

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

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ**

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

Методичні вказівки до самостійної роботи 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. – 30 с.

Укладач: І.В. Чернова, канд. філол. наук, доц., доц. каф. БтаУ

Рецензенти: Т.О. Пожуєва, докт. екон. наук, проф., проф. каф. БтаУ  
О.М. Крайнік, канд. екон. наук, доц., доц. каф. БтаУ  
Ю.Г. Полежаєв, канд. філол. наук, доц.

Відповідальний за випуск: Ткаченко А.М., зав. каф. БтаУ, д.е.н., 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
1. Тематика практичних занять	5
2. Теми для самостійного опрацювання	7
3. Робота над проектом	9
4. Неформальна освіта	12
5. Тестові завдання до модульного контролю	15
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА	27
Додаток А	30

## ВСТУП

Відповідно до п.4.1 Положення про організацію освітнього процесу в Національному університету «Запорізька політехніка» формами організації освітнього процесу в НУ «Запорізька політехніка» є:

- навчальні заняття;
- самостійна робота;
- практична підготовка;
- контрольні заходи.

Обсяг годин, що відводяться на самостійну роботу, розраховується відповідно до форми здобуття освіти. Навчальний час, що відводиться на самостійну роботу осіб, що здобувають освіту за денною формою, становить від 1/3 до 2/3 загального часу, відведеного на вивчення дисципліни.

Зміст самостійної роботи здобувачів визначається робочою навчальною обов'язкової дисципліни «Бізнес-комунікації», цими завданнями та рекомендаціями.

Самостійна робота з дисципліни «Бізнес-комунікації» передбачає такі види:

- підготовка до аудиторних занять (лекцій, практичних);
- робота над окремими темами навчальної дисциплін, що винесені на самостійне опрацювання;
- підготовка до модульного контролю;
- участь у заняттях з використанням тренінгових форм, рольових та ділових іграх;
- виконання колективної роботи на проєкті – розробкою та презентацією тренінгу;
- участь у науково-практичних конференціях, семінарах, конкурсах, олімпіадах;
- неформальна освіта.

## 1. ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Підготовка до практичних занять – це базова самостійна робота забезпечує підготовку до аудиторних з навчальної дисципліни. Результати цієї підготовки виявляються в активності на заняттях. Готуючись до практичних занять, потрібно: опрацювати лекційний матеріал і рекомендовану літературу; підібрати літературу й електронні джерела інформації; виконати домашні завдання.

### **Тема 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.

### **Тема 2. Типологія конфлікту. Правила запобігання конфлікту(2 год). 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.

### **Тема 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.

#### **Тема 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.

#### **Тема 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.

#### **Тема 6. Секрети ефективної комунікації, логічна структура виступів контакт з аудиторією**

1. Секрети ефективної комунікації.
2. Алгоритм побудови логічної структури представлення проекту.
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 проекту.
6. Піраміда логічних рівнів.

#### **Тема 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.

## **2. ТЕМИ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ОПРАЦЮВАННЯ**

**Тема 1.** Етика бізнесу: еволюція розвитку, поняття та значення

1. Становлення етики бізнесу як наукової дисципліни.
2. Основні поняття та визначення етики бізнесу.
3. Структура етики бізнесу.

**Тема 2.** Корпоративна етика та корпоративна культура

1. Поняття корпоративної етики.
2. Етичний кодекс фірми.
3. Етичні принципи корпоративної поведінки.
3. Ділова етика та діловий етикет.

**Тема 3.** Ділова етика та діловий етикет

1. Діловий етикет як складова корпоративної культури.
2. Діловий етикет як різновид етикету.
3. Найпоширеніші помилки у сфері ділового етикету.

**Тема 4.** Етико-психологічні засади етики бізнесу

1. Етико-психологічні засади етики бізнесу.
2. Основні поняття етики та психології ділових відносин.
3. Структура етики та психології ділових відносин етичні принципи ділового протоколу.
4. Етико-психологічні основи взаємин керівника і підлеглих.
5. Етико-психологічні засади взаємин з клієнтами та партнерами по бізнесу.
6. Гендерні засади ділових відносин.

