

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені І. І. МЕЧНИКОВА
ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ТА МОВНОЇ ПІДГОТОВКИ ІНОЗЕМЦІВ

БІЗНЕС-ЛІНГВІСТИКА

Електронні методичні рекомендації
до практичних занять з курсу для здобувачів
другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальності *035 Філологія*

ОДЕСА
2023

**УДК 81'276.6:658(076)
Б598**

Укладач:

М. Л. Дружинець, доктор філологічних наук, професор, професор кафедри української мови та мовної підготовки іноземців Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Рецензенти:

А. В. Ковалевська-Славова, доктор філологічних наук, професор кафедри української мови та мовної підготовки іноземців Одеського національного університету імені І. І. Мечникова;

Н. В. Кутуза, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри нових медіа та медіадизайну факультету журналістики, реклами та видавничої справи Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.

*Рекомендовано вченою радою філологічного факультету
ОНУ імені І. І. Мечникова. Протокол № 7 від 29 травня 2023 р.*

Бізнес-лінгвістика [Електронний ресурс] : електрон. метод. рекомендації до практичних занять з курсу «Бізнес-лінгвістика» для здобувачів другого (магістер.) рівня вищої освіти спец. 035 Філологія / уклад.: М. Л. Дружинець. – Одеса, 2023. – 31 с. – 0,4 Мбайт.

У методичних рекомендаціях до практичних занять висвітлюються основні положення курсу «Бізнес-лінгвістика», сформульовано предмет, мету, завдання, представлено зміст курсу, подано рекомендовану літературу, перелік питань для підсумкового контролю та колоквіуму, завдання для практичних занять і контрольної роботи, ІСЗ, форми оцінювання. Увагу приділено розвитку практичних навичок ефективної комунікації в бізнес-середовищі, що базується на концепціях і поняттях теорії управління, управління людськими ресурсами.

Методичні рекомендації розраховані на здобувачів денної / заочної форми навчання спеціалізації «Українська мова та література» другого (магістерського) рівня вищої освіти та допоможуть при підготовці до практичних занять, при самостійному виконанні завдань.

УДК 81'276.6:658(076)

ЗМІСТ

Передмова.....	4
Зміст навчальної дисципліни.....	5
Тематика практичних занять і завдання.....	6
Самостійна робота.....	14
Колоквіум.....	14
Індивідуальне самостійне завдання.....	15
Контрольна робота.....	15
Питання для підсумкового контролю.....	16
Оцінювання.....	18
Рекомендована література.....	18
Глосарій.....	22

ПЕРЕДМОВА

Навчальна дисципліна «Бізнес-лінгвістика» викладається здобувачам першого курсу філологічного факультету другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 035 Філологія і відповідає освітній програмі підготовки магістрів спеціальності 035 Філологія спеціалізації 035.01 Українська мова та література.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є ефективна комунікація в бізнес-середовищі.

Міждисциплінарні зв'язки: вступ до мовознавства, психолінгвістика, стилістика та культура мови, риторика, комунікативна логіка, нейролінгвістичні аспекти комунікативного впливу; лексикологія, стилістика, морфеміка, словотвір, фонетика, орфоепія сучасної української літературної мови.

Програма навчальної дисципліни складається з **таких змістових модулів:**

1. Сутність та особливості комунікацій в бізнесі.
2. Управління комунікаційними процесами в бізнесі.

Метою навчальної дисципліни є формування в майбутніх фахівців системи знань про форми, види й функції професійної мовної комунікації та розвиток практичних навичок ефективної комунікації в бізнес-середовищі, що базується на концепціях і поняттях теорії управління, управління людськими ресурсами.

Завдання дисципліни:

- з'ясувати предмет і завдання курсу;
- ознайомити з системою та структурою ділових комунікацій;
- сприяти оволодінню ділового стилю спілкування;
- навчити долати бар'єри міжкультурної комунікації;
- створити надійне підґрунтя для використання набутих знань у побутовій та професійній практиці, увиразнюючи теоретико-практичний характер дисципліни;
- удосконалити гуманітарні знання студентів у бізнес-сфері;
- засвоїти моделі ефективної комунікації у бізнес-середовищі;
- сформувати імідж висококультурної національно-мовної особистості майбутнього фахівця.

Мета та завдання курсу “Соціофонетика ” (всього 90 (90) годин, із них - 16 (16) лекційних годин, 14 () годин практичних занять, 60 (74) години самостійної роботи), скеровані на формування таких умінь і навичок здобувачів:

магістри повинні **знати** :

- основи теоретичної бази та термінологійний апарат курсу;
- довідкову літературу з питань комунікації;
- принципи вибору стратегії ефективної комунікації в професійній діяльності;
- процедуру пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень;
- моделі масової комунікації: реклама, пропаганда, паблік рілейшнз;

- управлінську документацію та вимоги до її оформлення;
- бізнес-риторику, текстове моделювання за SEO-параметрами, неймінг, копірайтинг і рерайтинг бізнес-тексту;

магістри повинні *вміти* :

- використовувати здобуті навички та знання на всіх рівнях професійної діяльності;
- конструктивними засобами вирішувати комунікативні проблем професійної роботи, міжособистісного спілкування;
- демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації в різних сферах діяльності організації, зокрема в сфері управління та бізнес-адміністрування різних напрямів діяльності;
- долати комунікативні конфлікти;
- публічно виступати, розробити власне резюме;
- організовувати й проводити ділові переговори, зустрічі та прийоми;
- укладати управлінську документацію.

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Методичні рекомендації та матеріали до практичних занять укладено відповідно до робочої програми курсу “Соціофонетика” за двома базовими блоками, кожний із яких представлений змістовим модулем з відповідною тематичною рубрикацією:

Змістовий модуль 1. Сутність та особливості комунікацій в бізнесі

Тема 1. Поняття, системи та структури ділових комунікацій. Бізнес-комунікації: типологія та канали зв’язку.

