

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

**Методичні рекомендації до тренінг-курсу: «Етика та ділові
комунікації» для здобувачів вищої освіти спеціальності
076 «Підприємництво та торгівля» освітньої програми
«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» першого
(бакалаврського) рівня**

Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2024

УДК 174(072.034)

M54

Укладач: Д. С. Бутенко

Затверджено на засіданні кафедри підприємництва і торгівлі.
Протокол № 1 від 1.09.2023 р.

Самостійне електронне текстове мережеве видання

M54 Методичні рекомендації до тренінг-курсу: «Етика та ділові комунікації» для здобувачів вищої освіти спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» освітньої програми «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» першого (бакалаврського) рівня/ уклад. Д. С. Бутенко. – Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2024. – 31 с.

Подано мету, компетентності та структуру тренінг-курсу.

Рекомендовано для здобувачів вищої освіти спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» освітньої програми «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

УДК 174(072.034)

M54

© Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця, 2024

ВСТУП

Успіх будь-якої людини в сучасному бізнес-середовищі суттєво залежить від здатності справляти гарне враження на оточуючих і створювати позитивний імідж. Зробити це можливо, якщо, демонструвати хороші манери, володіти навичками вербальної та невербальної комунікації, розумітися на загальноприйнятних вимогах до вибору зовнішнього образу та створення позитивного іміджу в соціальних мережах.

Тренінг-курс «Етика та ділові комунікації» спрямовано на розвиток ключових навичок і формування компетентностей в здобувачів вищої освіти, потрібних для успішної взаємодії в бізнес-середовищі з урахуванням важливості етичних аспектів у цьому процесі. Під час проходження тренінг-курсу майбутні підприємці розглядатимуть основні етичні питання та виклики, з якими стикаються професіонали у сфері бізнесу. Це включає обговорення ряду важливих питань, таких як підкуп, конфлікт інтересів, збереження конфіденційності та інші моральні аспекти ділової етики.

У ході тренінг-курсу учасники зможуть ознайомитися з ефективними методами комунікації в бізнес-середовищі, що передбачає здобуття навичок ділового спілкування, уміння слухати, а також навичок публічних виступів і переговорів.

Тренінг-курс «Етика та ділові комунікації» охоплює питання впливу бізнесу на суспільство та навколишнє середовище, зокрема обговорення корпоративної відповідальності та сталого розвитку. Також окремо приділено увагу особливостям міжкультурного спілкування, оскільки у вітчизняному бізнесі посилюються глобалізаційні процеси. Саме тому майбутні підприємці повинні відпрацьовувати необхідні навички на практиці через ролеві ігри, кейси та ситуаційні вправи.

У цілому сутність тренінг-курсу «Етика та ділові комунікації» полягає в опануванні всіх елементів ділової етики та загальних аспектів етичної поведінки в бізнесі за допомогою вивчення теоретичного матеріалу та застосування його на практиці.

Цільова аудиторія тренінгу-курсу – це здобувачі вищої освіти четвертого курсу спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» освітньої програми «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» першого (бакалаврського) рівня.

Метою тренінг-курсу є формування практичних навичок діяльності відповідно до системи цінностей, поглядів, норм і стандартів поведінки в бізнес-середовищі та засвоєння особливостей ділової комунікації у вітчизняних і зарубіжних компаніях.

Методи, які використовують у процесі тренінгу: дискусія, мінілекція, мозковий штурм, тестування, творчі завдання, робота в малих групах тощо.

Застосування цих методів не тільки формує специфічні знання і навички у сфері етики та комунікацій, а й допомагає навчити учасників тренінгу спільно працювати на загальний результат.

Компетентності, яких набувають здобувачі вищої освіти освітньої програми «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» під час тренінгу, наведено в табл. 1.