**Тема 5.** Основи конфліктології

1. Предмет конфліктології як науки.
2. Теорії конфлікту.

3. Сутність та характерні риси конфлікту.
4. Міжособистісні конфлікти.
5. Управління міжособистісними конфліктами в організації.
6. Ділові конфлікти в організації.
7. Управління конфліктами в діловій сфері.

**Тема 6.** Психологічна природа спілкування

1. Гармонія і дисгармонія спілкування.
2. Основні види міжособистісної взаємодії. Роль міжособистісних взаємин у спілкуванні.
3. Моделі і стилі спілкування.
4. Психологічна культура спілкування.
5. Психологічні ефекти установки. Методичні прийоми та психологічні закони ефективного спілкування.
6. Теорії міжособистісної взаємодії.
7. Соціальні типи в діловому спілкуванні.

**Тема 7.** Місце і роль вербальної та невербальної форм спілкування в бізнесі

1. Засоби ділового спілкування.
2. Вербальне спілкування в етиці бізнесу.
3. Невербальна форма спілкування у бізнесі.
4. Культура мовлення.

**Тема 8.** Мистецтво ділового спілкування

1. Спілкування як самостійна та специфічна форма активної особистості.
2. Функції спілкування (комунікації).
3. Ділове спілкування та його особливості.
4. Способи ділового спілкування.
5. Моделі спілкування.
6. Стилi ділового спілкування.

**Тема 9.** Етика діловодства

1. Поняття про діловодство, документ.
2. Правила організації діловодства в організації.
3. Класифікація документів.
4. Законодавча та нормативно-методична база діловодства.

**Тема 10.** Колективне обговорення ділових проблем

1. Ділова бесіда (розмова) як вид міжособистісного ділового, службового спілкування.
2. Ділова нарада.
3. Дискусія як публічний діалог, зіткнення різних точок зору, позицій.

**Тема 11.** Ділові прийоми

1. Загальні вимоги до проведення ділових прийомів.
2. Види прийомів.
3. Організація ділових прийомів з розміщенням.
4. Культура поведінки за столом.

**3. РОБОТА НАД ПРОЄКТОМ**

Корпоративні тренінги зі взаємодії мають бути спрямовані на вирішення практичних бізнес-завдань шляхом підвищення рівня кваліфікації менеджерів, їхньої особистої залученості та внутрішньої мотивації.

Кожен інформаційно-дискусійний блок завершується виконанням практичного завдання. Понад 70% часу тренінгу — відпрацювання практичних навичок за допомогою вправ.

Виконання практичних завдань та тренувальних вправ, рольових ігор.

Використання методів відеоаналізу, супервізії та коучингу.

Застосування досвіду учасників, інтерактивний розбір «живих» кейсів. Об'єднайтеся у групи по 3-4 особи, розробіть сценарій тренінгу з бізнес-комунікацій (наприклад, міжособистісна взаємодія; ефективні комунікації, особистісне зростання, успішне командування (тимбілдинг), 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 проектор 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.

Орієнтовна **тематика проєктів** (може бути запропонована здобувачами і погоджена з викладачем):

1. Психологічна підтримка.
2. Тимблдинг.
3. Оцінка персоналу.
4. Тренінг з комунікації та взаємодії.
5. Ефективна комунікації з клієнтами.
6. Виникнення конфліктів при взаємодії команд.
7. Мотивації працівників.
8. Динаміка та результативність нарад.
9. Маніпуляції з боку клієнта.
10. Емоційна грамотність в управлінні командою.
11. Техніка роботи із запереченнями та переконливої аргументації.