Тема 2. Особливості невербальної комунікації. Мовна комунікація та службове спілкування. Соціально-психологічні основи ділової взаємодії.

Тема 3. Особливості міжкультурної комунікації. Нетворкінг: поняття та особливості застосування для розвитку бізнесу. Бар’єри міжкультурної комунікації: причини виникнення та способи подолання.

Тема 4. Усні комунікації: мистецтво публічного виступу Письмові комунікації: ділове листування.

Змістовий модуль 2. Управління комунікаційними процесами в бізнесі

Тема 5. Комунікативні конфлікти: суть, природа та наслідки. Конфлікти в бізнес-комунікаціях.

Тема 6. Успішна бізнес-комунікація: стратегії та тактики ведення ділових переговорів, зустрічей та прийомів. Бізнес-етикет та психологічні особливості бізнес-комунікацій.

Тема 7. Бізнес-риторика, текстове моделювання за SEO-параметрами, неймінг, копірайтинг і рерайтинг бізнес-тексту. Моделі масової комунікації: реклама, пропаганда, паблік рілейшнз.

Тема 8. Управлінська документація та вимоги до її оформлення.

ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ і ЗАВДАННЯ

Практичне заняття № 1 (2 год)

Тема: Бізнес-комунікації: типологія та канали зв'язку. Паралінгвістика

План:

1. Мовна комунікація та службове спілкування.
2. Соціально-психологічні основи ділової взаємодії.
3. Особливості невербальної комунікації. Основні види і функції невербальної комунікації.
4. Взаємозв'язок вербальних і невербальних засобів спілкування. Роль невербальних каналів на початку спілкування.
5. Основні засади паралінгвістики як науки. Фонація. Значення інтонації як найбільш складного явища серед фонаційних особливостей мови.
6. Кінесика. Такесика. Міміка. Жести у системі невербальних засобів комунікації. Види жестів. Постава. Проксеміка.

Законспектувати інформацію такого змісту: кінесика, такесика, міміка; жести у системі невербальних засобів комунікації, види жестів; постава, проксеміка.

Практичне заняття № 2 (2 год)

Тема: Особливості міжкультурної комунікації. Бар'єри міжкультурної комунікації

План:

1. Сутність поняття «культура» з точки зору теорії мовної комунікації.
2. Сучасні тенденції зіставного вивчення культур. Основні типи культур.
3. Основні закони міжкультурного спілкування.
4. Причини виникнення культурних стереотипів та асоціацій.
5. Нетворкінг: поняття та особливості застосування для розвитку бізнесу.
6. Особливості міжкультурної комунікації.
7. Бар'єри міжкультурної комунікації: причини виникнення
8. Бар'єри міжкультурної комунікації: способи подолання.
9. Мовна картина світу.

Законспектувати інформацію такого змісту: нетворкінг: поняття та особливості застосування для розвитку бізнесу; бар'єри міжкультурної комунікації: причини виникнення та способи подолання.

Практичне заняття № 3 (2 год)

Тема: Усні та писемні комунікації: мистецтво публічного виступу та листування

План:

1. Мовна комунікація та діловий стиль спілкування
2. Характеристики мовної комунікації, її місце і значення в структурі людської цивілізації.
3. Методи теорії мовної комунікації.

4. Письмові комунікації: ділове листування.
5. Риторика як наука і мистецтво. Предмет, об'єкт, мета вивчення ділової риторики.
6. Загальні характеристики ділової риторики.
7. Особливості процесу висловлення. Поняття «мовленнєвий акт», «мотивація мовлення», «мовленнєва інтенція».
8. Перехід до акустичного й графічного мовлення.
9. Моделювання процесу сприйняття мовлення. Зворотний зв'язок. Проблеми, пов'язані з процесом сприйняття мовлення.
10. Слухання і його роль у комунікації.

Законспектувати інформацію такого змісту: методи теорії мовної комунікації; особливості процесу висловлення, поняття «мовленнєвий акт», «мотивація мовлення», «мовленнєва інтенція».

Виконати завдання (для 1-3 практичних занять):

Теми для виступів:

4. Комунікація як соціокультурний процес взаємодії людей.
5. Основні характеристики ділової комунікацій у XXI столітті.
6. Жести-табу в різних культурах.
7. Формування медіа-зв'язків і правила взаємодії з журналістами. Заходи для преси.
8. Культура ділової комунікації. Роль невербальної комунікації в управлінні організацією.
9. Культура мовлення ділової людини.
10. Комунікативний портрет конкурентоздатного фахівця. Імідж ділової людини.
11. Етика ділової комунікації. Складові іміджу політичного лідера.
12. Діалог і дискусія як найбільш загальна форма ділових комунікацій. Різновиди діалогу.
13. Відеоконференція: конфігурації побудови відеоконференцій.
14. Стратегія комунікативного менеджменту.
15. Матриця комунікативного менеджменту.
16. Психологічні механізми дії на партнера в діловій комунікації.

Кейси:

- Проаналізувати невербальний портрет українця у порівнянні з представниками інших національностей (на вибір).
- Проаналізувати правильність вибору вербальної і невербальної інформації в діловій комунікації. Критерії вибору правильних комунікативних систем.
- Проаналізувати основні аспекти ведення аудіо-, теле- та відеоконференцій.
- Визначити інші форми ділових комунікацій: прес-конференція, брифінг, презентація, прийом з особистих питань.
- Проаналізувати моделі комунікаційної стратегії та сформулювати матрицю комунікативного менеджменту.

- Дозволені/заборонені мовленнєві теми у різних ситуаціях.
- Актуальність проблем міжкультурної комунікації в сучасних умовах.
- Приховані труднощі мовлення та комунікації.

Завдання для ділових ігор:

1. Ділова гра із різними проявами комунікаційної суті.

Детектив як комунікація.

«Мильна опера» як комунікація.

Анекдот як комунікація.

2. Характеристика основних комунікаційних навичок у діловій комунікації різних національностей.

3. Дискусія в діловому спілкуванні.

