

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЗАПОРІЗЬКА
ПОЛІТЕХНІКА»**

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до практичних занять з курсу «Бізнес-комунікації» для студентів
другого (магістерського) освітнього рівня
за освітньою програмою «Економіка підприємства»
спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля»

Методичні вказівки до практичних занять з курсу «Бізнес-комунікації» для студентів другого (магістерського) освітнього рівня за освітньою програмою «Економіка підприємства» спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» / Укл. Чернова І.В. – Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2024. – 44 с.

Укладач:	І.В. Чернова, канд. філол. наук, доц., доц. каф. БтаУ
Рецензенти:	Н.М. Левченко, докт. держ. упр., проф., проф. каф. БтаУ С.П. Лоза, канд. екон. наук, доц., доц. каф. БтаУ О.Д. Турган, докт. філол. наук, проф., зав. каф. українознавства та культурології ЗДМФУ
Відповідальний за випуск:	Ткаченко А.М., зав. каф. БтаУ, докт. екон. наук, проф.

Затверджено
на засіданні кафедри
«Бізнес та управління»
Протокол № 2
від 21.08.2024 р.

Рекомендовано до видання
НМК факультету «Бізнес-технологій та економіки»
Протокол № 2
від 29.08.2024 р.

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Практичне заняття №1	9
Практичне заняття №2.....	12
Практичне заняття №3.....	15
Практичне заняття №4.....	29
Практичне заняття №5.....	34
Практичне заняття №6.....	35
Практичне заняття №7.....	36
Рекомендована література.....	39
Додаток А.....	42

ВСТУП

Метою вивчення дисципліни є формування у здобувачів розуміння системи цінностей, поглядів, норм поведінки ділової людини, засвоєння ключових теоретичних положень та вироблення необхідних практичних навичок, що дозволяють підвищити ефективність бізнесової діяльності.

Основне завдання навчальної дисципліни сформувати навички у сфері бізнес комунікацій, умінь, впорядкування знань, вміння їх застосовувати при виконанні практичних завдань.

Для успішного навчання та опанування компетентностями з дисципліни студент повинен володіти сучасною українською літературною мовою. Вивчення дисципліни може відбуватися на будь-якому етапі освітнього процесу.

Інтегральна компетентність

Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі підприємництва та торгівлі або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначених вимог та умов.

Загальні компетентності:

ЗК1 здатність до адаптації та дії в новій ситуації. Вміння виявляти ставити та вирішувати проблеми.

ЗК3 здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.

ЗК4 здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

Фахові компетентності:

СК1 здатність розробляти та реалізовувати стратегію розвитку підприємницьких та торговельних структур.

СК3 здатність до ефективного управління діяльністю суб'єктів господарювання в сфері підприємництва та торгівлі.

СК4 здатність до вирішення проблемних питань і прийняття управлінських рішень у професійній діяльності.

Очікувані програмні результати навчання:

ПРН 1 Адаптуватися та проявляти ініціативу і самостійність у ситуаціях, які виникають у професійній діяльності.

ПРН 3 Розробляти заходи матеріального і морального заохочення та застосовувати інші інструменти мотивування персоналу й партнерів для досягнення поставленої мети.

ПРН 4 Застосовувати бізнес-комунікації для підтримки взаємодії з представниками різних професійних груп.

ПРН 7 Визначати та впроваджувати стратегічні плани розвитку суб'єктів господарювання у сфері підприємництва та торгівлі.

ПРН 9 Розробляти та приймати рішення, спрямовані на забезпечення ефективної діяльності суб'єктів господарювання у сфері підприємницької та торговельної діяльності.

ПРН 10 Вирішувати проблемні питання, що виникають в діяльності підприємницьких та торговельних структур за умови невизначеності та ризиків.

Відповідність компетентностей НРК:

Знання:

ЗН2 Критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей.

Уміння:

УМ1 розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної, недостатньої інформації та суперечливих вимог.

УМ2 провадження дослідницької та інноваційної діяльності.

Комунікація:

К1 зрозуміле та недвозначно донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються.

Автономія та відповідальність:

АВ1 прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування.

АВ2 відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди.

Основними *критеріями*, що характеризують рівень компетентності при оцінюванні результатів поточного та підсумкового контролів, є:

- виконання всіх видів навчальної роботи, передбачених робочою програмою з дисципліни;

- глибина і характер знань навчального матеріалу за змістом навчальної дисципліни, що міститься в основних та додаткових рекомендованих літературних джерелах;

- вміння аналізувати явища, що вивчаються, у їх взаємозв'язку і розвитку;

- характер відповідей на поставлені питання (чіткість, лаконічність, логічність, послідовність тощо);

- вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання практичних завдань;

- вміння аналізувати достовірність одержаних результатів.

Робота на кожному практичному занятті оцінюється за 5 шкалою й передбачає такі форми: усна відповідь на питання, винесені для обговорення, презентація, реферат. До кожного заняття запропонована тематика рефератів та презентацій.

Оцінювання відповідей:

При оцінці відповіді звертається увага на наступні компоненти:

- актуальність описаної проблеми та реальність запропонованого механізму вирішення даної проблеми;

- розкриття проблеми на теоретичному рівні (у порівнянні і з обґрунтуваннями);

- подання власної точки зору (позиції, ставлення) при розкритті проблеми;

- логіка в аргументації свої точки зору, врахування реальних обставин суспільного життя та власного життєвого досвіду, практичного досвіду;

- оригінальність підходу до вирішення проблем;

- узгодженість в тексті ключових тез та аргументів, термінологічних понять.

5 балів - відображена світоглядна позиція студента, його погляд на сутність проблеми. Проблема розкрита на теоретичному рівні, у зв'язках і з обґрунтуваннями, з точним і повним використанням фахових термінів і понять у контексті відповіді. Робота логічна, послідовна, композиційно чітка. Дано аргументацію своєї думки з опорою на факти громадського життя або особистий досвід, практичний досвід.

4 бали - представлено власну точку зору при розкритті проблеми. Проблема розкрита з використанням основних термінів і понять у контексті відповіді (теоретичні зв'язки й обґрунтування не присутні

або явно не простежуються). Дано аргументацію своєї думки з опорою на факти.

3 бали - представлено власну позицію за даною проблематикою на побутовому рівні без аргументації.

0-2 бали (відповідь незарахована) - проблема не розкрита або дана інформація (факти громадського життя або особистого досвіду, практичний досвід) не в контексті завдання.

Оцінювання рефератів:

5 балів - виконані всі вимоги до написання й захисту реферату: позначені проблема й обґрунтована її актуальність, зроблений аналіз різних точок зору на проблему й логічно викладена власна позиція, сформульовані висновки, тема розкрита повністю, витриманий обсяг, дотримані вимоги до зовнішнього оформлення, наведені правильні відповіді на додаткові питання викладача та присутніх у аудиторії.

4 бали - основні вимоги до реферату і його захисту виконані, але при цьому допущені деякі недоліки. Не обґрунтовано актуальність проблеми, висновки не чіткі. Наявні певні неточності у викладенні матеріалу. Вимоги щодо оформлення дотримано на належному рівні.

3 бали - є істотні недоліки стосовно вимог до написання реферату. Зокрема: тема розкрита лише частково; допущені фактичні помилки в змісті реферату або при відповіді на додаткові питання викладача та присутніх у аудиторії; під час захисту відсутній висновок.

0-2 бали (незараховано) - тема реферату не розкрита, виявляється істотне нерозуміння проблеми, оформлення не відповідає встановленим вимогам, відсутня логіка викладу представленого матеріалу.

Оцінювання презентацій:

Під час оцінювання презентації враховуються наступні складові:

Зміст

- розкрито всі аспекти наведеної тематики презентації;
- матеріал викиданий у доступній формі;
- слайди розміщені у логічній послідовності;
- заключний слайд з узагальненими висновками;
- бібліографія із зазначенням всіх використаних ресурсів;
- елементи оформлення;
- зміна слайдів;
- дизайн;

– анімація: стандартна, або установка ефектів під час зміни слайдів;

– графіки, діаграми, рисунки;

– елементи творчості;

– оригінальність і винахідливі приклади.