12. Стрес-менеджмент.
13. Безконфліктне відстоювання своїх інтересів.
14. Відпрацювання комунікативних навичок.
15. Управління переговорами.
16. Синхронізації принципів крос-функціональної взаємодії.
17. Розв'язання внутрішніх конфліктів.
18. Засоби переконання.
19. Клієнтоорієнтований сервіс.
20. Комунікація з зовнішнім та внутрішнім клієнтом.
21. Міжфункціональна взаємодія.
22. Управління конфліктами.
23. Робота із запереченнями та аргументація.
24. Сторітелінг.
25. Емоційний інтелект.
26. Впевнені комунікації.
27. Інший напрямок.

#### **4. НЕФОРМАЛЬНА ОСВІТА**

До самостійної роботи входить здобуття неформальної освіти на тренінгах, вебінарах, курсах за тематикою навчальної дисципліни. Форма звітності – сертифікат.

Великий спектр можливостей породжує в покупця проблему вибору. Це стосується й ринку тренінгових послуг.

Як вибрати навчальну програму?

Кожен при виборі тренінгової програми і, відповідно, компанії-провайдера керується своїми принципами. Для когось важливо отримати задоволення, для когось – щоб оцінили, бувають і зовсім незвичайні критерії.

Якщо говорити про те, що тренінг удалий тільки тоді, коли він сприяє зростанню показників продуктивності, то критерій може бути один. Цей критерій – підвищення ефективності роботи учасників після проходження тренінгу. До показників, за якими можна говорити про якість тренінгу, належать: історія і реноме компанії-провайдера, досвід самого тренінг-менеджера, теоретичні схеми, використані у навчанні тощо. Проте, щоб відвідування тренінгу мало своїм наслідком підвищення робочих показників, важливо також правильно

визначити необхідну форму навчання: що вибрати – тренінг-семінар чи стовідсотковий тренінг.

### **Тренінг-семінар**

Більш ніж 90% навчальних програм, що представлені зараз на ринку і називаються «тренінгами», по суті своїй є тренінгами-семінарами.

**Форма.** Тренінг-семінар найбільше нагадує лекційне заняття, що поєднується із практикумом і/або семінаром. Учасникам викладають історію питання, різні теоретичні схеми, алгоритми вирішення проблеми. Потім - іноді - пропонується випробувати запропоновані схеми в коротких практичних вправах. Причому співвідношення теорії і практики виглядає приблизно як 90 % до 10 %.

**Результат.** Нерідко саме на тренінгу-семінарі в учасників виникає ряд «інсайтів» – осяянь на кшталт «тепер-таки я знаю, як це відбувається насправді» чи «а все, виявляється, так просто!». Дійсно, результатом тренінгу-семінару є зростання поінформованості, відчуття «я знаю – як».

**Сфера застосування.** Тренінг-семінар адекватний меті в тому випадку, коли треба, щоб учасники після тренінгу знали щось нове, причому цього знання для них було б досить. Однак тренінг-семінар - не панацея, і в багатьох випадках як форма навчання він виявляється неефективним. Щоб успішно керувати людьми, теоретичних знань, як показує практика, недостатньо. Недостатньо знати, як правильно поставити завдання підлеглому або як підвищити його мотивацію, треба ще вміти це робити.

### **«Стовідсотковий» тренінг**

**Форма.** «Стовідсотковий» тренінг є певною мірою протилежністю тренінгу-семінару. «Стовідсотковий» тренінг – це тренінг у повному розумінні слова, тобто тренування. Видається тільки мінімально необхідний обсяг інформації, а потім практично весь час занять приділяється відпрацюванню навичок. Кожен учасник тренінгу застосовує кожен з навичок, яку тренують, кілька разів, у декількох іграх, вправах. Після кожної вправи він одержує зворотний зв'язок: інші учасники, тренер говорять, наскільки успішно було виконано вправу. І потім, коректуючи свої дії на основі такого «погляду з боку», учасник знову і знову тренує навичку.