Таблиця 1

**Компетентності та результати навчання здобувачів вищої освіти
Освітньої програми «Підприємництво, торгівля та біржова
діяльність»**

Результати навчання	Компетентності
1	2
PH6	ЗК7
PH7	ЗК8
	ЗК10
	СК7
PH10	ЗК12
	СК7
PH17	ЗК8
	СК7
PH19	ЗК2
PH21	ЗК11
	СК6
	СК10
	СК11

Примітка

PH6 – Вміти працювати в команді, мати навички міжособистісної взаємодії, які дозволяють досягти професійних цілей.

PH7 – Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати.

PH10 – Демонструвати здатність діяти соціально відповідально на основі етичних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства.

PH17 – Вміти вирішувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і розв'язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів.

PH19 – Застосовувати знання й уміння для забезпечення ефективної організації зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур з урахуванням ринкової кон'юнктури і діючих правових норм.

PH21 – Вміти виділити напрям сталого розвитку суспільства, за яким доцільно формувати та організовувати соціальне підприємництво, розробляти та реалізовувати соціально значимі проєкти регіонального та територіального значення.

ЗК2 – Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях.

ЗК7 – Здатність працювати в команді.

ЗК8 – Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

ЗК10 – Здатність діяти відповідально та свідомо.

ЗК11 – 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.

ЗК12 – Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і 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.

СК6 – Здатність здійснювати діяльність з дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.

СК7 – Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

СК10 – Здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва, торгівлі та біржової практики з урахуванням ризиків.

СК11 – Здатність формувати та реалізовувати бізнес-ідеї соціального підприємництва, організовувати соціально відповідальний бізнес на основі цілей сталого розвитку суспільства.

Отже, тренінг-курс є цікавим процесом пізнання себе й інших за допомогою вербальної та невербальної комунікації. Також це унікальна можливість для здобувачів вищої освіти здобути знання та опанувати компетентності в неформальній обстановці.

Тренінг-курс розраховано на три кредити: 36 год. аудиторної роботи та 54 год. самостійної роботи здобувачів вищої освіти. Орієнтовна кількість учасників тренінгу – 25.

1. ОРГАНІЗАЦІЯ ТРЕНІНГ-КУРСУ

Тренінг – це сучасний метод опанування знань, який здійснюють за допомогою активних засобів навчання, що сприяє швидкому засвоєнню нової інформації. Головне завдання тренера – надати здобувачам вищої освіти можливість набути необхідних компетентностей у неформальній обстановці. Для досягнення цього тренер повинен дотримуватися певних рекомендацій:

1. Знайомство з аудиторією. Потрібно відрекомендуватися, подати коротку інформацію про себе; потім запропонувати учасникам тренінг-курсу розповісти про свої уподобання, інтереси та сильні сторони.

2. Презентація змісту та структури курсу. Тренер має ознайомити учасників з метою, завданнями, методами та змістом тренінг-курсу; провести вхідний інструктаж щодо правил роботи учасників. Також слід назвати компетентності та результати навчання, які здобувачі вищої освіти набувають під час проходження тренінгу.

3. Робота над визначенням спільних цілей і завдань. Тренер повинен запитати в учасників, чого вони очікують від тренінг-курсу, і запропонувати визначити власні цілі та завдання. Для цього можна використати метод мозкового штурму. Рекомендації щодо проведення роботи над визначенням спільних цілей і завдань за допомогою методу мозкового штурму наведено далі.

Тренер пропонує поділити здобувачів вищої освіти на дві команди по 7–10 осіб. У кожній команді мають бути учасники, у яких розвинуті «м'які» навички (творчі здібності), і учасники, яким притаманні «важкі» навички (професійні здібності). Такий поділ здійснюють згідно з результатами, одержаними в ході знайомства.

Таким чином буде дотримано баланс між нестандартними ідеями та раціональними пропозиціями. У процесі мозкового штурму заохочують невимушену поведінку: фантазії, жарти, сміх тощо. Повна тривалість сеансу не перевищує 30 хв.

4. Організаційна підготовка. Для проведення тренінг-курсу потрібні ноутбук, проєктор, екран, фліпчарт, білий папір формату А3, різнокольорові олівці, маркери тощо. Також необхідно роздати учасникам робочі зошити для виконання завдань за темами (додаток А).