4. Доповідь і промова як види ділового спілкування.

Література:

Авраменко О. О., Яковенко Л. В., Шийка В. Я Ділове спілкування: навчальний посібник. Івано Франківськ: «ЛілеяНВ», 2015. 160 с.

Бабич Н. Д. Культура фахового мовлення : навчальний посібник. Чернівці : Книги-XXI, 2016. 496 с.

Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ: Видавничий центр «Академія», 2014. 344 с.

Бєбик В. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз. Київ : МАУП, 2005. 438 с.

Бистрицький Є. С. Комунікація і культура в глобальному світі. Київ: «Дух і літера», 2020. 416 с.

Ботвина Н.В. Міжнародні культурні традиції : мова та етика ділової комунікації. Київ : Артєк, 2012. 208 с.

Вандишев В. М. Риторика: екскурс в історію вчень і понять. Київ: Кондор, 2003. 264 с.

Габідулліна А.Р., Андрієнко Г.П., Кузєма Н.В. Основи теорії мовної комунікації: Навчальний посібник. Донецьк: Регіон, 2000. 196 с.

Габідулліна А.Р., Жарикова М.В. Основи теорії мовленнєвої комунікації: Навчальний посібник для вузів. Горлівка : Вид-во. ГДПШМ, 2005. 225 с.

Гриценко Т. Б., Гриценко С. П., Іщенко Т. Д. Етика ділового спілкування : навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 344 с.

Дзюбишина Н. Я., Мельник, Дужик Н. С., Єрмоленко С. Я. Культура мови на щодень. Київ: Довіра, 2000. 169 с.

Дороніна М. С. Культура спілкування ділових людей. Харків: Бурун Книга, 2008. 204 с.

Дружинець М. Л. Українське усне мовлення: психо- та соціофонетичний аспекти. Одеса : Одеський національний університет, 2019. 580 с.

Жигайло Н. І. Комунікативний менеджмент : підручник. Львів: Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. 2015. 367 с.

Загороднова В. Ф. Основи міжкультурної комунікації : навч. посібник. Бердянськ : БДПУ, 2018. 314 с.

Здоровенко В. В. Культура ділового спілкування : навч. посібн. Дрогобич : НВЦ «Каменярь», 2002. 147 с.

Зубенко Л. Г., Немцов В. Д. Культура ділового спілкування. Київ: ЕксОб, 2000. 200 с.

Зусін В. Я. Етика та етикет ділового спілкування : навч. посібн. Київ : Центр навч. літератури, 2005. 224 с.

Калашник Г. М. Вступ до дипломатичного протоколу та ділового етикету : навч. посібн. Київ : Знання, 2007. 143 с.

Карпенко В. Основи професійної комунікації. Київ: Нора-прінт, 2020. 227 с.

Кравець Л.В. Риторика від джерел до сучасності. *Укр. мова і л-ра.* 2000. №5. С.12-18.

Крайнікова Т. Культура медіаспоживання в Україні: від консьюмеризму до просьюмеризму. Бориспіль: Люксар, 2014. 372 с.

Манакін В.М. Мова і міжкультурна комунікація. Київ : ВЦ "Академія", 2012. 288 с.

Олійник О. Б. Сучасна ділова риторика. Київ: Кондор, 2010. 166 с.

Палеха Ю. І. Ділова етика : навчальний посібник. Київ: Видавництво Європейського університету, 2002. 180 с.

Палеха Ю. І. Етика ділових відносин : навчальний посібник. Київ: Кондор, 2008. 356 с.

Почепцов Г. Г. Медіа: теорія масових комунікацій: [навч. видан.]. Київ: Альтпрес, 2008. 403 с.

Різун В. В. Теорія масової комунікації: підручник. Київ: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.

Сагач Г. М. Ділова риторика: Мистецтво риторичної комунікації. Київ: Зоря, 2003. 228 с.

Сагач Г. М. Риторика. Київ: Видавничий Дім «Ін Юре», 2000. 242 с.

Семенюк О. А. Парашук В. Ю. Основи теорії мовної комунікації : навч. посіб. Київ : ВЦ «Академія», 2011. 240 с.

Статінова Н. П. Етика бізнесу : навч. посібн. Київ: КНТЕУ, 2001. 280 с.

Тимошенко Н. Л. Корпоративна культура : діловий етикет : навч. посібн. Київ: Знання, 2006. 391 с.

Хміль Ф. І. Ділове спілкування : навчальний посібник. Київ: Академвидав, 2004. 280 с.

Практичне заняття № 4 (2 год)

Тема: Комунікативні конфлікти

План:

1. Комунікативні конфлікти: суть, природа та наслідки.
2. Конфлікти в бізнес-комунікаціях.
3. Комунікативний акт. Складові комунікативного акту: ситуація і дискурс.
4. Компоненти комунікативного акту: конситуація, контекст, пресупозиція, мовлення.
5. Типи комунікаторів. Соціальні ролі. Комунікативні ролі та комунікативні позиції.

6. Гендерні аспекти спілкування. Комунікативні інтенції, стратегії мовленнєвого спілкування.

7. Психологічні аспекти конфліктів. Види поведінки при появі конфліктних ситуацій. Рівні сприйняття ситуації.

Законспектувати інформацію такого змісту: комунікативні конфлікти в бізнес-комунікаціях; психологічні аспекти конфліктів.

Практичне заняття № 5 (2 год)

Тема: Успішна бізнес-комунікація

План:

1. Бізнес-етикет та психологічні особливості бізнес-комунікацій.

2. Успішна бізнес-комунікація: стратегії та тактики ведення ділових переговорів, зустрічей та прийомів.

3. Організація та проведення ділових переговорів, зустрічей та прийомів

4. Сутність поняття «переговорів». Переговори як єдиний метод досягнення згоди. Моделі переговорів. Методика ведення переговорів: активне слухання, підтвердження точки зору, співпереживання, варіанти вибачень. Головні показники успішності переговорів.