5 балів - у презентації відображено глибоке розуміння та усвідомлення матеріалу, творчий підхід до поставлених задач. Під час аналізу та інтерпретації зроблені самостійні висновки, аргументація, висловлене власне ставлення до проблеми. Малюнки, звуки, фото, анімації – у кількості, виправданій змістом презентації. Робота виконана творчо і самостійно. Презентація характеризується оригінальністю

4 бали - проєкт має чіткі цілі, відповідні темі. Включена інформація добута із різноманітних джерел. Проєкт корисний не тільки для автора.

3 бали - проєкт сфокусований на темі, але не висвітлює її. Наявна певна організаційна структура, але вона не явна з показу. Можуть бути фактичні помилки чи незрозумілості, але вони не значні 0-2 бали (незараховано) - проєкт здається випадковим, нашвидку зробленим, чи незакінченим. Наявні значні фактичні помилки, незрозумілості та нерозуміння теми.

Практичне заняття №1

Сучасні напрями професійної культури бізнесу. Етичні засади бізнес-середовища

1. Бізнес-комунікації в контексті етики.
2. Етикет як сукупність правил поведінки людини.
3. Професійна культура та мораль.
4. Культура слухання та культура мовлення.
5. Форми ділового спілкування.
6. Норми поведінки керівника.
7. Етичні кодекси та їх значення для формування етичної поведінки в організації.

Завдання:

1. Проаналізувати Маніфест підприємця (Додаток 1), зазначивши ступінь важливості кожного положення(шкала від 1-найменш важливе до 5 -найбільш важливе) і обґрунтування(чому це (не)важливо.

Доповнити маніфест 3-5 тезами.

2. Власник малого підприємства одержав безкоштовну копію захищеної авторським правом комп'ютерної програми від товариша, замість того, щоб витратити кошти на офіційне придбання цієї програми у місцевого продавця програмного забезпечення:

- розпізнайте і сформулюйте етичну дилему, що міститься у наведеній ситуації;
- назвіть всіх учасників описаної ситуації;
- чітко сформулюйте позицію і можливі інтереси кожного учасника ситуації;
- хто в описаній ситуації "виграє", а хто "програє"? Чому?
- як з позиції ділової етики можна кваліфікувати поведінку учасників ситуації? Чому?
- хто з учасників несе в цьому випадку відповідальність за порушення авторських прав?
- чи повинна ця відповідальність бути розподілена між усіма учасниками ситуації? Чому?
- в якому випадку поведінку учасників ситуації можна було б назвати етичною?
- продумайте усі можливі варіанти їхньої етичної поведінки;

– перевірте кожен варіант морального вибору учасників, ставлячи три запитання: а) “Це законно?”; б) “Це правильно?”; в) “Це корисно?”;

– Ухваліть рішення щодо найкращого варіанту етичної поведінки учасників ситуації;

– Двічі перевірити рішення, ставлячи два запитання: а) “Як я буду себе почувати, якщо про моє рішення довідається моя родина?”; б) “Як я буду себе почувати, якщо про моє рішення повідомлять у місцевій пресі?”.

Практичне заняття №2

Типологія конфлікту. Правила запобігання конфлікту тренінг

1. Конфлікт та його функції.
2. Позитивна та негативна сторона конфліктів.
3. Причини та особистісні передумови виникнення конфліктів.
4. Класифікація та структура конфліктів.
5. Чинники виникнення та ескалації конфліктів.
6. Основні фази та етапи виникнення і розвитку конфліктів.
7. Типологія та динаміка конфліктів.
8. Конфліктна особистість та конфліктні типи поведінки.

Матеріали тренінгу: **«Виробничий конфлікт: причини виникнення та шляхи вирішення».**

Морально-психологічний стан мешканців прифронтових територій:

Вже в **перший рік війни**:

71% відчували стрес або сильну знервованість;

50% відчували тривожність і напруження;

49% вважали, що психологічна допомога – це лише для психічно хворих.

Лише 2% в консультувалися з фахівцями: психологом, психотерапевтом, сімейним лікарем чи терапевтом.

650 тис. людей звернулися до психологів і психіатрів у системі охорони здоров'я й отримали психологічну допомогу.



Конфлікт (лат. conflictus - зіткнення, сутичка) - зіткнення протилежних інтересів і поглядів, напруження і крайнє загострення суперечностей, що призводить до активних дій, ускладнень, боротьби та супроводжується складними колізіями.

Конфліктна ситуація – це нагромадження суперечностей, які містять суттєву причину конфлікту.

Інцидент – це збіг обставин, що є приводом до конфлікту.

Для того, аби уникнути таких конфліктів необхідно або ліквідувати конфліктну ситуацію, або ж вичерпати інцидент.

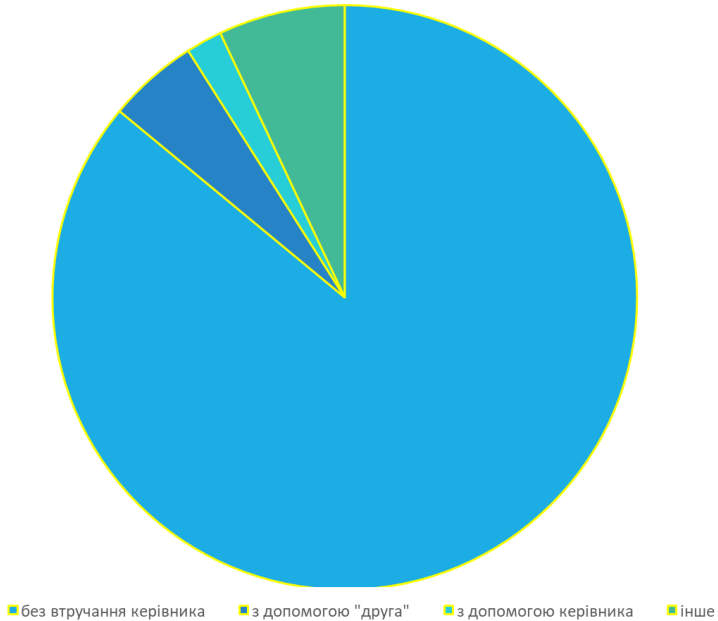
Причини виникнення конфліктів:

- невідповідність керівника;
- некваліфіковані співробітники;
- пошук, коли зіштовхуються новаторство і консерватизм;
- групові інтереси, коли люди відстоюють інтереси тільки своєї групи, колективу при ігноруванні загальних інтересів;
- нездоровий мікроклімат;
- незадовільні результати роботи;
- закритість і конфронтація (коли в колективі немає волі суджень, у ньому виникає нездоровий мікроклімат);
- надмірні і часті зміни кадрового складу колективу;

- недостатня інформованість членів колективу про цілі, що стоять перед ним та події, що відбуваються всередині колективу;
- незадоволення матеріальних потреб.

У мене в групі 10 працівників й лише два комп'ютери. Як я можу організувати роботу людей у цих умовах?	
У мене й так дуже велике навантаження. А Ви даєте мені ще одне додаткове завдання. Кожного дня я пізно повертаюся додому.	
Це безглузде завдання. Все, що Ви змушуєте нас робити, нудне та нецікаве.	
Ваше ставлення до нас, ваших підлеглих, нерівноцінне. Навіщо Ви пропагуєте фаворитизм у нашій організації?	
Ви надто пізно подали звіт. Ви підвели весь колектив.	
Вчора на зборах колективу Ви критикували нашу колегу, а вона потім дуже погано себе почувала, ледь не захворіла.	
Ти мені невчасно повернув мої матеріали, тому я не встиг закінчити проект у визначений термін.	

