

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний технічний університет
"Дніпровська політехніка"

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Комунікації в економічній сфері»



Ступінь освіти	<u>Третій (освітньо-науковий)</u>
Освітня програма	<u>Всі програми</u>
Тривалість викладання	<u>7 чверть</u>
Заняття:	
лекції:	<u>3 години на тиждень</u>
практичні заняття:	<u>2 години на тиждень</u>
Мова викладання	<u>Українська</u>

Кафедра, що викладає Прикладної економіки, підприємництва та публічного управління



Викладач:

Касьяненко Лілія Володимирівна

К.е.н., доцент кафедри ПЕП та ПУ

Персональна сторінка

[https://pe.nmu.org.ua/ua/pro-](https://pe.nmu.org.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi/kasyanenko/kasyanenko.php)

[kafedru/vikladachi/kasyanenko/kasyanenko.php](https://pe.nmu.org.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi/kasyanenko/kasyanenko.php)

E-mail:

Kasianenko.L.V@nmu.one

1. Анотація до курсу

В економічній сфері комунікація відіграє надзвичайно важливу роль. Практично все, що роблять управлінці різних рівнів та сучасні бізнесмени для вирішення стратегічних та тактичних завдань розвитку своїх фірм, вимагає ефективного обміну інформацією. Головною умовою ефективності ділової комунікації є усвідомлення того, що можливість реалізації цілей взаємодії зростає,

якщо правильно організувати її проведення і досягти при цьому створення атмосфери взаєморозуміння, довіри і співробітництва.

Вміння продуктивно і безконфліктно спілкуватися – не тільки важлива професійна якість будь-якого працівника, але й необхідний елемент культури людини.

В діловому спілкуванні, як і в будь-якому іншому виді діяльності, де використовується мова, успіх пов'язаний з особливостями комунікатора, якістю його мовної “продукції” і психічним станом того, хто цю «продукцію» одержує та засвоює. Керівники, менеджери, підприємці за специфікою своєї роботи змушені постійно спілкуватися з людьми, тому повинні брати до уваги всі нюанси комунікації

2. Мета та завдання курсу

Мета дисципліни – полягає у формуванні у здобувачів освіти системи знань, умінь і навичок, необхідних для результативної ділової взаємодії в економічному середовищі, з урахуванням професійних, соціальних та міжкультурних особливостей комунікації, а також розвиток здатності приймати обґрунтовані управлінські рішення в процесі спілкування.

Завдання курсу:

- проаналізувати комунікаційні процеси в економічній сфері,
- визначити основні види та особливості професійної економічної комунікації,
- виявити типові комунікаційні бар'єри,
- охарактеризувати роль вербальних і невербальних засобів спілкування та обґрунтувати ефективні способи підвищення результативності комунікацій в умовах сучасної економічної діяльності.

3. Результати навчання

- Знати теоретичні засади використання сучасних комунікаційних технологій;
- розкривати характерні особливості і принципи комунікації в економічній сфері;
- аналізувати та використовувати професійні комунікативні компетентності;
- розуміти сенс комунікації та її емоційний вплив на учасників комунікаційного процесу;
- формувати розуміння особливостей мовної та невербальної комунікації її різновидів;
- здійснювати обґрунтований вибір та використання моделей масової комунікації.

4. Структура курсу

1. Теоретичні засади комунікацій
Історія теорій комунікації.
Загальна характеристика комунікацій в економічній сфері.
Місце комунікації в економічній сфері
2. Принципи та основні завдання комунікацій в економічній сфері
Основні складові комунікативної діяльності в економічній сфері
Види та форми комунікації.
Принципи ефективної комунікації.

3. Етичні аспекти комунікацій
Етикет як сукупність правил поведінки людини.
Діловий стиль: візитні картки, одяг ділової людини, сувеніри та подарунки, етикет за столом.
Форми ділового спілкування: ділова бесіда, ділова розмова по телефону, ділове листування, ділові прийоми.
4. Психологія комунікацій в економічній сфері
Психологічні особливості та фактори комунікацій в економічній сфері
Комунікації та професіональний розвиток
Правила ефективних комунікацій.
5. Вербальні та невербальні засоби ділової комунікації
Роль невербальних каналів на початку спілкування.
Міміка. Жести у системі невербальних засобів комунікації
Мовна комунікація. Місце і значення в структурі людської цивілізації.
Моделювання процесу сприйняття мовлення. Зворотний зв'язок.
6. Моделі масової комунікації
Особливості моделей масової комунікації.
Тенденції розвитку прикладних комунікацій
Моделі комунікації в масовій культурі.
ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ
1. Аналіз сутності категорії «комунікації» у контексті курсу «Комунікації в економічній сфері».
2. Основні складові комунікативної діяльності в економічній сфері.
3. Презентація атрибутів ділового стилю (візитних карток, одягу ділової людини, сувенірів і подарунків, етикету за столом.
4. Психологія комунікацій в економічній сфері. (Кейс)
5. Вербальні та невербальні засоби ділової комунікації (Кейс)
6. Ключові елементи масової комунікації: цільова аудиторія, канал комунікації, мета, комунікативні знання, контекст.

