компетентність та її складові.
39. Управління зовнішніми системами комунікацій.
40. Особливості зовнішніх комунікаційних систем.
41. Зв'язки з громадськістю як система комунікацій.
42. Комунікативні технології побудови персонального та організаційного бренду.
43. Створення персонального бренду.
44. Брендінг у системі організаційних комунікацій.
45. Організація ефективного комунікативного процесу в організаціях.
46. Визначення ефективності в комунікаційному менеджменті.
47. Принципи організації ефективного комунікаційного процесу.
48. Методи розвитку комунікаційних систем організації.
49. Особливості управління комунікаціями на різних рівнях організаційного середовища.
50. Структура організаційних комунікацій.
51. Види комунікаційних мереж.

7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ЯКИХ ПЕРЕДБАЧАЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА

- Робоча програма навчальної дисципліни «Сучасні бізнес - комунікації»;
- Електронний конспект лекцій з дисципліни «Сучасні бізнес - комунікації»;
- Електронні презентаційні матеріали по темах дисципліни «Сучасні бізнес - комунікації»;
- Індивідуальні теми для самостійного виконання (електронний варіант);
- Методичні рекомендації з курсу «Сучасні бізнес - комунікації» для студентів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент» освітньої програми «Менеджмент» та 075 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг» Ужгород: ДВНЗ «УжНУ».
- Програмне забезпечення: інформаційні технології та засоби електронного навчання: Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ.
- Інформаційне та навчально-методичне забезпечення: наукова бібліотека та читальні зали УжНУ; віртуальне навчальне середовище Moodle; Googl Meet.
- Навчальні і робочі навчальні плани.
- Графіки навчального процесу.

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Ботвина Н. В. Міжнародні культурні традиції: мова та етика ділового спілкування: навч.посібник / Н. В. Ботвина. – Київ: АртЕк, 2002. – 206 с.

2. Грейдина Н. Л. Основы коммуникативной презинтации / Н. Л. Грейдина. – М.: АСТ: Восток-Запад, 2005. – 380 с.

3. Долинська Л. В. Формування комунікативной компетентності майбутніх менеджерів: навч.-метод. посібник/ Л. В. Долинська, В. П. Черевко. – Київ : ЛСП, 2001. – 95 с.

4. Кострицкая Н. М. Методика навчання студентів спілкування в управлінській

діяльності: навч. посібник / Н. М. Кострицкая, В. І. Свистун, В. В. Ягупов. – Київ: Центр навч. л-ри, 2006. – 272 с.

5. Осовська Г. В. Комунікації в менеджменті: курс лекцій / Г. В. Осовьска. – Київ: Кондор, 2003. – 218 с.

6. Сагач Г.М. Ділова риторика: мистецтво риторичної комунікації: навч.посібник / Г. М. Сагач. – Київ: Зоря, 2003. – 255 с.

7. Стоян Т. А. Діловий етикет: моральні цінності і культура поведінки бізнесмена: навч. посібник / Т. А.Стоян. – Київ: ЦУЛ, 2004. – 232 с.

8. Хміль Ф. І. Ділове спілкування: навч. посіб. / Ф. І. Хміль – Київ: Академвидав, 2004. – 278 с.

9. Шеломенцев В.М. Етикет і сучасна культура спілкування/ В.М. Шеломенцев. – Київ: Лібре, 2003. – 415 с.

10. Т. М. Бурмака. Комунікативний менеджмент: конспект лекцій (для студентів бакалавріату всіх форм навчання спеціальності 073 – Менеджмент) / Т. М. Бурмака, К. О. Великих; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. – 69 с.

11. Гринчук Ю.С., Хахула Л.П., Коваль Н.В., Хахула Б.В., Биба В.А. Комунікативний менеджмент. Методичні рекомендації для студентів усіх форм навчання освітнього рівня (ОР) «Бакалавр» за спеціальностями 073 «Менеджмент», 281 «Публічне управління та адміністрування». – Біла Церква, 2019. – 73 с.

Додаткова література

1. Бизнес-коммуникации // Business communication: skills and strategies, James M. Lahiff, John M. Penrose. – Санкт-Петербург: Питер, 2001. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ecsocman.hse.ru/text/19178777/.

2. Деловой журнал “Бизнес мания”. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://b-mania.ru/online/business/biznes-kommunikacia.html.

3. Морзе Н.В., Ігнатенко О.В. Методичні особливості вебінарів, як інноваційної технології навчання / Н.В. Морзе, О.В. Ігнатенко // Інформаційні технології в освіті: зб. наук. пр. – Херсон: ХДУ, 2010. – Вип. 5. –С. 31–39.

4. The Definitive Webinar Marketing eGuide © 2009 Quantum Leap Marketing, Inc. – [Електр. ресурс]. – Режим доступу: http://www.gotomeeting.com/fec/images/pdf/ GoToWebinar_Definitive_Webinar_Marketing_eGuide.pdf.

5. Types of Webinars and How to Get the Most Out of Each By Glen Ford. – [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://ezinearticles.com/?Types-of-Webinars-and-How-to-Get-the-Most-Out-of-Each&id=5675654.

6. Васин Ю. В. Эффективные программы лояльности: Как привлечь и удержать клиентов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 152 с.

7. Мазуренко В. Сучасні тенденції розвитку прямого маркетингу в Україні. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://papers.univ.kiev.ua/mizhnarodni_vidnosyny/articles/The_modern_trends_of_ direct_marketing_development_in_Ukraine_16093.pdf.

8. The Advantages of Email in Business Communication by Laura Acevedo, Demand Media. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://smallbusiness.chron.com/advantages-email-business-communication-122.html.

9. Андрусяк О. І. Особливості бізнес-комунікацій у системі міжнародних економічних відносин. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ape/2009_12/26-35.pdf.

10. Спивак В.А. Современные бизнес-коммуникации. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://eup.ru/documents/ 2003-08-18/16bd2.asp

11. М.В. Руда, Н.Ю. Лев МІЖНАРОДНІ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ В СИСТЕМІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА Національний університет “Львівська політехніка”, Lviv Polytechnic National University Institutional Repository

http://ena.lp.edu.ua – 2013.
12. Романенко О. О. ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ ПІДПРИЄМСТВА. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Випуск 19, частина 3. 2018 р.