Способи вирішення конфліктів на роботі



ТЕХНОЛОГІЇ РОЗВ'ЯЗАННЯ КОНФЛІКТІВ

Комунікативні. Організація спілкування між суб'єктами конфліктної взаємодії.

Інформаційні. Ліквідація дефіциту інформації, виключення помилкової інформації.

Соціально-психологічні. Робота з неформальними лідерами і мікрогрупами.

Організаційні. Розв'язання кадрових питань, використання методів стимулювання.

Як запобігти конфлікту?

Провести профілактичну роботу щодо конфліктних ситуацій. Грамотне впровадження корпоративної культури, етики.

Чітко розписати функціонал для кожного, щоб працівники не "залазили на іншу сторону" – визначити посадові обов'язки, повноваження і межі відповідальності.

Запровадити і тримати під контролем корпоративну етику – всі повинні усвідомлювати і відчувати рамки поведінки відповідно до корпоративної культури.

Слухати і робити висновки – керівнику вкрай важливо і необхідно приділяти час на пряму комунікацію зі співробітниками на зборах і відстежувати мікроклімат в колективі в цілому.

Ретельно підбирати і перевіряти найманий персонал, тим самим знижуючи «людський фактор» - проводити кадровий скринінг, залучати HR-фахівців.

Не можна у вирішенні конфліктів

Стримувати конфлікт. Це як лікування симптомів, а не хвороби. Загрози, ультиматуми і інші механізми стримування приведуть до роздування конфлікту до руйнівних наслідків.

Просити. Це м'яка форма стримування, яка демонструє слабкість менеджера і призведе до нових спалахів в осередку загорання.

Арбітраж. Прийняття чієїсь сторони. Це небезпечно для деструктивних конфліктів. Рішення може бути помилковим, спонтанним, необдуманим. Про взаємний успіх тут можна забути, хтось залишиться з відчуттям образи чи правоти.

Відходження від цілей. Не варто погоджуватися з якоюсь зі сторін з питання, що не стосується даного конфлікту. Це призведе до подальших випадків шантажу і маніпуляцій.

Відкладання рішення в довгий ящик. Сподівання, що ситуація сама «розрулиться» - це причина нових конфліктів.

Втрутитися.

Розділити в сторони.

Запропонувати припинити сварку обом сторонам, а не комусь одному, і роз'яснити, що йде пошук рішення, а до моменту ліквідації конфлікту важливо дотримуватися розстановки кадрів, віддаливши конфліктуєчі сторони. Наприклад, перевести в різні відділи, розсадити по кабінетах, перенести нараду.

Слухати і вислухати всіх. Тільки так можна скласти уявлення про необхідні дії та заходи. Нехай кожен представить свою картину конфлікту і запропонує свою модель поведінки, проаналізує можливі наслідки / результати. Якщо дозволяє ситуація, можна провести «мозковий штурм», перестановку ролей.

Підвести підсумки. Це необхідно навіть якщо обговорення ситуації здавалося цілком чітким і однозначним. Наприклад, викласти в листі ситуацію, прийняті варіанти вирішення, обов'язки кожного і бажаний результат. Або провести збори і чітко все це озвучити. Оскільки одні й ті ж підсумки і результати, співробітники можуть зрозуміти по-своєму.

Консультуватися. Щоб зрозуміти, як влагоджувати конфлікти на роботі, важливо чітко в ньому розібратися..

Проявляти контроль відкрито, повідомляючи конфліктуючим сторонам про способи відстеження ситуації, необхідної звітності.

Модель «Я-повідомлення»

а) Опис того, що було, опис події або слів які Вас засмутила (або навпаки, відсутність дій чи слів які ви чекали, а їх не було). — Коли я почула (побачила, дізналася, стала свідком) твоїх дій, слів (або бездіяльності, мовчання)...

б) Опис своєї реакції на подію, повідомити свої почуття, переживання, свої думки, свої позицію й свої нереалізовані потреби. — Я відчула... Мене охопив... Я подумала... Мені стало...

в) Висловити своє розуміння й пояснення причин того що сталося виходячи зі свого сприйняття. Мотивація своїх почуттів, думок, потреб через своє сприйняття — Тому, що я сприймаю ці дії (або бездіяльність), слова (мовчання) як ...

г) Висловити бажаний результат, очікуване майбутнє, свою надію та віру в краще. — Я вважаю за краще б... Мені хотілося б, щоб ... Я була б рада ... Я хочу поспрохати тебе...

Практичне заняття №3

Комунікації у бізнесі: поняття, роль, види, форми, процес

1. Поняття і роль комунікації.
2. Місце комунікації в управлінні бізнесом.
3. Завдання бізнес-комунікацій.
4. Види і форми комунікацій.
5. Процес комунікації.
6. Схеми організаційних структур у бізнесі.

Завдання:

1. Перегляньте матеріали за посиланнями:

https://youtu.be/2RjX8bGJU3g?si=C0_fCL15-SRoPZe8

<https://youtu.be/H6uIqUePTtw?si=Y71ApyfuX8rUtvET>

2. Проаналізуйте мапу конфліктів

<https://dialog-ua.org/>

3. Систематизуйте інформацію за такими параметрами:

- частка конфліктів у бізнес-середовищі;
- проблематика конфліктів у бізнес-середовищі (КБС);
- масштаби КБС;
- шляхи вирішення КБС.

Матеріали тренінгу:



Діловий етикет

- вітання та знайомство
- правила ділової комунікації
- правила етикету в офісі

Правила ділового етикету при вітанні та знайомстві

1. Піднімайтеся зі свого робочого місця, щоб познайомитися з тими, хто підійшов, і привітати їх.
2. Підтримуйте зоровий контакт.
3. Слідкуйте за мовою свого тіла.
4. Знайомтесь та представляйте людей правильно.
5. Здійснюйте рукостискання правильно.

Як мають поводитися присутні колеги під час представлення нового співробітника, якщо в цей час вони знаходяться на своїх робочих місцях у кабінетах?

- Присутні чоловіки мають устати зі свого робочого місця для знайомства, а жінки можуть сидіти?
- Колеги можуть привітатися, не встаючи що свого робочого місця?
- Колеги мають устати зі свого робочого місця для знайомства?



Які дії припустимі чи неприпустимі при зоровому контакті?

- постійно кивати головою;
- витріщатися;
- показувати, що вам обридло і нецікаво, обводити поглядом кімнату під час розмови;

- схилити голову на плече;
- бути зацікавленим та іноді кивати головою на знак згоди;
- дивитися людині в очі, коли обмінюєтеся з нею рукостисканням або вітаєте її.

***Чи є різниця куди спрямовувати погляд під час розмови?
Встановіть відповідність:***

Погляд сфокусовані на точці між бровами, трохи вище носа	Вважається інтимним поглядом, недопустимим у діловому спілкуванні
Погляд, сфокусований трохи нижче носа	Свідчить, що вас оцінюють, або є проявом зверхності
Погляд, сфокусований на чолі або волоссі	Свідчить про ділові відносини, підтримує серйозну, робочу атмосферу під час розмови

Вас запросили на зустріч до клієнта, де б вас мав и представити колег. Проте він попередив, зо запізнюється, і запропонував розпочати зустріч самостійно. Як треба вчинити?

- почекати, поки клієнт сам підійде;
- почекати колегу;
- представитися клієнту самостійно;
- сказати колезі, що теж запізнюєтеся, хоча насправді ви вже на місці.

3 правила (норми) представлення:

- особу молодшу за віком представляють старшій;
- чоловіка представляють жінці;
- прізвище людини, як представляють, називають після прізвище людини, якій ї представляють.

Рукоштовання

НЕ	трусить рукою вгору-вниз, ніби намагаєтеся качати воду
	тримайте іншу руку в кишені, коли обмінюєте рукоштованням
	плескайте іншу людину по плечу, коли тиснете їй руку
	стискайте руку іншої людини занадто сильно
	тримайте руку занадто розслабленою

Оскільки зміцнюються міжнародні зв'язки, варто звертати увагу на особливості рукоштовання в інших державах. Це може знадобитися під час відрядження та ділових зустрічей.