2. СТРУКТУРА ТРЕНІНГ-КУРСУ

Тренінг-курс проходить за чітко визначеною структурою. Проте вона має бути гнучкою та змінюватися залежно від визначених цілей. Це дає тренеру змогу висвітлити всі теми, які слід розглянути в ході роботи, і задовольнити очікування учасників. Структура тренінг-курсу передбачає проведення трьох етапів: підготовчого, основного та завершального. Етапи тренінгу та їх зміст наведено в табл. 2.

Таблиця 2

План-структура тренінг-курсу «Етика та ділові комунікації»

Етапи тренінгу (тема для обговорення)	Методи	Зміст
1	2	3
Підготовчий етап	Дискусія, мозковий штурм	Знайомство з учасниками. Інструктаж. Постановка цілей
Основний етап:		
Тема 1. Бізнес-етика та її особливості	Мінілекція, творчі завдання (есе)	Основні питання мінілекції: сутність понять «етика» та «бізнес-етика»; елементи ділового спілкування; ділове спілкування; професійна етика. Виконання завдань 1–5 у робочому зошиті та їх обговорення
Тема 2. Корпоративна етика	Мінілекція, дискусія, тестування	Основні питання мінілекції: корпоративна культура як запорука ефективного бізнесу; корпоративна етика та її функції; етичний кодекс і його складові. Виконання завдань 6–8 у робочому зошиті та їх обговорення
Тема 3. Роль іміджу в бізнес-сфері	Мінілекція, дискусія, робота в малих групах	Основні питання мінілекції: роль зовнішнього вигляду у формуванні іміджу бізнесмена; імідж у соціальних мережах; корпоративний і фірмовий стилі. Виконання завдань 9–13 у робочому зошиті та їх обговорення. Творчий проєкт «Портрет сучасного бізнесмена»

1	2	3
Тема 4. Комунікологія: основні поняття і методологія	Мінілекція, дискусія, робота в малих групах	Основні питання мінілекції: комунікація: поняття, види і засоби; місце і роль комунікативних процесів у підприємницькій діяльності; основні засоби комунікації; класифікація комунікацій; функції комунікаційного процесу; ефективність комунікацій. Виконання завдань 14–17 у робочому зошиті та їх обговорення. Симуляція «Телефонна розмова»
Тема 5. Міжкультурна ділова комунікація	Мінілекція, дискусія	Основні питання мінілекції: поняття ділової міжкультурної комунікації; історія виникнення «міжкультурної комунікації»; об'єкт, предмет, завдання між культурної комунікації; типи міжнародних комунікацій; бар'єри міжнародних комунікацій. Виконання завдань 18–21 у робочому зошиті та їх обговорення
Завершальний етап	Презентація, дискусія	Підготовка та оформлення звіту з тренінг-курсу. Захист, доповідь і презентація результатів тренінгу. Обговорення результатів тренінгу. Отримання зворотного зв'язку від учасників за допомогою опитування

Метод мозкового штурму

Метою використання методу мозкового штурму є формування уявлення про потенційні можливості (знання, навички, компетентності), які здобувачі вищої освіти можуть отримати під час проходження тренінг-курсу «Етика та ділові комунікації».

Час виконання: на підготовку та проведення мозкового штурму заплановано 2 год.

Завдання та основні рекомендації:

1. Чітке формулювання завдання. На початку мозкового штурму необхідно чітко сформулювати мету його проведення та визначити перелік питань для обговорення. Наприклад: «Чого Ви чекаєте від проходження тренінг-курсу?» або «Яких етичних принципів мають дотримуватися підприємці в процесі прийняття управлінських рішень?»

2. Створення сприятливої атмосфери. Потрібно забезпечити атмосферу, у якій учасники можуть вільно висловлювати свої ідеї без страху перед критикою. Важливо створити відчуття взаємоповаги та довіри.

3. Запитання-стимули. Доцільно обговорювати питання, що стимулюють думку та обмін ідеями. Наприклад: «Як би Ви діяли в ситуації, коли діловий успіх конфліктує з етичними цінностями?» або «Які основні етичні принципи слід урахувати в процесі взаємодії з конкурентами?»