**Результат.** Знання мінімуму теоретичних основ, відпрацьовані навички, відчуття «я вмю». Тобто, учасники повертаються на робоче місце і роблять по-іншому.

У своєму крайньому прояві «стовідсотковий» тренінг може взагалі не подобатися учасникам... під час тренінгу. Після тренінгу учасник, застосувавши отримані навички на практиці, діючи по-іншому й отримавши інші результати, змінює своє ставлення до нього.

**Сфера застосування.** У «стовідсоткового» тренінгу також є свої «межі застосування». Наприклад, він оптимально підходить для того, щоб розвинути базові управлінські навички в менеджерів середньої ланки, навички у фахівців з відносно невеликим досвідом, навички особистої ефективності. І, навпаки, стовідсотковий тренінг не підходить у таких випадках:

- якщо учасникам треба підвищити рівень поінформованості - тоді їм підійде тренінг-семінар;

- якщо рівень володіння навичками і так досить високий, як, наприклад, у випадку топ-менеджерів. У цьому випадку підійде такий формат групової роботи, як майстерня, що дозволяє структурувати кращі практики «чемпіонів» і тиражувати їхній досвід на практиці. Інший варіант - стратегічна сесія, під час якої команда топ-менеджерів вирішує реальні проблеми організації.

«Стовідсоткові» тренінги на тренінговому ринку зараз, скоріше, рідкість. Існує кілька показників, за якими це можна встановити, чи це насправді «Стовідсотковий» тренінг.

Спершу потрібно дізнатися докладніше, який теоретичний матеріал буде на тренінгу.

Якщо пропонується мінімум теоретичних схем, необхідних для того, щоби почати відпрацьовувати необхідні навички, а кожна теорія має явний, безпосередній вихід на практику, тоді це свідчить на користь тренінгу.

Можливий варіант, коли весь теоретичний матеріал висилається учасникам за кілька днів до початку тренінгу. А власне сам тренінг призначений для того, щоб задати запитання, що виниклі під час читання, і перейти до практичного відпрацьовування навичок. Такий підхід заощаджує час і кошти.

Далі потрібно з'ясувати: у якій формі проводиться тренінг та які види активності він припускає. Недобре, якщо спочатку учасники

слухають теоретичний матеріал, запропонований тренером, а потім у них буде можливість застосувати отримані знання на практиці.

Позитивним: учасники багаторазово (чотири і більше разів) відпрацьовують кожну навичку в іграх, спеціально змодельованих ситуаціях. При кожному відпрацьовуванні вони одержують зворотний зв'язок від тренера та інших учасників про продемонстровану навичку.

Важливо, чи проводиться контроль отриманих навичок та яким чином.

Що це не стовідсотковий тренінг, буде зрозуміло, якщо тренінг не передбачає ніякого контролю або якщо проводиться тільки контроль отриманих знань.

І, навпаки, відповідь на користь того, що це стовідсотковий тренінг: «Так, обов'язково. На початку і перед завершенням тренінгу проводиться контроль. Кожен учасник проходить серію тестів – практичних завдань, ігор, у процесі яких оцінюється рівень володіння навичкою, що розвивається. У підсумку можна буде побачити реальні зміни, що відбулися під час тренінгу. Крім того, такий контроль дозволяє підвищити в учасників мотивацію до розвитку.

І нарешті, кількість учасників. Якщо кількість учасників може бути будь-якою, то мова йде про тренінг-семінар. Якщо не менше шести, але не більше дванадцяти, то це стовідсотковий тренінг. Відпрацювати навички кілька разів, одержати зворотний зв'язок можна тільки в групі, що не перевищує 12 осіб. Нижня межа - 6 осіб - пояснюється тим, що вправи на відпрацьовування проходять як робота в парах або в групі.

## 5. ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ ДО МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЮ

*1. Головною метою комунікації є:*

- а) передача інформації;
- б) отримання домовленостей про співпрацю, яка призведе до збільшення прибутків партнерів;
- в) досягти домовленості між комуні кантами;
- г) правильна відповідь відсутня.