	
<p>Стать не має значення, і чоловік, і жінка можуть першими простягнути руку</p>	<p>Рукоштовання міцне, але коротке. Не можна тримати іншу руку в кишені: це вважається дуже грубим порушенням.</p>
	
<p>Для стандартне рукоштовання. Чоловік чекає, коли жінка простягне йому руку.</p>	<p>Рукоштовання міцне, з хорошим зоровим контактом. Вашу долоню або руку вище ліктя можуть потиснути іншою рукою</p>

Основні правила комунікації з використанням різних видів зв'язку

1. Дотримуйтесь формату ділового листування при використанні електронного зв'язку
2. Дотримуйтесь телефонного етикету.

3. Дотримуйтеся ділового етикету під час відеоконференцій.
4. Пам'ятайте про манери, коли користуєтеся соціальними мережами
5. Дотримуйтеся ділового етикету на зустрічах та нарадах.

Наприклад, Ви отримали електронного листа
Oltna23@investcom.ua

Тема

ДД

Як можна НАЙШВИДШЕ отримати від вас договір по корпоративному обслуговуванню???? Олена

Які помилки ділового листування ви побачили в цьому прикладі?

- використано різний шрифт і колір;
- вжито скорочення «ДД» замість «Добрий день»;
- не вказана тема листа;
- не зазначені контакти;
- слова написано з використанням Caps Lock;
- правильний діловий лист, зрозуміло, що треба зробити.

Робота з листами

- якщо пошта не належить до основних інструментів вашої роботи, перевіряйте їх кілька разів на день. Наприклад, зранку і після обіду;
- якщо для вас пошта – основний засіб комунікації на роботі, необхідно налаштувати автоматичну перевірку нових повідомлень щокілька хвилин;
- відповідайте на листи протягом 24 годин;
- якщо ви зайняті й отримали листа, то швидко вивчіть його тему та зміст, щоб зрозуміти, чи потрібно терміново відповідати.

Адресати:

Спочатку прочитайте й перевірте текст вашого листа, а потім вводьте адресу одержувача

Якщо в листі вказано кілька одержувачів, то для відповіді використовуйте «Відповісти всім», тоді ваша відповідь не пройде повз них. Додавати чи видаляти одержувачів можна в будь-який момент.

Тема листа та підпис:

- в жодному разі не залишайте тему листа порожньою. Люди, з якими ви спілкуєтеся, можуть отримувати безліч листів щоденно, і ваш просто забудеться і залишиться без відповіді;

- тема листа повинна бути короткою але зрозумілою;

- у підписі завжди вказуйте ваше ім'я та прізвище (якщо в компанії більш офіційний стиль звернення – по батькові), посаду, назву організації, контактну інформацію, посилання на сайт;

- використовуйте в підписі не всі можливі контакти, а лише ті, за якими Ви завжди доступні.

Зміст та оформлення листа:

- починайте завжди з простого вітання. Пишіть «Ви» з великої літери тільки в офіційних документах, а в електронних листах звертайтеся на «ви» з маленької – так правильно;

- діловий лист має бути точним лаконічним і змістовним. Зазначайте точні дати, цифри і факти. Намагайтеся викладати думки коротко, але зрозуміло;

- якщо в листі кілька питань або завдань, структуруйте свої відповіді. Не пишіть коротко: «Зробимо», «Буде готове», зазначте термін виконання або доповніть важливими нюансами;

- ділове листування – не місце яскравих емоцій. Не зловживайте словами, написаними з Caps Lock, курсивом, виділенням кольору, скороченнями (дяк, ДД, АСАП); не використовуйте поряд кілька однакових розділових знаків («Коли буде підписано договір???»);

- ніяких помилок, перевірте орфографію.

Розподіліть наведені зразки листування на такі, в яких дотримано правила, і такі, у яких ці правила порушено

Порушено правила ділового листування / Дотримано правила ділового листування

Ігор, Оля цікава ваша думка стосовно нових кандидатів, хто що думає?

Даніель привіт, де скачати презентацію, яку ти вчора робив для рпн?

КОЛИ У НАС ЗУСТРІЧ??? І В ЯКІЙ ПЕРЕГОВОРЦІ?

Ігоре, Світлано! Цікава ваша думка з приводу кандидатів. Хто що думає?

Даніель, привіт! Де скачати презентацію, яку ти вчора зробив для регіональної підсумкової наради?

Олено, о котрій годині в нас зустріч? І в якій кімнаті для переговорів?

Запам'ятайте

1 лист = 1 мета

1 речення = 1 думка

Речення короткі та прості

Інформація тільки з теми

Усі деталі пов'язані між собою

Розставте блоки ділового листа в правильному порядку

Заклик

Підпис

Привітання

Мета листа

Деталі

ТЕЛЕФОННА РОЗМОВА



1. Вітайтеся на початку телефонної розмови. Закінчуючи розмову, попрощайтеся зі співрозмовником.

2. Після привітання співрозмовника представтеся, назвавши ім'я, посаду та організацію(коли потрібно нагадати про себе або телефонуєте вперше).

3. На входні дзвінки відповідайте після 2-го, максимум 3-го дзвінка.

4. Зателефонувавши, запитайте, чи зручно співрозмовнику розмовляти з вами.

5. Слідкуйте за інтонацією свого голосу.

Чого варто уникати при телефонній розмові?

Жування, пиття чи куріння під час розмови.

Вибачення за те, що зайняли час співрозмовника.

Вживання фрази «Вас турбує...».

Використання спікерфона (гучномовця).

Запам'ятайте!

Коли вас просять з'єднати з колегою, не варто з'ясовувати партнера, клієнта «А хто його питає?». Краще запитати: «Можу я передати Ользі Іванівні, хто їй телефонує?» - це звучить більш професійно.

Діловий етикет під час відеоконференції



Перевірте з'єднання з інтернетом і роботу обладнання заздалегідь.

Організуйте простір місце навколо вас, знайдіть тихе місце.

Якщо ви не розмовляєте, вимкніть мікрофон.

Не відволікайтесь. «Вибачте, я відволікся. Чи не могли б ви повторити питання?» - вкрай непрофесійна репліка.

Подбайте про свій зовнішній вигляд. Намагайтеся підійти до відеоконференції так, ніби на вас чекає особиста зустріч.

Чого варто уникати під час відеоконференцій?

- знаходитися в неохайному, захаращеному приміщенні, куди постійно можуть заходити сторонні особи чи домашні тварини;

- голосно кричати, щоб було чути всім (навіть сусідам);
- одягатися у зручний домашній одяг;
- під час конференції займатися своїми справами, а потім запитувати, що ви пропустили.



Правила користування соціальними мережами

Ніколи не говоріть зневажливо про роботу або колег, спілкуючись у соціальних мережах, оскільки інформація поширюється дуже швидко й ваші співробітники можуть дізнатися про ваші негативні висловлювання. Навіть короткий коментар у фейсбуці або твітері, залишений у стресовій ситуації (наприклад «я ненавиджу свою роботу»), може обернутися проти вас.

Будьте чемні у будь-якій професійній або соціальній мережі.

Будьте обережні з постами, які ви залишаєте.

Інформація про вас має бути актуальною.

Чітко розмежуйте особистий обліковий запис з постами для вузького кола та напівкомерційну сторінку, де можна взаємодіяти з користувачами з організаційних, фінансових та інших питань.

Утримуйтеся від додавання користувачів соціальних мереж у групі вашої компанії без їхньої згоди, навіть якщо запропонований товар чи послуга можуть їм знадобитися.

Не забудьте обрати професійну фотографію для вашого портфолію.

Діловий етикету на зустрічах та нарадах

1. Ніколи не запізнюйтесь на зустріч.
2. Слідкуйте за тим, як ви сидите.
3. Говоріть коротко та чітко.
4. Телефон, поставлений на беззвучний режим, залиште кишені або в сумці.
5. Не залишайте після себе безлад.