5. Проблеми ефективності спілкування. «Примусова» дипломатія.

6. Сутність поняття «суперечка». Суперечка як словесне змагання. З історії розвитку мистецтва ведення суперечки. Різновиди суперечок. Етичні норми ведення суперечки. Роль суперечки в діловому спілкуванні. Способи ведення суперечки.

7. Значення комунікативних технологій, технічних засобів спілкування, їх вплив на розвиток комунікативних процесів в інформаційному суспільстві.

8. Дихотомії процесу комунікації: вербальна/візуальна, ієрархічна/демократична, агресивна/сприятлива, комунікативна/ метакомунікативна, усна/письмова.

Законспектувати інформацію такого змісту: успішна бізнес-комунікація: стратегії та тактики ведення ділових переговорів, зустрічей та прийомів; проблеми ефективності спілкування; «примусова» дипломатія.

Практичне заняття № 6 (2 год)

План:

Тема: Бізнес-риторика

1. Бізнес-риторика, текстове моделювання за SEO-параметрами, неймінг, копірайтинг і рерайтинг бізнес-тексту.

2. Моделі масової комунікації: реклама, пропаганда, паблік рілейшнз.

3. Особливості моделей масової комунікації.

4. Поняття про прикладні комунікації. Їхні ключові елементи: цільова аудиторія, канал комунікації, мета, комунікативні знання, контекст.

5. Тенденції розвитку прикладних комунікацій.

6. Семіотичні моделі реклами. Природа рекламних комунікацій. Моделі імідж-комунікації та пропаганди.

7. Паблік рілейшнз як комунікативна дисципліна. Методи аналізу масової комунікації, критерії масової культури.
8. Моделі комунікації в масовій культурі.
9. Пропагандистські та іміджеві моделі комунікації.

Законспектувати інформацію такого змісту: паблік рілейшнз як комунікативна дисципліна; методи аналізу масової комунікації; моделі комунікації в масовій культурі; пропагандистські та іміджеві моделі комунікації.

Практичне заняття № 7 (2 год)

Тема: Управлінська документація та вимоги до її оформлення

План:

1. Уніфікована система комунікації.
2. Служби документообігу підприємства.
3. Види управлінських документів.
4. Рівні документації в установі.
5. Функції та класифікація документів.
6. Вимоги до оформлення документів.
7. Нормативне забезпечення документування управлінської діяльності.
8. Особливості функціонування управлінських документів.

Законспектувати інформацію такого змісту: види управлінських документів; функції та класифікація документів; вимоги до оформлення документів.

Виконати завдання (для 4-7 занять)

Теми для виступів:

1. Структура та функції конфліктів у діловій комунікації.
2. Стратегія і тактика конфліктів.
3. Технології та інструменти комунікативного менеджменту.
4. Ділові переговори як основна форма ділової комунікації.
5. Діловий етикет і його вплив на ділову комунікацію.
6. Ділова нарада: підготовка та проведення.
7. Стільниковий і супутниковий зв'язок в забезпеченні ділової комунікації.
8. Зовнішньоорганізаційні комунікації.
10. Імідж фірми.
11. Електронні комунікації.
12. Евристичні методи рішення завдань у діловій комунікації.
13. Корпоративний сайт: основні проблеми і правила створення (цілі і завдання сайту; цільова аудиторія; внутрішня структура; зміст сайту).
14. Документаційне забезпечення ділової комунікації.

Кейси:

– Класифікація форм ділової комунікації: наради, офіційні та протокольні заходи, зустрічі, прийоми, бесіди, виступи, письмові документи. Форми взаємодії в діловому спілкуванні.

– Підготовка та проведення ділової бесіди.

– Підготовка та проведення ділових переговорів.

– Організація корпоративних комунікацій у мережі Інтернет.

– Виконання серії практичних завдань з метою засвоєння основних правил і вимог до заповнення окремих реквізитів та їх розміщення на бланку управлінського документу.

– Виконання практичних завдань з метою засвоєння основних правил і вимог до створення та оформлення інформаційно-довідкових та розпорядчих документів.

Завдання для ділових ігор:

1. Комунікативний аналіз телевізійної реклами.

2. Демонстрація як комунікація.

3. Театр як комунікація.

4. Комунікативні дії в роботі прес-служб.

5. Аналіз висвітлення однієї події різними ЗМІ.

Література:

Авраменко О. О., Яковенко Л. В., Шийка В. Я Ділове спілкування: навчальний посібник. Івано Франківськ: «ЛілеяНВ», 2015. 160 с.

Бабич Н. Д. Культура фахового мовлення : навчальний посібник. Чернівці : Книги-XXI, 2016. 496 с.

Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ: Видавничий центр «Академія», 2014. 344 с.

Бєбик В. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік рилейшнз. Київ : МАУП, 2005. 438 с.

Бистрицький Є. С. Комунікація і культура в глобальному світі. Київ: «Дух і літера», 2020. 416 с.

Ботвина Н.В. Міжнародні культурні традиції : мова та етика ділової комунікації. Київ : Артєк, 2012. 208 с.

Вандишев В. М. Риторика: екскурс в історію вчень і понять. Київ: Кондор, 2003. 264 с.

Габідулліна А.Р., Андрієнко Г.П., Кузєма Н.В. Основи теорії мовної комунікації: Навчальний посібник. Донецьк: Регіон, 2000. 196 с.

Габідулліна А.Р., Жарикова М.В. Основи теорії мовленнєвої комунікації: Навчальний посібник для вузів. Горлівка : Вид-во. ГДПІМ, 2005. 225 с.

Гриценко Т. Б., Гриценко С. П., Іщенко Т. Д. Етика ділового спілкування : навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 344 с.

Дзюбишина Н. Я., Мельник, Дужик Н. С., Єрмоленко С. Я. Культура мови на щодень. Київ: Довіра, 2000. 169 с.

Дороніна М. С. Культура спілкування ділових людей. Харків: Бурун Книга, 2008. 204 с.