*2. Процес обміну інформацією (фактами, ідеями, поглядами, емоціями тощо) між двома або більше особами, спілкування за*

*допомогою вербальних і невербальних засобів із метою передавання та одержання інформації – це...*

- а) комунікація;
- б) бізнес-комунікація;
- в) інформація;
- г) спілкування.

*3. Основними завданнями ділової комунікації є:*

- а) продуктивне та довгострокове співробітництво;
- б) прагнення до зближення цілей;
- в) поліпшення партнерських відносин;
- г) створення позитивного іміджу та репутації;
- д) всі відповіді правильні.

*4. Кінесика – це...*

- а) наука про жести рук;
- б) наука про простір комунікації;
- в) наука про рухи очей в комунікативному процесі;
- г) наука про паузи в мовленні та різні психофізіологічні стани людини, що виявляються у сльозах, кашлі, сміху, подихах.

*5. Наука про простір комунікації називається....*

- а) окулесика;
- б) проксеміка;
- в) кінетика;
- г) екстралінгвістика.

*6. Все, що призводить до спотворення вихідного сигналу (тобто до спотворення сенсу повідомлення) називається....*

- а) комунікативний шум;
- б) комунікативний бар'єр;
- в) спотворення інформації;
- г) правильні відповіді а) і б).

*7. Комунікативні перешкоди, що виникають у матеріальному середовищі комунікацій – це ...*

- а) особистісні бар'єри;
- б) семантичні бар'єри;

- в) фізичні бар'єри;
- г) логічні бар'єри.

8. *Комунікація – це...*

- а) особливість, з якою народжується людина;
- б) навичка, якій можна навчитись і розвинути;
- в) нестійка здатність;
- г) навичка, якій навчитись неможливо.

9. *Невербальна комунікація зазвичай:*

- а) свідомо;
- б) підсвідомо;
- в) напівсвідомо;
- г) свідомо і напівсвідомо.

10. *Стиль комунікації, яку використовує людина:*

- а) залежить від обставин;
- б) завжди однаковий;
- в) спричиняє розчарування;
- г) залежить від характеру і темпераменту людини.

11. *Асертивність допомагає нам:*

- а) висловлювати агресію та гнів;
- б) комунікувати з гідністю;
- в) починати конфлікт;
- г) правильні відповіді а) та в).

12. *Навички асертивної комунікації можуть бути набутими:*

- а) так;
- б) частково;
- в) ні.

13. *Асертивність дає нам змогу:*

- а) використовувати інших людей;
- б) ставити права інших вище власних;
- в) застосовувати наші права та повагу до прав інших;
- г) правильні відповіді а) і б).

14. Якщо людина прямо висловлює свої потреби, почуття та думки із повагою до інших, вона комунікує:

- а) агресивно;
- б) пасивно;
- в) пасивно-агресивно;
- г) асертивно.

15. Говорячи щось, асертивна людина спрямовує погляд на:

- а) підлогу;
- б) небо;
- в) чашку;
- г) співрозмовника.

16. Що містить в собі асертивна комунікація?

- а) контроль негативних емоцій, взяття відповідальності за свої слова та дії, використання тону голосу, що підходить під ситуацію;
- б) часті вибачення, активне вислуховування, нехтування власними потребами;
- в) сперечання, крик, нападки під час розмови.

17. Асертивність може допомогти Вам висловити:

- а) негативні емоції;
- б) позитивні емоції;
- в) і позитивні, і негативні емоції.

18. Використовуючи асертивну комунікацію у ділових відносинах, Ви підвищуєте свою:

- а) енергійність;
- б) продуктивність;
- в) лінь;
- г) наполегливість.

19. Чи можете Ви бути асертивним із самим собою?

- а) так;
- б) ні;
- в) частково.