5. Технічне обладнання та/або програмне забезпечення

На навчальних заняттях здобувачі повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one); перевірений доступ до платформи Moodle; програм Microsoft Office 365 (Teams, Word, Excel, Power Point).

6. Система оцінювання та вимоги

6.1. Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення курсу оцінюватимуться за шкалою, що наведена нижче:

Рейтингова шкала	Інституційна шкала
90 – 100	відмінно
75-89	добре
60-74	задовільно
0-59	незадовільно

6.2. Здобувачі вищої освіти можуть отримати **підсумкову оцінку** з навчальної дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з поточного тестування та самостійної роботи складатиме не менше 60 балів.

Максимальне оцінювання:

Теоретична частина	Практична частина		Бонус	Разом
	При своєчасному складанні	При несвоєчасному складанні		
30	60	35	10	100

Практичні завдання складаються із ділових ігор, кейсів та індивідуальних завдань за темами лекцій.

Теоретична частина оцінюється за результатами білету, який містить 2 питання. Кожне питання, за умови вичерпної відповіді, оцінюється по 15 балів. Робота повинна містити розгорнуті відповіді на всі питання білету із наведенням прикладів. Якщо робота виконується у дистанційному режимі, то видача номеру білету проходить через Офіс365 у створеній викладачем групі спілкування. В такому режимі виконана робота відсилається на Офіс365 впродовж встановленого викладачем часу. Бонусні бали студенти можуть отримати за активність (відповіді на додаткові питання, підготовка та доповідь додаткових індивідуальних робіт, підготовка доповідей на конференції) протягом всього курсу.

Якщо набрана кількість балів з поточного оцінювання та самостійної роботи складатиме менше 60 балів, студент має здати залік протягом тижня контрольних заходів згідно розкладу. Він отримує білет, що включає теоретичні питання та практичне завдання, які охоплюють всі теми дисципліни.

7. Політика курсу

7.1. Політика щодо академічної доброчесності

Академічна доброчесність здобувачів вищої освіти є важливою умовою для опанування результатами навчання за дисципліною і отримання задовільної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Академічна доброчесність базується на засудженні практик списування (виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання), плагіату (відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення авторства), фабрикації (вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі). Політика щодо академічної доброчесності регламентується положенням "Положення про систему запобігання та виявлення плагіату у Національному технічному університеті "Дніпровська політехніка". http://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/System_of_prevention_and_detection_of_plagiarism.pdf.

У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

7.2. Комунікаційна політика

Здобувачі вищої освіти повинні мати активовану університетську пошту.

Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на університетську електронну пошту.

7.3. Політика щодо перескладання

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

7.4 Політика щодо оскарження оцінювання

Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням його знань він може опротестувати виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

7.5. Відвідування занять

Для здобувачів вищої освіти денної форми відвідування занять є обов'язковим. Поважними причинами для неявки на заняття є хвороба, участь в університетських заходах, академічна мобільність, які необхідно підтверджувати документами. Про відсутність на занятті та причини відсутності здобувач вищої освіти має повідомити викладача або особисто, або через старосту.

За об'єктивних причин (наприклад, міжнародна мобільність) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням з керівником курсу.

8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основні :

1. Карпчук Н. П. Міжнародна інформація та суспільні комунікації : навч. посіб. / Н. П. Карпчук. – Луцьк : ВежаДрук, 2018. – 514 с. URL: <https://surl.li/tjljdv>
2. Попова Н. В. Маркетингові комунікації : підручник / Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т. А. Муха ; під загальною редакцією Н. В. Попової. Харків: «Факт», 2020. –315 с. URL: https://document.kdu.edu.ua/info_zab/075_409.pdf
3. Шульгіна Л.М. Бізнес-комунікації: навчально-методичний комплекс [Електронний ресурс] : навч.посіб. / Л.М. Шульгіна – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. –151 с. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/09649bd4-8ca8-4d3e-a6be-55c22f88f1b0/content>

Додаткові :

5. Ділові комунікації та етикет [Електронний ресурс] : наук.-допом. бібліогр. покажч. / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Бібліотека ; уклад. Л. Дейнека. - Електрон. текст. дані. – Луцьк, 2023. – 202 назви.
6. Касьяненко Л.В. Інновації в комунікаціях та нові підходи ведення переговорів. Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій. Причорноморські економічні студії -Науковий журнал . Випуск 86. Видавничий дім «Гельветика» 2024. С.167-172. URL: http://bses.in.ua/journals/2024/86_2024/28.pdf
7. Касьяненко Л.В. Комунікативні аспекти взаємодії бізнес – організацій та організацій публічного сектору в сучасних умовах. К.В. Комарова, В.В. Лола, Л.В. Касьяненко, Н.В. Дементьєва. Міжнародний науковий журнал «Грааль науки» – 2022. – №.22 – С. 63-70. URL: <https://archive.journal-grail.science/index.php/2710-3056/article/view/687>
8. Мірошніченко Д.А. Діловий етикет: навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Д.А. Мірошніченко, А.М. Зленко. Бориспіль: Ризографіка, 2019. –216 с. URL: <https://surl.li/ccvnsp>, URL:https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/22067/1/dilov_komun_etyket.pdf