4. Запис ідеї. Слід попередити учасників, щоб записували свої ідеї, навіть якщо спочатку вони здаються незвичними чи непрактичними. Адже ідеї пізніше можна аналізувати та вдосконалювати.

5. Без обмежень і критики. Під час мозкового штурму не має бути обмежень щодо кількості ідей або їхнього оцінювання. Не варто критикувати ідеї під час генерації. Це роблять пізніше, коли вже буде можливість обговорення.

6. Робота в малих групах. Для проведення мозкового штурму доцільно розділити учасників на невеликі групи по 5 – 7 осіб, тому що робота в малих групах стимулює здобувачів вищої освіти до обміну ідеями та спільного пошуку етичних рішень.

Ресурси: папір, ручки та олівці.

Результат виконання завдання: опанування навичок активної взаємодії за допомогою обговорення ідей і обміном думками щодо ключових аспектів бізнес-етики та її особливостей.

Творчий проєкт «Портрет сучасного бізнесмена»

Метою завдання є формування в учасників правильного уявлення про зовнішній імідж успішного підприємця.

У проєкті беруть участь дві команди.

Час виконання: на підготовку та обговорення проєкту заплановано 2 год.

Завдання: учасникам необхідно зробити колаж, який відображає портрет сучасного бізнесмена з урахуванням вимог до зовнішнього вигляду та вподобань щодо проведення вільного часу й відпочинку. Учасники вибирають представника від кожної команди, який буде презентувати свій проєкт і давати відповіді на запитання.

Ресурси: білий папір формату А3, різнокольорові олівці, маркери тощо.

Результат виконання завдання: опанування навичок щодо формування позитивного іміджу сучасного бізнесмена.

Симуляція «Телефонна розмова»

Мета завдання – отримати уявлення про особливості та нюанси процесу ділового телефонного спілкування.

Час виконання: на виконання та обговорення завдання заплановано 1 год.

Завдання: учасникам потрібно розподілитися на пари, кожна з яких на фліпчарті пише діалог телефонної розмови. Потім пара читає діалог з різними інтонаціями залежно від предмета розмови. Симуляції повинні передати розмову бізнесмена з партнером, клієнтом та іншим бізнесменом. Кожний виступ передбачає проведення обговорення разом із участі тренером та іншими учасниками тренінгу.

Ресурси: фліпчарт, маркери.

Результат виконання завдання: опанування навичок щодо постановки голосу, дикції, інтонації тощо; Оволодіння основами структури телефонної розмови, техніки постановки питань і отримання відповідей; здобуття навичок підтримання розмови та переходу до іншої теми бесіди.

3. ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО СТРУКТУРИ ТА ОФОРМЛЕННЯ ЗВІТУ

Загальний обсяг звіту становить 20 – 25. Звіт містить титульній аркуш (додаток А), зміст (1 с.), вступ (1 с.), основний текст, висновки, список використаних джерел, додатки. Також звіт включає презентацію результатів у *Microsoft PowerPoint* (10 – 15 слайдів).

Зміст – це план звіту, який повинен послідовно містити назви всіх структурних елементів роботи першого та другого рівнів (окрім титульного аркуша й самого змісту), а також посилання на номери сторінок, на яких починається конкретний структурний елемент.

Візуально зміст роботи відображатиме ієрархію структурних елементів роботи (перелік умовних позначень, вступ, розділи, висновки, список використаних джерел – елементи першого рівня; підрозділи – елементи другого рівня).

Вступ містить такі елементи (у такому ж порядку): актуальність проведення тренінг-курсу «Етика та ділові комунікації», мету та завдання тренінгу.

Висвітлення актуальності не має бути, з одного боку, багатослівним, а з другого – формальним, таким, що лише повторює загальновідому інформацію.

Основна частина звіту складається з п'яти послідовних розділів, які наведено в робочому зошиті учасників тренінгу.

У висновках подають мати ґрунтовні відповіді на завдання, поставлені у вступі звіту.