20. Асертивні навички – це:

- а) заяви від свого «Я», критика, уміння сказати «ні», похвала;
- б) уникнення конфліктів, згода, думки, що тримаються при собі;
- в) маніпуляція, обман, переслідування.

21. Приймати комплімент асертивно – це:

- а) коли Ви опускаєте очі і кажете: «Насправді це не так»;
- б) коли Ви усміхаєтесь та говорите «Дякую!»;
- в) коли Ви не відповідаєте.

22. Коли Ви говорите співрозмовнику, що не хочете говорити в цей момент, Ви використовуєте техніку:

- а) часткової згоди;
- б) зламаною запису;
- в) асертивного усунення.

23. Правила, що регламентують порядок зустрічей і проводів делегацій, проведення бесід і переговорів, організацію прийомів, форму одягу, ведення ділового листування, підписання договорів, угод тощо – це...

- а) дипломатичний етикет;
- б) діловий етикет;
- в) протокол;
- г) етичний кодекс.

24. Техніка підбору персоналу, в якій акцент зроблено на наявності в кандидата інтелектуальних і творчих здібностей, що перевіряють за допомогою психологічного тестування та спостереження за претендентом у неформальній обстановці (поведінка на презентації, корпоративному заході, ланчі та ін.):

- а) британська;
- б) американська;
- в) німецька;
- г) китайська.

25. Інтерв'ю за компетенціями ....

- а) побудовано на використанні ситуаційних завдань;

б) являє собою бесіду, в ході якої аналізують поведінку кандидата в реальних робочих ситуаціях: як він ухвалює рішення, як виходить із конфліктних ситуацій, чи вміє їх згладжувати, чи здатний працювати в режимі часто мінливих умов, стислих термінів, під тиском тощо;

в) полягає в тому, щоб створити в ході інтерв'ю максимально напружену психологічну атмосферу й оцінити реакцію кандидата, його самовладання, стиль і манеру поведінки в нестандартних ситуаціях;

г) ставлячи правильні питання, рекрутер дізнається про мотивацію здобувача (матеріальна чи нематеріальна), взаємини «керівник – співробітник», цінності «чесність – лояльність», взаємодію в колективі (особливості спілкування з людьми), поведінку в конфліктах, взаємодії з клієнтами.

*26. Стратегія ведення переговорів, при якій сторони орієнтовані на конфронтацію і ведуть суперечку про конкретні позиції:*

- а) позиційний торг;
- б) конструктивні переговори.

*27. Прийом використовується наприкінці переговорів, коли залишається тільки укласти угоду. У цій ситуації один з учасників висуває нові вимоги, розраховуючи на те, що його опонент піде на поступки заради збереження досягнутого результату:*

- а) "Салямі";
- б) висування підвищених вимог;
- в) висування вимог в останню хвилину;
- г) завищення вимог.

*28. Тактичний прийом переговорів, коли при виробленні підсумкового документа одна зі сторін "закладає" в нього формулювання з подвійним змістом. Згодом такий прийом дозволяє трактувати угоду в своїх інтересах:*

- а) тиск на опонента;
- б) подвійне тлумачення;
- в) "Салямі";
- г) навмисний обман.

29. *Тактичний прийом конструктивних переговорів, заснований на принципі справедливості розділу: одному надається право розділити (спірне майно, повноваження, територію, функції і т.д.), а іншому – вибрати з двох частин одну. Сенс цього прийому полягає в такому: перший, побоюючись отримати меншу частку, буде прагнути до того, щоб розділити максимально точно:*

- а) поступове підвищення складності обговорюваних питань;
- б) винесення спірних питань "за дужки";
- в) поділ проблеми на окремі складові;
- г) "Один ріже, інший вибирає".

30. *Завдання маніпуляції – ...*

а) привести співрозмовника / опонента в режим стереотипного мислення, щоб він діяв автоматично, не усвідомлюючи і не обдумуючи своїх дій;

б) змусити співрозмовника почувати себе особливим, розумним і цінним;

в) змусити співрозмовника почувати себе жалюгідним, слабким, некомпетентним;

г) всі відповіді правильні.