5 правил поведінки в офісі

ПРАВИЛО 1. Зовнішній вигляд відбиває вашу професійну поведінку та надійність

ПРАВИЛО 2. Зробіть робоче місце комфортним не тільки для себе, а й для оточуючих.

ПРАВИЛО 3. Ставтеся до колег з повагою, будьте ввічливі, дотримуйтесь гарних манер.

ПРАВИЛО 4. Зробіть зустріч партнера, клієнта в офісі комфортною

ПРАВИЛО 5. Дотримуйтесь ділового етикету в неформальній обстановці.



Яким речам не місце на робочому столі

Предмети релігійного призначення

Предмети вашого хобі

Сувеніри, символи року

Книги, журнали, що стосуються професійної діяльності

Цукерки, IQOS

Що може бути на робочому столі

Візитні картки та інші предмети ділового стилю

Календар

документи

Книги, журнали, що стосуються професійної діяльності

Щоденник, записна книжка

Канцелярія

Норми поведінки під час перебування у кабінеті:

1. Верхній одяг залишайте в гардеробі, не вішайте його на спинку стільця, тим більше не залишати на столі.
2. Парасолі не прийнято сушити в робочому кабінеті, створюючи перешкоди для оточуючих.
3. Приводьте до ладу свій вигляд лише в туалетній кімнаті, а не на робочому місці.
4. Напої для їжа на робочому місці – табу.
5. Якщо в офісі відсутнє місце для приймання їжі та доводиться обідати прямо за комп'ютером, уникайте страв з різким запахом.
6. Чай та кава на робочому місці цілком припустимі. Але чашка повинна бути максимально нейтральною, без веселих написів, чистою, без слідів помади, залишків чаю чи кави.

Норми поведінки в офісі:

1. Приходячи в офіс вітайте колег нейтральним добрим ранок/добри день. Обов'язково вітайтеся у відповідь. Протягом дня вітайте всіх, навіть якщо особисто з кимось не знайомі – кивок, осмішка, доброзичливий погляд. Не страшно, якщо з кимось привітетесь кілька разів.

2. Прийнято стукати в кабінет керівника в разі відсутності секретаря. Якщо керівник говорить по телефону, але жестом показує, що можна увійти – заходьте.

3. Для серйозної розмови по телефону варто виходити із загальної кімнати туди, де вас ніхто не почує. Це ж стосується розмов з батьками, дітьми, друзями.

4. У кабінеті ставте телефон на беззвучний режим. Якщо запальний рингтон дзвонить у колеги в його відсутності, - не вимикайте самостійно, дочекайтеся повернення і ввічливо попросіть поставити на беззвучний режим.

Чи потрібно стукати, якщо заходите в кабінет колег, рівних за статусом?

За правилами етикету стукати потрібно лише в особисті кабінети. У кабінети, де працює три-чотири особи, стукати не обов'язково.

Недопустимо:

- прикидатися хворим, якщо здоровий;
- виходити на роботу, якщо захворіли;
- звинувачувати колег у своїх помилках;
- поширювати чутки або плітки про колег.

Зустріч партнера, клієнта в офісі:

– не змушуйте гостя чекати в приймальні, це не найцікавіше місце вашого офісу;

– детально поясніть, як краще дістатися до місця зустрічі, назвавши оптимальний маршрут. Точно зорієнтуйте гостя, де розташований ваш офіс, кабінет;

– привітайтеся, посміхнувшись і потиснувши руку. При зустрічі в кабінеті / на індивідуальному робочому місці – підніміться і вийдіть з-за столу;

– якщо гість вперше в офісі, ви маєте зустріти його і провести в потрібний кабінет, ідучи попереду та вказуючи дорогу;

– запропонуйте сісти, вказавши місце, яке буде комфортним і зручним для ведення записів.



Діловий етикету в неформальній обстановці

1. Відвідування неформальних заходів, які організовує компанія, є обов'язковим.
2. Якщо ви не маєте змоги відвідати захід з об'єктивних причин, потрібно обов'язково поставити до відома керівника.
3. Важливо приходити вчасно, оскільки на початку заходу керівник зазвичай бере слово і вітає присутніх.
4. Якщо на заході передбачено фуршет, то тримайте келих або тарілку в лівій руці, права рука буде вільною для рукостискань, а також не буде вологою чи холодною.

Практичне заняття №4

Стратегії ведення переговорів. Маніпулятивні технології

1. *Поняття маніпуляції в переговорах:*
 - а) варіанти емоційного тиску;
 - б) варіанти маніпуляції довірою;
 - в) варіанти маніпуляції обставинами;
 - г) варіанти маніпулятивної подачі інформації.
2. *Популярні маніпулятивні тактики.*
3. *Типи маніпуляторів за Евереттом Шостромом.*
4. *Причини маніпулятивної поведінки та прийоми захисту від маніпуляторів.*

Завдання:

1. Доберіть приклади бізнесманіпуляцій(кіно, художня література, засоби масової комунікації тощо). Ідентифікуйте технологію, доведіть.
2. Складіть чекліст для ефективного захисту від маніпуляцій.
3. Охарактеризуйте один із типів маніпуляторів.
4. Проаналізуйте 2 переговорні кейси.

КЕЙС 1*Опис ситуації*

Марина обіймає посаду директора компанії, яка продає кормові добавки агропідприємствам. Хоча в її компанії працюють досвідчені працівники, вона намагається за будь-якої нагоди брати участь у переговорах особисто. Марина добре знається на продукції свого підприємства: натхненно говорить про це. Вона переконана, що кращий спосіб завоювати клієнта - дарувати йому щастя.

Марина приїжджає на переговори з головним агрономом агрогосподарства Віктором Петровичем. У телефонній розмові вона вже коротко розповіла про продукцію своєї компанії і попросила призначити зустріч.

Переговори

Вона "влітає" в кабінет, майже підбігає до Віктора Петровича, який щойно підвівся, і впевнено хапає його руку у свої. Агроном робить спроби вирвати руку, але отримує свободу тільки секунд через шість після захоплення. (1)

Марина, трохи нахилившись вперед:

- Нарешті ми зустрілися. Я дуже рада вас бачити. Впевнена, ми будемо чудовими партнерами.

- Я не говорив, що ми працюватимемо.

- Будемо-будемо. Коли ви дізнаєтеся, з якою радістю я до вас прийшла, ви мене звідси взагалі не випустите.

- У нас наразі все є. - починає Віктор Петрович.

- У вас є? Прекрасно! У всіх є! Але хто ж не хоче бути ще щасливішим ніж він є. Ось я хочу. А Ви?

Віктор Петрович нерішуче киває і розтуляє рота, щоб щось сказати, але не встигає.

- Отже, наші продукти, - Марина посміхається і активно жестикулює, - я не хімік і не агроном, тому всіляких там біохімічних

подробиць не знаю. Але я знаю точно, що наші партнери - найщасливіші люди!

- Чому? Завдяки добавкам? - не розуміє потенційний клієнт.

- Ах, про що ви?:) Які добавки?:) Ми не продаємо добавки. Тільки радість! Ви виходите в поле й бачите, як колоситься пшениця. Це радість? (Олександр киває)

А ви вічуєте радість, коли, незважаючи на те, що місяць не було дощу, кукурудза прекрасно зав'язалася? (Віктор Петрович киває).

Ось! Усе це ви матимете, співпрацюючи з нами. А ви говорите - добавки.

Віктор Петрович:

- Ну гаразд (посміхається). Розповідайте про свої добавки.

Надія швидко розповідає про добавки, закінчуючи так:

- Щоб ви могли ще більше переконатися у своєму щасті, залишаю вам ось ці папірці - тут результати численних дослідів. А поки що, нумо визначитися, з чого ми розпочинаємо нашу співпрацю. Я вам пропоную....