Звіт друкують засобами комп'ютерної техніки на аркушах білого паперу формату А4 (210 x 297 мм) через півтора міжрядкового інтервалу, до тридцяти рядків на сторінці. Друк здійснюють тільки з одного боку аркуша.

Текст роботи необхідно друкувати, залишаючи поля таких розмірів: ліве – 25 мм, праве – 10 мм, верхнє – 20 мм, нижнє – 20 мм.

Шрифт основного тексту – звичайний, 14 pts Times New Roman.

Абзацний відступ – 1,25 см, вирівнювання основного тексту – по ширині. «Висячі» рядків не допускають.

Шрифт друку повинен бути чітким, щільність тексту – однаковою.

Використання напівжирного, курсивного та підкресленого стилю шрифту в основному тексті, таблицях і рисунках заборонено.

4. СИСТЕМА КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ТРЕНІНГ-КУРСУ

Система контролю та оцінювання тренінг-курсу враховує рівень дотримання вимог щодо формування та змісту звіту, захисту результатів і презентації.

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця використовує накопичувальну (100-бальну) систему оцінювання.

Рівень оцінки відповідає рівню виконаної роботи і поданих матеріалів: опрацьованої літератури, зібраних і оброблених даних, їх відповідності поставленим завданням:

Оцінку «відмінно» (90–100 балів) виставляють за умови повного виконання вимог із тренінг-курсу в установлений термін;

Оцінку «добре» (74–89 балів) виставляють у разі наявності окремих недопрацювань, неповноти подання та висвітлення матеріалів, їх неповної відповідності поставленим завданням;

Оцінку «задовільно» (60–73 балів) виставляють у разі неякісного подання матеріалів, слабкої готовності для розкриття поставлених завдань.

Оцінку за тренінг-курс «Етика та ділові комунікації» заносять до екзаменаційної відомості та залікової книжки. Її прирівнюють до оцінок (заліків) із теоретичного навчання і враховують під час підбиття підсумків загальної успішності здобувачів вищої освіти.

5. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Сушик І.В. Етика бізнесу: навч. посіб./ І.В. Сушик, О.Г. Сушик, Я.М. Мартинюк, В.В. Вісин – Луцьк: РВВ Луцький НТУ, 2019. – 268 с.
2. Балджи М.Д. Етика бізнесу: навчальний посібник – К. : ФОП Гуляєва В.М., 2021. – 332 с.
3. Бутенко Д. С. Пошук шляхів розвитку підприємницької діяльності в Україні / Д. С. Бутенко // Міжнародні економічні та суспільні відносини: стан, проблеми, перспективи розвитку : монографія / за ред. Л. М. Савчук, М. В. Корнеєва. – Дніпро : Пороги, 2021. – С. 69-110.

Додаткова

4. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. – 316 с.

5. Близнюк Т. П. Бізнес-етика та ділові комунікації в контексті теорії поколінь / Т. П. Близнюк, О. В. Майстренко, Ж. О. Андрійченко // Науковий погляд: економіка та управління. – 2022. – №1 (77). – С. 44-50.

6. Кицюк І. В. Корпоративна соціальна відповідальність та конкурентні переваги бізнесу в глобальному економічному середовищі / І. В. Кицюк // Науково-виробничий журнал «Держава та регіони». Серія: Економіка та підприємництво. – №2 (113). – Класичний приватний університет, 2020. – С. 15–20.

Інформаційні ресурси

7. Бутенко Д. С. ТРЕНІНГ-КУРС «Етика та ділові комунікації» : методичні рекомендації до виконання практичних завдань для студентів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» першого (бакалаврського) рівня / Д. С. Бутенко. – Харків ім. С. Кузнеця: ХНЕУ, 2022. – 31 с. – Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/28154>

Додатки

Додаток А

Приклад оформлення титульного аркуша звіту

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

Кафедра підприємництва і торгівлі

ЗВІТ

за результатами проходження тренінг-курсу «Етика та ділові комунікації»

Студента(-ки) факультету МЕН, 4-го курсу
групи _____
спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля»

Керівник

Національна шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка ECTS _____

Харків,
ХНЕУ ім. С. Кузнеця,
2024

Приклад робочого зошита

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

Кафедра: підприємництва і торгівлі

**Робочий зошит
з тренінг-курсу
«Етика та ділові комунікації»**

студента(ки) факультету МЕН,
спеціальності 076 «Підприємництво
та торгівля»
4-го курсу, групи

Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця

2024

Завдання 3. Заповніть таблицю «Елементи бізнес-етики».