31. *Тип маніпуляцій, спрямований на придушення емоційного стану опонента через виклик таких емоцій, як невпевненість, тривога, страх, почуття провини, сорому, розгубленості...*

а) емоційний тиск;

б) маніпуляція довірою;

в) маніпуляція обставинами;

г) маніпулятивна подача інформації.

32. *Якщо опонент використовує зовнішні подразники (дуже незручне місце, до нього весь час хтось підходить і відволікає, у приміщенні жарко, впливають зовнішні джерела шуму і т.д.), то це маніпуляція*

а) «Емоційний сплеск»;

б) «Образ особистості»;

в) «Зовнішні подразники»;

г) «Нереальні запити».

*33. Маніпуляція довірою – це ...*

а) тип маніпуляцій спрямований на придушення емоційного стану опонента через виклик таких емоцій, як невпевненість, тривога, страх, почуття провини, сорому, розгубленості;

б) тип маніпуляції заснований на використанні обставин, які послаблюють вашу позицію або які ви не можете перевірити;

в) тип маніпуляцій, що викликають у опонента сильні емоції, такі як доброта, порядність, чесність, справедливість, великодушність, людяність, а також почуття жалості, провини і сорому і саме ці емоції змушують вас зробити дію, в якій зацікавлена інша сторона;

г) маніпуляції, засновані на подачі спотвореної, неструктурованої або надлишкової інформації.

*34. Тип маніпуляції довірою, коли опонент грає роль наївної і дурнуватої людини (яку часто недооцінюють і роблять помилки):*

а) маніпуляція «Відкрити карти»;

б) маніпуляція «Коломбо»;

в) маніпуляція «Повірте мені на слово»;

г) маніпуляція «Жалість».

*35. Тип маніпуляції, коли опонент вимагає від вас поступок, мотивуючи це тим, що ваша частка в його бізнесі мізерно мала:*

а) маніпуляція «Слон і Моська»;

б) маніпуляція «Зараз або ніколи»;

в) маніпуляція «Коломбо»;

г) маніпуляція «Жалість».

*36. З поданих визначень виберіть ті, які відповідають опосередкованій формі спілкування:*

а) бесіда, листування, рецензія;

б) дискусія, звіт, план;

в) доповідь, факс, пояснювальна записка;

г) діловий прийом, вітання, розмова.

*37. Комунікативна компетентність – це:*

а) стійкі, повторювані, об'єктивно існуючі суттєві зв'язки між суб'єктами спілкування, реалізація яких сприяє забезпеченню ефективності діяльності;

б) загальні вихідні положення, в яких виявлені основні вимоги до змісту, стилів, організації спілкування та діяльності;

в) основні фахові риси особистості, які проявляються як знання, навички, уміння і здібності у сфері спілкування, дотримання норм етикету;

г) цілеспрямована діяльність людей на задоволення своїх потреб, необхідна умова існування та розвитку суспільства, основа життєдіяльності людини.

*38. Володіння учасниками спілкування нормами усного і писемного літературного мовлення, уміння використовувати зображальні засоби мовного коду в різних умовах і сферах спілкування відповідно до мети і змісту комунікації – це:*

- а) культура мови;
- б) культура мовлення;
- в) культура праці;
- г) культура взаємовідносин.

*39. Який мовний стиль задовольняє потреби писемного спілкування в суспільно-політичному, господарському житті, у ділових стосунках, у виробничій та іншій діяльності членів суспільства?*

- а) офіційно-діловий;
- б) розмовно-офіційний;
- в) епістолярний.

*40. Як називається стиль спілкування орієнтований на конструктивний результат, прагнення розв'язати конфлікт, спірне положення, досягти домовленості, угоди?*

- а) деструктивний;
- б) конструктивний;
- в) конфесійний;
- г) маніпулятивний.