Далі партнери домовляються про обсяги, форму оплати і так далі. Прощаються друзями, задоволені один одним і прийнятим рішенням.

КЕЙС 2

Опис ситуації

Продавці компанії, що торгує дорогим алкоголем, два роки намагалися пробитися в мережу ресторанів, де були представлені широким асортиментом їх конкуренти. "Нам не потрібно" - постійно говорили закупівельники. Потрапити на зустріч з керівником відділу закупівель продавці не могли. "Він не приймає ніяких продавців. Якщо нам щось знадобиться, ми з вами зв'яжемося" - і так кожного разу.

Керівник відділу продажів (Максим) вирішив сам спробувати пробитися до клієнта, але отримав ту ж відповідь, що і його підлеглі. Максим витратив декілька годин і вивчив активність "об'єкта бажань" у соціальній мережі.

За постами і коментарями вимальовувалася людина, що любить, щоб її думку цінували, досить амбітна і з почуттям гумору. А через тиждень у нього до загальної радості стався день народження. У

цей знаменний день кур'єр приніс Денису барвисту коробку, в якій було декілька пляшок дорогого алкоголю і маленька записка :

"З днем народження, Денисе! Нехай збудуться усі Ваші мрії! І заразом нехай збудеться моє скромне бажання - зустрітися з Вами. А раптом спрацює:) Мій телефон. З повагою, керівник відділу продажів компанії Х, Максим Федоров".

Наступного дня колишній іменинник подзвонив Максиму і призначив зустріч.

Переговори

Денис подав руку Максиму, запропонував сісти в крісла біля невеликого столика, де стояли цукерки, печиво, вода. Переговори розпочалися з посмішки Дениса, що зручно розкинувся в кріслі:

- Ну ти настирливий:)

- Що є, то є.

- Любиш домагатися свого?

- Як і кожен нормальний мужик. Ти ж і сам такий?

- Звідки знаєш?

Далі опоненти поговорили про справжніх чоловіків, досягнення мети й ще про багато дуже важливих речей. Але Максим жодного слова не вимовив про справжню мету свого візиту, хоча обом парламентарам вона була відома (2).

Нарешті Денис запитав:

- Хочеш, щоб я закупаював ваш алкоголь?

- Так.

- І що, як ти вважаєш, продаватиметься у нас з вашого асортименту?

- Все.

- Все - це навряд чи.

- Точно - все.

- Чому?

- Ось дивися. Ваші клієнти діляться на дві категорії залежно від платоспроможності. Для першої категорії ми пропонуємо....., для другої підійдуть.... (Максим детально розповів про свої продукти і аргументував можливість їх купівлі клієнтами мережі ресторанів).

- Ти розумієш, усе це здорово. Але у нас для обох цільових аудиторій вже є достатній асортимент. Клієнти задоволені, керівництво задоволене. Сам розумієш - навіщо мені сіпатися?

- А ти хіба задоволений?

- А я що?

- Ось скажи, може ваша мережа отримувати більше прибутку за рахунок більшого чека?

- Може, напевно. Але це вже справа офіціантів. Їх робота, як запропонувати, що порадити та інші тонкощі. Моя справа - щоб було що продавати.

- Ти маєш рацію. І у вас є що продавати. А скажи, ви навчаєте офіціантів?

- Так.

- А яка плінність серед них?

- Досить велика.

- Чому?

- Зазвичай тому, що погано працюють: не спілкуються з клієнтом, не запитують, не пропонують.

- Тобто ваше керівництво в них регулярно вкладає гроші: на набір, навчання, стимуляцію - і значна частина цих грошей відлітає котові під хвіст?

- Ну, десь так.

- Скільки відсотків від усього чека займає алкоголь, якщо клієнт замовляє дорогий алкоголь?

- Немало. Десь (називається цифра).

- Тепер давай рахувати. Гроші, витрачені на навчанні офіціантів, - мінус. Гроші, недоотримані по чеку - мінус. Так? (Денис киває) Офіціантів ти змінити не можеш. Це не твоя робота. (Денис киває) А ось чек збільшити ти можеш. За рахунок чого? Ми регулярно цікавимося у офіціантів, як клієнти реагують на наш алкоголь. За їх спостереженнями, майже завжди йде дозамовлення, тому що "ти ось цей скуштуй!". Дозамовлення, сам розумієш, недешево. Це раз.

Тепер два. Ми самі навчаємо офіціантів продавати нашу продукцію, а разом і продавати взагалі. Вам прибуток і нуль витрат.

Третє. Ми за узгодженням з керівництвом ресторану ставимо свою людину в залі - у разі потреби вона підходить і розповідає клієнтам про нашу продукцію. Розповідає казки-легенди: професійно і цікаво - тому клієнт або замовляє відразу або замовить наступного разу. Драматична історія сімейства виноробів, які вирощують цей сорт, запам'ятовується краще ніж вміст цукру і спиртів. Водночас офіціанти ресторану бачать клас продажів і запам'ятовують історії.

Отже. Ви ставите наш алкоголь. Усе інше робимо ми. Ваш чек росте. Шеф щасливий. Ти - молодець.

Хвацько закрутив:) Але мій шеф запитує єдине: скільки ми заробляємо на одній пляшці? Тобто, якщо ти запропонуєш ціну нижчу від конкурентів, він може подумати.

- Не запропоную. Але дам тобі схему, за якою твій шеф бачитиме, як зможе отримувати більше прибутку від співпраці з нами, ніж від співпраці з конкурентами. Шеф зорієнтується між дешево і прибутково. Він у вигаші. І ти у вигаші.

Розлучилися парламентарі цілком задоволені один одним і результатом. Незабаром був підписаний договір між їх компаніями.

Практичне заняття №5

Практикум з письмових бізнес-комунікацій

1. Сутність, критерії та завдання ділового листування.
2. Типові помилки у діловому листуванні.
3. Маніпуляції у діловому листуванні.
4. Правильний початок і завершення професійного ділового електронного листа.

Завдання:

Завдання 1. Виправити, де потрібно, помилки у поданих словосполученнях: рахувати своїм обов'язком; відноситися до обов'язків; не мішай слухати; зайшов на пару хвилин; надати допомогу; губити життя; поступив справедливо; поступив на роботу; поступили заявки.

Завдання 2. Продовжіть один із листів.

1) Шановні панове! Підтверджуємо отримання вашого листа від 01.07.2021 р. на постачання 2 тис. примірників навчального посібника «Бізнесетика». Повідомляємо, що...

2) Шановний пане...! Один із основних принципів роботи нашої компанії – гідно цінувати своїх клієнтів. До Вас ми ставимося з особливою повагою, адже впродовж нашої співпраці в нас не виникало серйозних непорозумінь. Однак учора наша бухгалтерія повідомила, що Ви вчасно не оплатили кілька рахунків. Розуміємо, що...

Завдання 3. Напишіть один із таких листів:

1) лист-відмову претендентові на вакантну посаду. Ваше завдання – переконати адресата в тому, що у вас немає іншого виходу;

2) лист, в якому ви просите вибачення за те, що не прийшли на ділову зустріч, про яку домовлялися не особисто, а через свого секретаря. Пояснити, що помилка сталася через непорозуміння та висловити сподівання на повторну зустріч по деякім часі;

3) лист-запит комерційної пропозиції (запит на відкриття представництва, запит рекомендації від ділового партнера);

4) лист-подяку організації, яка фінансово підтримала важливу добродійну акцію.

Завдання 4 Зробіть заміну наведених фраз більш коректними. Просимо Вас негайно оплатити рахунки.

Шановні колеги, скільки можна чекати відповіді на листа?

Ми не приймаємо Вашої пропозиції.

Ми не даємо згоди на подальшу співпрацю.

Запам'ятайте, якщо ви не ліквідуєте заборгованість, ми розірвемо контракт.

Вивчіть наші пропозиції і дайте відповідь.

