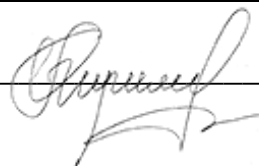


**Опис вибіркової навчальної дисципліни
«Бізнес-комунікації та нетворкінг»**

Код та назва дисципліни українською мовою/ Назва дисципліни англійською мовою	2-ф07-03 Бізнес-комунікації та нетворкінг / Business communications and networking
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	061 Журналістика 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа
Кафедра	реклами та зв'язків з громадськістю
П.І.П. НПП (за можливості)	канд. наук із соц. ком. Мироненко Владлена Вячеславівна
Рівень ВО	другий (магістерський)
КУРС, семестр (в якому буде викладатись)	1 курс
Мова викладання	українська
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	знання з професійно-орієнтованих дисциплін спеціальностей 061 та 029
Що буде вивчатися	Бізнес-комунікації як комунікативний процес; психологія бізнес-комунікацій; усні та письмові комунікації; етика ділових комунікацій; стратегії ведення переговорів; публічні виступи; розвиток зв'язків (нетворкінг).
Чому це цікаво/треба вивчати	Сучасний бізнес – це залежність результатів від кожного і всіх разом, це співпраця для досягнення цілей співробітників, партнерів, керівників, власників, споживачів, клієнтів та суспільства. Бізнес-комунікації – система комунікаційних взаємозв'язків для кожної бізнес-структури, незалежно від її формату, яка виходить за межі правил міжособистісного ділового спілкування або реклами.
Чого можна навчатися (результати навчання)	Отримати знання про бізнес-комунікації як цілісну систему взаємодії з різними групами стейкхолдерів; оволодіти моделями й інструментами для формування ефективної системи комунікацій у компанії; використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких/торговельних структур та формування практичних навичок ефективної комунікативної взаємодії у бізнес середовищі.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентність)	Здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин; застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких/торговельних структур; визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких/торговельних структур; вирішувати комунікативні конфлікти для успішної практичної діяльності; визначати та формувати стратегію ведення бізнес-переговорів.
Інформаційне забезпечення	1. Мироненко В.В. Роль комунікаційних технологій у побудові успішного бренду. Медіасфера: локальне та глобальне. Колективна монографія / за заг. ред. В. Д. Демченка. Дніпро : Журфонд, 2021. 214 с. С. 198-211. 2. Русавська В., Бондар І., Батченко Л. Бізнес-комунікації в міжнародному менеджменті. Київ: Ліра-К, 2017. 304 с.
Види навчальних занять	лекції, практичні заняття
Вид семестрового контролю	диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів на семестр	без обмежень
Мінімальна кількість здобувачів (тільки для мовних, творчих дисциплін, за необхідності)	

Декан факультету _____



Оксана КИРИЛОВА