Дружинець М. Л. Українське усне мовлення: психо- та соціофонетичний аспекти. Одеса : Одеський національний університет, 2019. 580 с.

Жигайло Н. І. Комунікативний менеджмент : підручник. Львів: Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. 2015. 367 с.

Загороднова В. Ф. Основи міжкультурної комунікації : навч. посібник. Бердянськ : БДПУ, 2018. 314 с.

Здоровенко В. В. Культура ділового спілкування : навч. посібн. Дрогобич : НВЦ «Каменярь», 2002. 147 с.

Зубенко Л. Г., Немцов В. Д. Культура ділового спілкування. Київ: ЕксОб, 2000. 200 с.

Зусін В. Я. Етика та етикет ділового спілкування : навч. посібн. Київ : Центр навч. літератури, 2005. 224 с.

Калашник Г. М. Вступ до дипломатичного протоколу та ділового етикету : навч. посібн. Київ : Знання, 2007. 143 с.

Карпенко В. Основи професійної комунікації. Київ: Нора-прінт, 2020. 227 с.

Кацавець Р.С. Українська мова: усна і писемна (ділове спрямування). Навчальний посібник. Київ : Алерта. 2020. 264 с.

Кислюк К.В. Спеціальне документознавство: модульний курс. Київ: Кондор, 2011. 192 с.

Кравець Л.В. Риторика від джерел до сучасності. *Укр. мова і л-ра.* 2000. №5. С.12-18.

Крайнікова Т. Культура медіаспоживання в Україні: від консьюмеризму до просьюмеризму. Бориспіль: Люксар, 2014. 372 с.

Манакін В.М. Мова і міжкультурна комунікація. Київ : ВЦ "Академія", 2012. 288 с.

Олійник О. Б. Сучасна ділова риторика. Київ: Кондор, 2010. 166 с.

Палеха Ю. І. Ділова етика : навчальний посібник. Київ: Видавництво Європейського університету, 2002. 180 с.

Палеха Ю. І. Етика ділових відносин : навчальний посібник. Київ: Кондор, 2008. 356 с.

Почепцов Г. Г. Медіа: теорія масових комунікацій: [навч. видан.]. Київ: Альтпрес, 2008. 403 с.

Різун В. В. Теорія масової комунікації: підручник. Київ: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.

Сагач Г. М. Ділова риторика: Мистецтво риторичної комунікації. Київ: Зоря, 2003. 228 с.

Сагач Г. М. Риторика. Київ: Видавничий Дім «Ін Юре», 2000. 242 с.

Семенюк О. А. Паращук В. Ю. Основи теорії мовної комунікації : навч. посіб. Київ : ВЦ «Академія», 2011. 240 с.

Статінова Н. П. Етика бізнесу : навч. посібн. Київ: КНТЕУ, 2001. 280 с.

Тимошенко Н. Л. Корпоративна культура : діловий етикет : навч. посібн. Київ: Знання, 2006. 391 с.

Хміль Ф. І. Ділове спілкування : навчальний посібник. Київ: Академвидав, 2004. 280 с.

Шевчук С.В. Українське ділове мовлення : навч. посіб. Вид. 10-те, випр. і допов. Київ : Алерта, 2022. 312 с.

САМОСТІЙНА РОБОТА

Протягом семестру здобувач виконує такі види самостійної роботи:

1. Підготовка до практичних занять із використанням навчальної та наукової, базової та додаткової літератури. Виконується протягом семестру й контролюється під час занять.

2. Ведення конспекту. Конспект виступу здати за 2 тижні до початку сесії.

3. Підготовка ІСЗ:

- укласти резюме;
- оформити управлінську документацію;
- виступити в ролі оратора.

4. Для тих магістрів, що навчаються за індивідуальним графіком, і для здобувачів заочної форми навчання передбачена контрольна робота. Контрольну роботу магістри заочної форми навчання здають перед початком сесії.

5. Для здобувачів, що навчаються за індивідуальним графіком, передбачене складання колоквиуму.

6. На третьому і сьомому практичних заняттях магістри денної форми навчання пишуть контрольну роботу за ЗМ 1 та ЗМ 2.

КОЛОКВІУМ

Тематика:

Формування ділових комунікацій.

Управління комунікаційними процесами в бізнесі.

Питання для колоквиуму :

1. Невербальні компоненти спілкування.
2. Характеристики мовної комунікації, її місце та значення в структурі людської цивілізації.
3. Особливості процесу висловлення. Поняття «мовленнєвий акт», «мотивація мовлення», «мовленнєва інтенція».
4. Основні закони міжкультурного спілкування.
5. Особливості міжособистісного спілкування.
6. Комунікативний акт. Складові комунікативного акту.
7. Комунікативні інтенції, стратегії мовленнєвого спілкування.
8. Проблеми ефективності спілкування.
9. Різновиди суперечок. Етичні норми ведення суперечки.
10. Моделі імідж-комунікації та пропаганди.
11. Паблік рілейшнз як комунікативна дисципліна.
12. Пропагандистські та іміджеві моделі комунікації.
13. Види управлінських документів. Рівні документації в установі.
14. Функції та класифікація документів.

15.Вимоги до оформлення документів.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ САМОСТІЙНЕ ЗАВДАННЯ

1. Підготувати резюме.

- Заголовок
- Ім'я та контакти
- Розділ “Про себе” або “Мета”, як підсумок всього резюме, як стислий професійний портрет
- Опис досвіду роботи
- Дані про освіту
- Ключові навички

До резюме також додаються розділи про сертифікати, досягнення та нагороди, портфоліо, волонтерську діяльність, публікації.

2. Оформити управлінську документацію :

- наказ
- розпорядження
- рішення
- договір
- акт

3. Підготувати виступ на одну із запропонованих тем до практичних занять.

КОНТРОЛЬНА РОБОТА

Варіант 1

1.Бізнес- комунікації: типологія та канали зв'язку.