Стандарти поведінки	
Принципи ділового спілкування	
Закономірності міжособистісних відносин	
Особисті та службові права працівників	
Стилі керівництва	
Культура управління	
Бізнес-філософія	
Службові стосунки	
Вирішення конфліктів	
Моральні норми суспільства	

Завдання 10. Назвіть вимоги до зовнішнього вигляду успішного підприємця. Для цього підкресліть правильну відповідь у таких твердженнях:

1. Колір сорочки має бути *світлішим / темнішим*, аніж колір піджака.
2. Яскраві аксесуари більш актуальні для *денних / вечірніх* зустрічей.
3. Светр або кофта підходить для *повсякденного одягу в офісі / для прогулянок*.
4. Колір взуття має бути *світлішим / темнішим*, ніж колір брюк.
5. У літній період на офіційній зустрічі *можна зняти піджак / не можна знімати піджак*.
6. Ширина краватки має бути *7 – 9 см / 3 – 4 см*.
7. Чим ближче до вечора, а обстановка офіційна, тим більш *темним / світлим* має бути костюм.
8. Запонки і сьогодні актуальні для *вечірнього гардеробу / для будь-якого випадку*.

Завдання 11. Які поради щодо зовнішнього вигляду можна дати успішній бізнес-леді?

Завдання 12. Яку роль, на Вашу думку, відіграють соціальні мережі під час формування іміджу успішної людини?

Завдання 13. Назвіть ознаки корпоративного і фірмового стилів.

Тема 4. Комунологія: основні поняття і методологія

Завдання 14. У чому полягає зміст комунікації? Поясніть, яку роль відіграє комунікація в підприємстві?

Завдання 15. Назвіть основні засоби комунікації та розкрийте їх зміст.

Завдання 16. Наведіть основні спільні та відмінні риси формальної та неформальної комунікації. Наведіть приклади (випадки) їх застосування.

Завдання 17. Що означає відчуження в комунікативних процесах?