Практичне заняття №6**Секрети ефективної комунікації, логічна структура виступів контакт з аудиторією**

1. Секрети ефективної комунікації.
2. Алгоритм побудови логічної структури представлення проєкту.
3. Формулювання мети презентації. Вибір оптимального способу подачі матеріалу.
4. Робота над структурою презентації, використання асоціацій та метафор.
5. Роль емоцій у презентації ідеї та смислу проєкта.
6. Піраміда логічних рівнів.

Завдання:

1. Скласти риторичну промову (2-3 сторінки формату А4), мета якої – переконати слухачів, що дотримання правил етикету

створює імідж ділової людини, та у неприпустимості маніпуляцій у діловому спілкуванні.

2. Для аргументації використати вислови відомих людей та **дібрати 2-3 вислови:**

Манери – не дрібниці, вони – плід шляхетної душі і чесності розуму (А.Теннісон).

Вихованість – єдине, що може привернути до тебе людей з першого погляду, бо щоб розпізнати в тебе великі здібності, потрібно більше часу (Ф.Честерфільд).

Не проминіть ніколи людину, не привітавши її, і добре слово їй мовте («Повчання дітям» Володимира Мономаха).

Хто принижує оточуючих, той ніколи не буде великий сам (Й.-Г.Зейме).

Етикет – це розум для тих, хто його немає (Ф. Вольтер).

Практичне заняття №7

Захист колективних проєктів

1. Розподіл ролей і планування колективної діяльності.
2. Добір засобів опрацювання даних та засобів подання результатів проєкту.
3. Розробка стратегії пошуку інформаційних матеріалів.
4. Правила захисту та презентації проєкту.
5. Формати представлення результатів проєктної діяльності.
6. Сценарій захисту та використання технік переконання.

Завдання:

Об'єднайтеся у групи по 3-4 особи, розробіть сценарій тренінгу з бізнес-комунікацій (наприклад, міжособистісна взаємодія; ефективні комунікації, особистісне зростання, успішне командування (тимбилдинг), конфлікт як загроза згуртованості колективу підприємства; шляхи профілактики та вирішення конфліктів у колективах підприємств; самопізнання та самопрезентація; розвиток емоційного інтелекту; успішна співбесіда тощо) для вашої компанії, підготуйте презентацію і продемонструйте.

Структура презентації:

Назва тренінгу, цільова аудиторія.

Завдання тренінгу та його актуальність для сучасних бізнес-структур.

Зміст тренінгу (етапи).
 Функції і завдання учасників тренінгу.
 Оцінювання результатів роботи команд.

Рекомендації:

1. Тренінг повинен проходити за стандартами

Ці стандарти є загальновідомі: відповідність приміщення, тобто тренінг повинен проходити у приміщенні з дотриманням вимог площі, гарного освітлення, комфортних умов для учасників.

2. Тренер має бути компетентним з теми свого тренінгу. Складно навчати людей тому, в чому сам не компетентний.

Мистецтво проведення тренінгу має декілька рівнів: на першому рівні вчать проводити тренінг, на другому – розробляти тренінг, на третьому рівні відбувається процес оволодіння різними техніками безпосереднього проведення тренінгу з подальшим детальним розглядом окремих аспектів тренінгу.

3. Роботи з різними технічними та мультимедійними засобами. Наочність допомагає кращому засвоєнню матеріалу тренінгу, тому доречно готувати презентацію до виступу, використовувати проєктор для її показу.

4. Тренінг повинен мати чітко розроблений план проведення. Основою проведення тренінгу є його план, який повинен бути детально розробленим і постійно доповнюватися, удосконалюватися. Бажано мати декілька варіантів перебігу тренінгу.

5. Секрет успішного тренінгу полягає в психологічному аспекті – тренінг проводиться для того, щоб відбулися зміни в людині, її знаннях, навичках, поведінці, переконаннях, ставленні до світу.

На тренінг приходять люди, які мають свою точку зору. Для того, щоб відбулися зміни, потрібно вивести людину із зони рівноваги її переконань, досягти цього можна завдяки провокації на пошук спільних альтернативних варіантів вирішення проблеми, яка її конкретно турбує.

6. Потрібно підготувати «валізу тренера». Зазвичай, тренери багато подорожують, проводять тренінги в різних містах і селах, з різним рівнем підготовки організаторів тренінгу на місцях. Трапляються випадки, коли на тренінгу немає необхідної липкої стрічки чи маркера, тому тренер починає на місці вигадувати альтернативні варіанти допоміжних матеріалів. Щоб не стати

заручником подібної ситуації, кожен тренер повинен мати «валізу тренера», яка повинна вмещувати декілька маркерів різних кольорів, паперовий скотч, різнокольорові стікери, декілька аркушів білого та кольорового паперу.

7. Зовнішній вигляд тренера має відповідати очікуванням аудиторії. У випадку, якщо це бізнес-тренінг – зовнішній вигляд має бути офіційним, якщо тренінг одноденний, зовнішній вигляд має бути офіційно-діловим, але якщо тренінг триває декілька днів – з кожним днем тренінгу тренер може одягатися менш офіційно.

8. Застосування різних технік взаємодії з учасниками.

Краще всього проводити тренінги в парах і рекомендовано, щоб пара була різностатева – чоловік та жінка. Від одного тренера аудиторія психологічно втомлюється, особливо коли тренінг триває декілька днів. Якщо тренер працює самостійно, він опрацьовує різні техніки взаємодії з аудиторією, у тому числі особливості зорового контролю аудиторії, вибирає правильну позицію на тренінгу, готує приміщення (розташування меблів), яке дозволить покращити взаємодію з учасниками.

Спілкування між тренером та учасником має базуватися за принципом «рівний рівному».

9. Потрібно підтримувати контакт з учасниками після тренінгу. Тренер повинен підтримувати психологічний та інформаційний контакт з учасниками тренінгу, наприклад, через декілька днів надіслати фотографії з тренінгу або повідомити джерело, де їх можна завантажити.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА.

1. Бізнес-комунікації в міжнародному менеджменті: навч. Посіб./Батченко Л. В., Бондар І. С., Русавська В. А. – Київ: Видавництво Ліра-К, 2017. – 304 с.
2. Бізнес-комунікації: навчально-методичний комплекс [Електронний ресурс] : навч. Посіб. Для студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг», освітньо-професійної програми «Промисловий маркетинг» / Укладач: Л.М. Шульгіна – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. – 151 с.
3. Business Communication and Report Writing. Handbook URL: <https://www.fasset.org.za/downloads/Business Communication and Report Writing Handbook.pdf>
4. Віннікова І.І. Особливості використання інструментів SMM у маркетинговій діяльності українських підприємств // Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2017. - №14. С. 270-285.
5. Восс К., Рез Т. Ніколи не йдуть на компроміс. Техніка ефективних переговорів. – Київ.: Наш формат. 2019. 263 с.
6. Етика ділового спілкування : навчальний посібник / [Т.Б. Грищенко, С.П. Грищенко, Т.Д. Іщенко та ін.]. К.: Центр учбової літератури, 2017. 344 с.
7. Ларі Кінг, Білл Гілберт. Як розмовляти будь з ким, будь-коли і будь-де. Секрети успішного спілкування. Київ: Моноліт-Bizz. 2023. 204 с.
8. Рахліс В., Павленко О. Переговори і медіація. Підручник для підготовки професійного переговорника. Дніпро: Гудвін. 2020.
9. Снітинський В., Завальницька Н., Брух О. Діловий етикет у міжнародному бізнесі. Львів.: Магнолія. 2017. 287 с.
10. Тимохова Г.Б. Етика в рекламній та PR-діяльності. Львів.: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету. 2018.
11. Шевченко Л. С. Стратегічний бізнес-консалтинг: навч. Посіб. Харків: Право, 2019. 302 с.
12. Шульгіна Л., Тищенко О. Інтернет комунікації та їх вплив на конкурентні позиції підприємства // Актуальні проблеми економіки і управління, Вип. 10, 2017. URL: http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/66908/pdf_50