2.Успішна бізнес-комунікація: стратегії та тактики ведення ділових переговорів. Моделі переговорів. Методика ведення переговорів.

Варіант 2

1.Особливості невербальної комунікації.

2. Проблеми ефективності спілкування. «Примусова» дипломатія.

Варіант 3

1.Нетворкінг: поняття та особливості застосування для розвитку бізнесу.

2.Успішна бізнес-комунікація: стратегії та тактики ведення зустрічей.

Головні показники успішності зустрічей.

Варіант 4

1.Бар'єри міжкультурної комунікації: причини виникнення та способи подолання.

2.Природа рекламних комунікацій. Моделі імідж-комунікації та пропаганди.

Варіант 5

Комунікативний акт. Складові комунікативного акту: ситуація та дискурс.

Успішна бізнес-комунікація: стратегії та тактики ведення прийомів. Головні показники успішності прийомів.

Варіант 6

1. Бізнес-етикет та психологічні особливості бізнес-комунікацій.

2. Суперечка як словесне змагання. Різновиди суперечок. Етичні норми ведення суперечки.

Варіант 7

1. Бізнес-риторика, текстове моделювання за SEO-параметрами, неймінг, копірайтинг і рерайтинг бізнес-тексту

2. Роль суперечки в діловому спілкуванні. Способи ведення суперечки.

Варіант 8

1. Моделі масової комунікації: реклама, пропаганда, паблік рілейшнз.

2. Поведінка оратора в аудиторії. Підтримування уваги аудиторії під час виступу та його завершення.

Варіант 9

2. Особливості процесу висловлення. Поняття «мовленнєвий акт», «мотивація мовлення», «мовленнєва інтенція».

2. Основні характеристики комунікативних бар'єрів. Ентропія та негентропія інформації.

Варіант 10

1. Поняття про прикладні комунікації. Їхні ключові елементи: цільова аудиторія, канал комунікації, мета, комунікативні знання, контекст.

2. Аргументація мовлення. Способи аргументації. Універсальні прийоми ефективної аргументації.

ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Поняття, системи та структури ділових комунікацій.

2. Бізнес-комунікації: типологія та канали зв'язку. Роль та місце комунікації в суспільстві.

3. Історичні етапи розвитку та формування комунікативних теорій.

4. Підходи до типології комунікації. Основні форми типології: тип, класифікація, систематика, таксономія.

5. Особливості невербальної комунікації. Невербальні форми комунікації: міміка, рухи тіла, одяг. Невербальні коди.

6. Комунікативний процес як основа спілкування. Мовна комунікація та службове спілкування.

7. Соціально-психологічні основи ділової взаємодії.

8. Форми комунікативної дії: діалог, управління, імітація (наслідування). Посткомунікативні процеси. Поняття «дискурс».

9. Походження невербальної комунікації, її взаємозв'язок із вербальною комунікацією; оптико-кінетичні комунікації: жестикуляція, міміка, пантоміміка.

10. Фонаційні та графічні засоби невербальної комунікації; ситуативні змінні невербальної комунікації, проксемика.

11. Особливості міжкультурної комунікації.

12. Нетворкінг: поняття та особливості застосування для розвитку бізнесу.
13. Поняття «комунікативний канал». Різновиди комунікативних каналів.
14. Визначення поняття «комунікативний бар'єр». Класифікація комунікативних бар'єрів.
15. Основні характеристики комунікативних бар'єрів. Ентропія та негентропія інформації.
16. Характеристики мовного бар'єру. Психологічні складові комунікативного бар'єру.
17. Технічні бар'єри. Форми, методи та технології подолання комунікативних бар'єрів.
18. Основні форми комунікативної поведінки.
19. Функції публічних виступів. Основні вимоги до публічного виступу.
20. Поведінка оратора в аудиторії.
21. Підтримування уваги аудиторії під час виступу та його завершення. Аргументація мовлення.
22. Правила аргументації. Способи аргументації. Універсальні прийоми ефективної аргументації.
23. Логічні докази й емоційний вплив. Логічна аргументація. Різновиди логічних помилок.
24. Інформаційний виступ і його основні особливості.
25. Основні різновиди інформаційних виступів. Загальні правила підготовки інформаційних виступів.
26. Комунікативні типи мовців та їхня поведінка в діловому спілкуванні.
27. Способи реагування на некоректну поведінку співрозмовника. Уміння слухати.
28. Техніка професійної комунікації та тактики спілкування.
29. Пряма та непряма тактики спілкування.
30. Конфлікт та мовні методи його розв'язання. Полеміка в спілкуванні.
31. Письмові комунікації: ділове листування.
32. Комунікативні конфлікти: суть, природа та наслідки. Конфлікти в бізнес-комунікаціях.
33. Успішна бізнес-комунікація: стратегії і тактики ведення ділових переговорів, зустрічей та прийомів.
34. Бізнес-етикет і психологічні особливості бізнес-комунікацій.
35. Бізнес-риторика.
36. Текстове моделювання за SEO-параметрами, неймінг, копірайтинг і рерайтинг бізнес-тексту.
37. Моделі масової комунікації: реклама, пропаганда, паблік рілейшнз.
38. Управлінська документація та вимоги до її оформлення.
39. Нормативне забезпечення документування управлінської діяльності.
40. Особливості функціонування управлінських документів.

ОЦІНЮВАННЯ

(у т.ч. критерії оцінювання результатів навчання)

Методами оцінювання поточного та періодичного контролю є усне опитування, оцінювання виконання практичних завдань, оцінювання управлінської документації, резюме, неймінгу, копірайтингу та рерайтингу бізнес-тексту, запису виступу на диктофон, тестування, контрольне опитування.

Формою контролю з курсу «Бізнес-лінгвістика» є залік.

12. Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Поточний та періодичний контроль							Сума балів	
Змістовий модуль 1			Змістовий модуль 2				Індивідуальне самостійне завдання	100
T1-2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	25	
5	5	5	5	5	5	5		
Контрольна робота* за змістовим модулем 1 – 20			Контрольна робота за змістовим модулем 2 – 20					

Рекомендована література

Основна

Авраменко О. О., Яковенко Л. В., Шийка В. Я Ділове спілкування: навчальний посібник. Івано Франківськ: «ЛілеяНВ», 2015. 160 с.

Бабич Н. Д. Культура фахового мовлення : навчальний посібник. Чернівці : Книги-XXI, 2016. 496 с.

Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ: Видавничий центр «Академія», 2014. 344 с.

Бистрицький Є. С. Комунікація і культура в глобальному світі. Київ: «Дух і літера», 2020. 416 с.

Ботвина Н.В. Міжнародні культурні традиції : мова та етика ділової комунікації. Київ : Артєк, 2012. 208 с.

Бредермайер К. Чорна риторика. Влада і магія слова = Schwarze Rhetorik. Macht und. Київ: Паблішер, 2018. 192 с.

Гриценко Т. Б., Гриценко С. П., Іщенко Т. Д. Етика ділового спілкування : навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 344 с.

Дружинець М. Л. Українське усне мовлення: психо- та соціофонетичний аспекти. Одеса : Одеський національний університет, 2019. 580 с.

Жигайло Н. І. Комунікативний менеджмент : підручник. Львів: Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. 2015. 367 с.

Загороднова В. Ф. Основи міжкультурної комунікації : навч. посібник. Бердянськ : БДПУ, 2018. 314 с.

Карпенко В. Основи професійної комунікації. Київ: Нора-прінт, 2020. 227 с.

Кацавець Р.С. Українська мова: усна і писемна (ділове спрямування). Навчальний посібник. Київ : Алерта. 2020. 264 с.

Манакін В.М. Мова і міжкультурна комунікація. Київ : ВЦ "Академія", 2012. 288 с.

Семенюк О. А. Паращук В. Ю. Основи теорії мовної комунікації : навч. посіб. Київ : ВЦ «Академія», 2011. 240 с.

Сучасна українська мова : практикум / М. Л. Дружинець, А. П. Романченко. Одеса : Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, 2022. 187 с.

Філіппова Н. М. Інформація – мова – знак: семіотика та комунікація [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Миколаїв : НУК, 2012. 82 с.

Шевчук С.В. Українське ділове мовлення : навч. посіб. Вид. 10-те, випр. і допов. Київ : Алерта, 2022. 312 с.

Додаткова

Абрамович С. Д. Риторика: навч. посіб. Львів: Світ, 2001. 240 с.

Бацевич Ф. Основи комунікативної девіатології. Львів: ВД «Академія», 2000. 237 с.

Бєбик В., Бортніков В., Дегтерьова Л., Кудряченко А. Держава і громадянське суспільство: партнерські комунікації в глобальному світі. Київ: ІКЦ "Лєста", 2006. 248 с.

Бєбик В. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз. Київ : МАУП, 2005. 438 с.

Бондаренко В. До питання про подвійний наголос в українському слові. *Українське мовознавство*. 2008. Вип.38. С.19–24.

Бондар О.І., Карпенко Ю.О., Микитин-Дружинець М.Л. Сучасна українська мова. Фонетика. Фонологія. Орфоепія. Графіка. Орфографія. Лексикологія. Лексикографія: Навчальний посібник. Київ: ВЦ «Академія», 2006. 368 с.

Вандишев В. М. Риторика: екскурс в історію вчень і понять. Київ: Кондор, 2003. 264 с.

Габідулліна А.Р., Андрієнко Г.П., Кузема Н.В. Основи теорії мовної комунікації: Навчальний посібник. Донецьк: Регіон, 2000. 196 с.

Габідулліна А.Р., Жарикова М.В. Основи теорії мовленнєвої комунікації: Навчальний посібник для вузів. Горлівка : Вид-во. ГДПІМ, 2005. 225 с.

Дзюбишина Н. Я., Мельник, Дужик Н. С., Єрмоленко С. Я. Культура мови на щодень. Київ: Довіра, 2000. 169 с.

Дороніна М. С. Культура спілкування ділових людей. Харків: Бурун Книга, 2008. 204 с.

Здоровенко В. В. Культура ділового спілкування : навч. посібн. Дрогобич : НВЦ «Каменярь», 2002. 147 с.

Зубенко Л. Г., Немцов В. Д. Культура ділового спілкування. Київ: ЕксОб, 2000. 200 с.

Зусін В. Я. Етика та етикет ділового спілкування : навч. посібн. Київ : Центр навч. літератури, 2005. 224 с.

Калашиник Г. М. Вступ до дипломатичного протоколу та ділового етикету : навч. посібн. Київ : Знання, 2007. 143 с.

Кислюк К.В. Спеціальне документознавство: модульний курс. Київ: Кондор, 2011. 192 с.

Кравець Л.В. Риторика від джерел до сучасності. *Укр. мова і л-ра.* 2000. №5. С.12-18.

Крайнікова Т. Культура медіаспоживання в Україні: від консьюмеризму до просьюмеризму. Бориспіль: Люксар, 2014. 372 с.

Олійник О. Б. Сучасна ділова риторика. Київ: Кондор, 2010. 166 с.

Палеха Ю. І. Ділова етика : навчальний посібник. Київ: Видавництво Європейського університету, 2002. 180 с.

Палеха Ю. І. Етика ділових відносин : навчальний посібник. Київ: Кондор, 2008. 356 с.

Пітерс Джон Дарем. Слова на вітрі: історія ідеї комунікації / Пер. з англ. А.Іщенко. Київ: Вид. дім «КМ Академія», 2004. 302 с.

Почепцов Г. Г. Медіа: теорія масових комунікацій: [навч. видан.]. Київ: Альтпрес, 2008. 403 с.

Різун В. В. Теорія масової комунікації: підручник. Київ: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.

Сагач Г. М. Ділова риторика: Мистецтво риторичної комунікації. Київ: Зоря, 2003. 228 с.