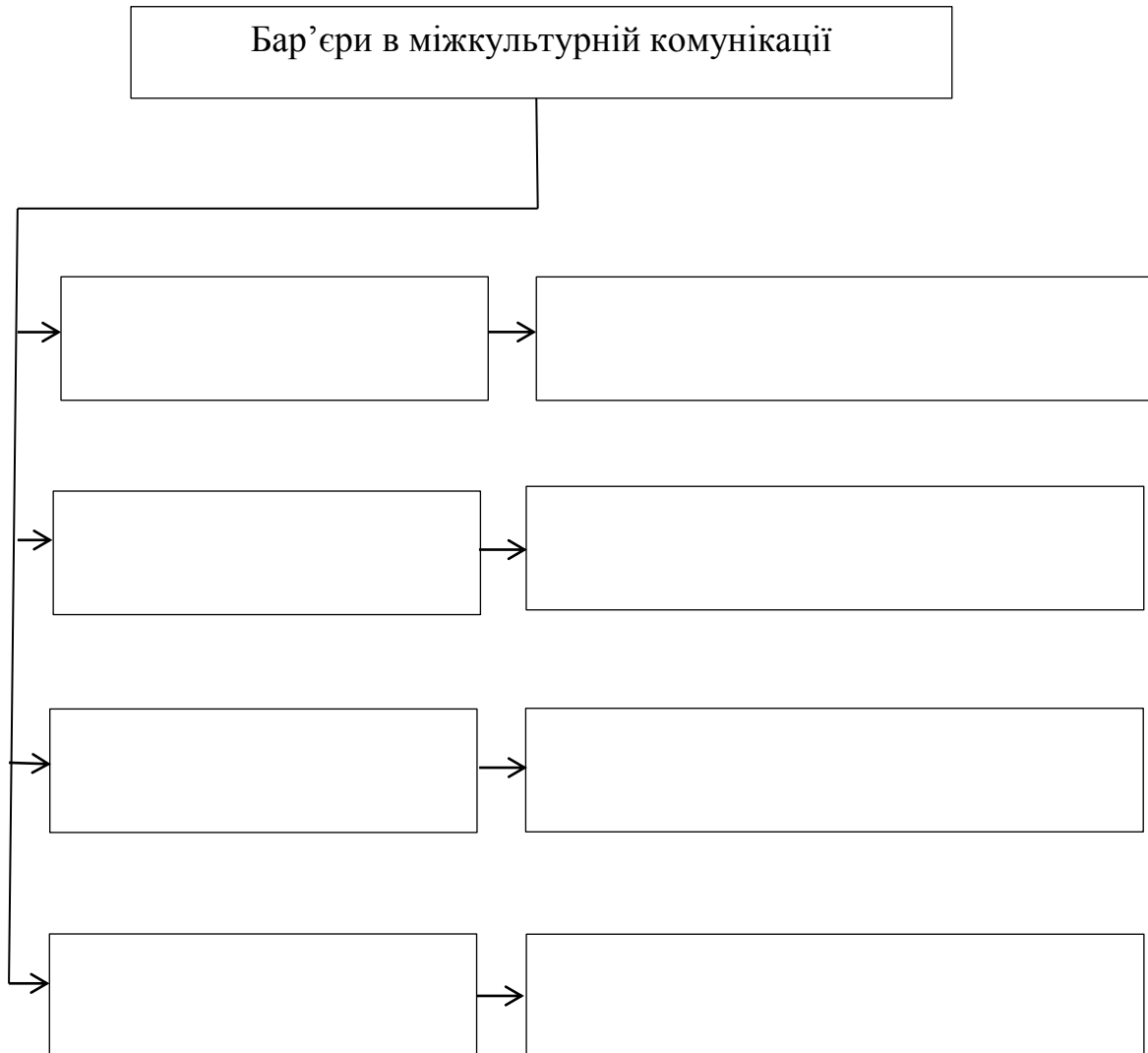
ТЕМА 5. Міжкультурні ділові комунікації

Завдання 18. Як Ви розумієте поняття «міжкультурна комунікація»? Хто вжив його вперше? Яке значення ділова міжкультурна комунікація має в міжнародному підприємстві?

Завдання 19. Заповніть таблицю.

Складові	Зміст
Об'єкт міжкультурної комунікації	
Предмет міжкультурної комунікації	
Завдання міжкультурної комунікації	

Завдання 20. Заповніть пусті блоки на рисунку. Наведіть типи бар'єрів у міжкультурній комунікації та розкрийте їх зміст.



Завдання 21. Яку роль у діловій міжкультурній комунікації відіграє невербальна комунікація?

Зміст

Вступ.....	3
1. Організація тренінг-курсу	6
2. Структура тренінг-курсу	7
3. Загальні вимоги до структури та оформлення звіту.....	10
4. Система контролю та оцінювання результатів тренінг-курсу.....	12
5. Рекомендована література.....	12
Додатки.....	13

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

Методичні рекомендації до тренінг-курсу: «Етика та ділові комунікації» для здобувачів вищої освіти спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» освітньої програми «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» першого (бакалаврського) рівня

Укладач: Бутенко Дар'я Сергіївна

Відповідальний за видання М. М. САЛУН

Редактор Н. Г. Войчук

Коректор

План 2024 р., Поз. № 132 ЕВ. Обсяг 31 с.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру Дк №4853 від 20.02.2015 р.

Видавець і виготовлювач – ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 61166, м. Харків, просп. Науки, 9–А *Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру Дк №481 від 13.06.2001 р.*