*41. Форма людських взаємовідносин, необхідна умова успішного спілкування між людьми:*

- а) стиль;
- б) етикет;

в) такт.

42. *Універсальні засоби успішної регуляції на всіх рівнях професійного спілкування – це:*

- а) етика;
- б) етикет;
- в) мораль.

43. *Вкажіть правильну послідовність формування процесу комунікації:*

а) маркетингові дослідження – джерело повідомлення – кодування – повідомлення – канали передачі повідомлення – декодування – отримувач – відгук – зворотній зв'язок;

б) джерело повідомлення – кодування – повідомлення – канали передачі повідомлення – декодування – отримувач – відгук – зворотній зв'язок;

в) джерело повідомлення – повідомлення – кодування – канали передавання повідомлення – декодування – отримувач – відгук – зворотній зв'язок;

г) джерело повідомлення – кодування – повідомлення – канали передачі повідомлення – відгук – декодування – приймач – зворотній зв'язок.

44. *Комунікація як термін латинського походження означає:*

- а) повідомлення;
- б) передавання;
- в) єдність;
- г) з'єднання;
- д) усе зазначене.

45. *Масова комунікація – це:*

а) опосередкована взаємодія двох суб'єктів;

б) процес поширення інформації (знань, духовних цінностей, моральних і правових норм і т.п.) за допомогою технічних засобів (преса, радіо, телебачення, комп'ютерна техніка та ін.) на чисельно великі, розосереджені аудиторії;

в) цілеспрямована взаємодія великої кількості суб'єктів;

г) процес обробки і передавання інформації за допомогою радіо, телебачення.

*46. Комунікаційний канал – це:*

- а) матеріальний носій інформації;
- б) джерело, що містить первинну інформацію;
- в) спеціальний вид комунікаційної діяльності;
- г) реальна або умовна „лінія” зв'язку (контакту), по якій рухаються повідомлення від комуніканта до реципієнта.

*47. Експресивно-виразні рухи різних частин обличчя людини (особливо очей, рота), які передають психологічний її стан у певний момент часу – це...*

- а) пантоміміка;
- б) міміка;
- в) жести;
- г) кінетика.

*48. Використання часу в невербальному комунікаційному процесі називається ....*

- а) проксеміка;
- б) кінетика;
- в) хронеміка;
- г) екстралінгвістика.

*49. Система немовних знаків, що слугують засобами для обміну інформацією між людьми - ...*

- а) вербальні засоби спілкування;
- б) невербальні засоби спілкування;
- в) публічний виступ;
- г) комунікація.

*50. Відповідність поведінки, говоріння, слухання, мови у професійній діяльності загальноприйнятим нормам і принципам, насамперед моральним, а також вимогам, що ставляться саме до цієї професії - ...*

- а) професійна етика;
- б) професійна мораль;

- в) професійна культура;
- г) культура слухання.

## 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](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](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\\_Y\\_Ds](https://www.youtube.com/watch?v=Lx3wFdG_Y_Ds) – 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](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](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](https://www.youtube.com/watch?v=qEfaC9_ipiI&list=PL1PiwamTwYsNf9_GzD_yDH3e0chEXTzj) &index=3 Майстер-клас «Ораторське мистецтво». Заняття 3.



**Зауважте формулювання теми:**  
чи встигнуть її сповна розкрити за час тренінгу.



**Переконайтеся**, що програма різноманітна



**Не звертайте увагу на тренінги**, які обіцяють цікаве навчання і початківцям, і професіоналам



**Погугліть лекторів**



**Проаналізуйте відгуки.**  
Якщо там лише позитивні, ймовірно, погані коментарі видаляють.



**Уважно читайте умови оплати.**



**Не забудьте запитати:**  
"Які ще витрати і оплати необхідні під час навчання у вас?"



**Пошукайте альтернативи**, можливо, є на бажану тему безкоштовний онлайн-курс.

# 7

**порад**  
**як вибрати**  
**тренінг**