Рекомендовані інформаційні джерела

1. <https://www.youtube.com/watch?v=NPTMs0eCc9M> – Комунікації в бізнесі.
2. <https://life.nv.ua/ukr/blogs/moment-prozreniya-kak-naladit-kommunikaciyu-v-biznese-50072511.html> – Комунікації в бізнесі.
3. <https://www.youtube.com/watch?v=ZLKTPQVuxr8> – Дієві комунікації. Практика репутаційного менеджменту.
4. https://www.youtube.com/watch?v=Lx3wFdG_YDs – Правила ефективної комунікації.
5. <https://www.youtube.com/watch?v=GxAobdahR34> – The Communication Process.
6. <https://www.youtube.com/watch?v=yf83PQJThIU> – Організаційна структура: що це таке і навіщо вона потрібна?
7. <https://www.youtube.com/watch?v=ihLPZx6ZwfA> – Типи організаційних структур.
8. <https://www.youtube.com/watch?v=-6Zuj7Osg3U> – Діловий стиль: базові речі для бізнесвумен.
8. <https://www.youtube.com/watch?v=qEOuTbz2Fss> – Дрес-код для успішних чоловіків.
9. <https://www.youtube.com/watch?v=C16RvH8Qbac> – Поняття професійної етики та її структура.
10. <https://www.youtube.com/watch?v=Ef-wMp-yY0E> – Приклад складних переговорів.
11. <https://www.youtube.com/watch?v=ZLKTPQVuxr8> – Дієві комунікації. Практика репутаційного менеджменту.
12. <https://www.youtube.com/watch?v=7MtqeRC1z90> – Як маніпулюють людьми через телебачення?
13. <https://www.youtube.com/watch?v=7DGxvkdqWRA> – Маніпуляції у рекламі
14. <https://www.youtube.com/watch?v=62mmEanimRw> – Як нами маніпулюють
15. <https://www.youtube.com/watch?v=peN09BPRzg8> – 5 психологічних трюків, яким не учать у школах
16. <https://www.youtube.com/watch?v=SdpDuECR6z8> – Мистецтво публічного виступу
17. <https://www.youtube.com/watch?v=K-ftQPGT2gs> – Як підготуватися до виступу на публіці

18. https://www.youtube.com/watch?v=dccgkJVgtpI&list=PL1PiwamTwYsNf9_GzD_yDH3e0chEXTzj у Майстер-клас «Ораторське мистецтво». Заняття 1.

19. https://www.youtube.com/watch?v=dkVsXjl0b8k&list=PL1PiwamTwYsNf9_GzD_yDH3e0chEXTzj у&index=2 Майстер-клас «Ораторське мистецтво». Заняття 2.

20. https://www.youtube.com/watch?v=qEfaC9_ipiI&list=PL1PiwamTwYsNf9_GzD_yDH3e0chEXTzj &index=3 Майстер-клас «Ораторське мистецтво». Заняття 3.

Додаток А

Тест « Оцінка самоконтролю в спілкуванні» (за Маріоном Снайдером)

За допомогою цього тесту ви можете визначити свій рівень контролю при спілкуванні з іншими людьми. Уважно прочитайте десять пропозицій, які описують реакції на деякі ситуації.

Кожну з них оцініть як прийнятну або неприйнятну для себе. Прийнятну – позначте буквою **П**, а неприйнятну – буквою **Н**.

1. Мені здається важким наслідування звички інших людей.
2. Я б, мабуть, міг поваляти дурня, щоб привернути увагу або потішити оточуючих.
3. З мене міг би вийти непоганий актор.
4. Іншим людям іноді здається, що я переживаю щось більш глибоко, ніж це є насправді.
5. У компанії я рідко опиняюся в центрі уваги.
6. У різних ситуаціях і в спілкуванні з різними людьми я часто поведжуся абсолютно по-різному.
7. Я можу відстоювати тільки те, в чому щиро переконаний.
8. Щоб досягти успіху в справах і у відносинах з людьми, я прагну бути таким, яким мене хочуть бачити.
9. Я можу бути доброзичливим з людьми, яких я не терпіти не можу.
10. Я не завжди такий, яким здаюся.

Оцінка результатів: по одному балу нараховується за відповідь «Н» на 1, 5, 7 питання і за відповідь «П» – на всі інші. Підрахуйте суму балів.

0-3 бали показують низький комунікативний контроль, тобто ваша поведінка стійка і ви не вважаєте за необхідне змінюватися залежно від ситуації. У вас є здібності до широкого розкриття в спілкуванні, від чого дехто вважає вас «незручним» через вашої прямолінійності.

4-6 бали свідчать про середній комунікативний контроль. Ви щирі, але не стримані у своїх емоційних проявах. Проте рахуетесь у своїй поведінці з іншими людьми.

1-10 балів вказують на високий комунікативний контроль. Ви легко входите в будь-яку роль, гнучко реагуєте на зміну ситуації,

добре відчуваєте інших, можете передбачати враження, яке справите на інших.

МАНІФЕСТ ПІДПРИЄМЦЯ

Це Кодекс честі сучасного українського підприємця.

Я вірю в те, що досягнення усіх цілей можливе.

Адже я бачу можливості там, де інші бачать страшну прірву.

Я займаюся підприємництвом із задоволенням та радістю. Це улюблена справа, якій я присвятив своє життя.

Неважливо, чому я став підприємцем — через бажання і талант, через сюрпризи життя чи за потребою. З тієї миті, коли я відкрив власну справу, я усвідомив, що несу відповідальність не лише за себе. Хоча часом мені й буває страшно, я усвідомлено приймаю на себе всі ризики. Я розумію, що відповідаю за свій продукт, свою команду та своїх клієнтів. Моя діяльність допомагає країні розвиватися.

Я — підприємець нового покоління в Україні. Не має значення, скільки мені років, у якому населеному пункті я працюю і якого розміру мій бізнес. Важливо те, які у мене цінності та як я поводжу себе зі своїми партнерами, підрядниками, співробітниками та клієнтами.

У моєї компанії є філософія, місія і візія. Для мене це не просто слова.

Я працюю щодня, щоб мій продукт чи послуга був безпечним та якісним, відповідав запитам і потребам українського споживача.

Щодня я навчаюся та роблю висновки з життєвих бізнес-уроків, які дають мені змогу професійно зростати. Я постійно розвиваюся, щоб уміти робити щось краще за інших, адже це потрібно мені і відкриває перспективи мого майбутнього.

Я навчаю свою команду і не боюся передавати набуті знання.

Я дотримуюсь принципів доброчесності, уникаючи шахрайства.

Я не затримую платежі своїм підрядникам та з усіх сил намагаюся виконувати дані мною обіцянки. Навіть якщо у мене щось не виходить зробити вчасно, я завжди докладаю максимум зусиль та отримую позитивний результат.

Вчасно сплачую податки та поважаю закони, навіть якщо хтось інший обирає порушувати правила гри.

Я — підприємець, і я пишаюся ним бути. Це найкраща у світі діяльність.

Щодня я вчуся насолоджуватися перемогами та гідно сприймати власні й чужі поразки. Вірю, що характер справжнього підприємця завжди проявляється у кризових ситуаціях.

Я впевнений, що труднощі роблять мій досвід більш значущим, а успіх завжди має бути результатом кропіткої праці.

Поважаю і ціную всіх, хто зі мною на цьому шляху.

Для нас, підприємців, немає нічого неможливого.

Я створюю. Я навчаюся. Навіть якщо я падаю, я підіймаюся.

Я вірю, що ніколи не пізно почати здійснювати власну мрію.

Кодекс честі — запропонований стандарт поведінки підприємців всіх форм власності, що визначає норми для підприємців та зобов'язує виявляти повагу та відповідальне ставлення до всіх людей, незалежно від статі, віку, раси, релігії, фізичного чи сімейного стану, будь-якої іншої приналежності.

<https://business.diiia.gov.ua/manifest>