Сагач Г. М. Риторика. Київ: Видавничий Дім «Ін Юре», 2000. 242 с.

Статінова Н. П. Етика бізнесу : навч. посібн. Київ: КНТЕУ, 2001. 280 с.

Тимошенко Н. Л. Корпоративна культура : діловий етикет : навч. посібн. Київ: Знання, 2006. 391 с.

Хміль Ф. І. Ділове спілкування : навчальний посібник. Київ: Академвидав, 2004. 280 с.

Чмут Т. К., Чайка Г. Л., Лукашевич М. П. Етика ділового спілкування : навчальний посібник. Київ: МАУП, 2003. 208 с.

Шульга М. А. Політичний менеджмент : навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.]. Київ: Академвидав, Альма-матер, 2013. 157с.

L. David Marquet. Leadership Is Language : The Hidden Power of What You Say and What You Don. Hodder & Stoughton, 2020. 327 p.

Довідкова

Бурячок А. А. Орфографічний словник української мови. Київ: Наук. думка, 2002. 464 с.

Великий зведений орфографічний словник сучасної української лексики / [уклад. і голов. ред. В.Т.Бусел]. Київ; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2003. 896 с.

Головацук С. І. Словник наголосів. Київ: Наук. думка, 2003. 319 с.

Єрмоленко С. Я., Бибик С. П., Тодор О. Г. Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів / За ред. С. Я. Єрмоленко. Київ: Либідь, 2001. 224 с.

Орфоепічний словник української мови / уклад.: М. М. Пещак, В.М.Русанівський та ін. Київ: Довіра, 2001. Т.1. 955 с ; Київ: Довіра, 2003. Т. 2. 918 с.

Словник ділової мови. Термінологія та фразеологія / М. Дорошенко, М. Станіславський, В. Страшкевич. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2018. XVI, 248 с.

Українська мова: енциклопедія / [редкол.: Русанівський В.М., Тараненко О.О. (співголови), Зяблюк М. П. та ін.]. Київ: Укр. енцикл., 2000. 752 с.

Український орфографічний словник / уклали В. В.Чумак, І. В. Шевченко, Л.Л.Шевченко, Г.М.Ярун; за ред. В. Г. Скляренка. Київ: Довіра, 2008. 983 с.

Український правопис / Ін-т мовознавства ім.О. О. Потебні НАН України, Ін-т укр. мови НАН України. Київ: Наук. думка, 2019. 391 с.

Електронні інформаційні ресурси

1. www.library.edu-ua.net/ – Державна науково-педагогічна бібліотека України імені В.О.Сухомлинського
2. <http://www.nbuv.gov.ua> – веб-сайт Національної бібліотеки України імені В.І.Вернадського
3. <http://www.nplu.org> – веб-сайт Національної парламентської бібліотеки України
4. <http://www.ukrbook.net> – веб-сайт Книжкової палати України імені Івана Федорова
5. <http://library.zntu.edu.ua/res-libr-el.html> – веб-сайт “Бібліотеки в мережі Internet”
6. info@lib.ua-gu.net – наукова електронна бібліотека “Веда”
7. Journals.uran.i.ua – “Наукова періодика України”
8. Український сайт про PR, маркетинг і рекламу. URL: <http://www.prschik.kiev.ua>. (дата звернення:14.08.2022).
9. Український незалежний центр політичних досліджень. URL: <http://www.ucipr.org.ua>. (дата звернення:14.08.2022).

ГЛОСАРІЙ

Адресант (автор, мовець) — джерело повідомлення; у міжособистісному спілкуванні — особа, яка ініціює комунікацію, кодує своє повідомлення мовними або позамовними засобами і передає адресату.

Адресат (слухач, читач, інтерпретатор, аудиторія) — кінцевий споживач повідомлення; у міжособистісному спілкуванні — особа, яка приймає повідомлення та згідно зі своїми когнітивними стратегіями і конситуативними умовами інтерпретує його.

Апперцепція — невід’ємна властивість сприйняття, яка виявляє залежність від попереднього індивідуального досвіду людини, її знань, полягає у включенні нових об’єктів до наявної в людини системи уявлень.

Бар’єр культурний — особливі елементи культури, що ускладнюють та (в екстремальних випадках) унеможливають взаємозв’язок і соціальні контакти представників різних культурних середовищ.

Безпосереднє спілкування - взаємодія людей, між якими встановлюється комунікативний зв’язок, коли співрозмовники безпосередньо сприймають один одного (віч-на віч).

Бізнес-етикет — це звід правил і понять про те, як повинні вести себе ділові люди при особистій зустрічі, під час листування або телефонної розмови. Деколи дотримання культурних норм може стати вирішальним моментом, від якого залежать результати співпраці.

Бізнес-комунікації (англ. business — справа, діло і лат. communicatio — зв’язок) — міжгрупові та міжособистісні комунікації, специфіка, структура та функції яких зумовлені сферою ділових відносин, у якій вони використовуються. Бізнес-комунікації досліджуються на стику кількох дисциплін: соціології та маркетингу, менеджменту і психології, соціальної лінгвістики та семантики та ін. Соціологія акцентує увагу на культурних, соціальних та економічних детермінантах бізнес-комунікації; специфікації комунікативних стратегій бізнес-комунікації в певних соціально-економічних умовах; особливостях формування комунікативного простору бізнесу та чинників, що сприяють цьому процесу (культура ділового спілкування (усного та письмового), способи та швидкість вирішення проблем, особливості економічної поведінки та стратегії розвитку бізнесу). До бізнес-комунікації зараховують усі види внутрішньоорганізаційних комунікацій (ради, обговорення та ін.), зовнішні міжсуб’єктні комунікації (переговори, наради), зовнішні міжгрупові та суб’єкт-об’єктні комунікації (реклама, PR, іміджмейкінг). Бізнес-комунікації розрізняють за: комунікативними каналами (усні, документні (письмові), електронні); рівнем здійснення (міжособистісні, міжгрупові); видами економічної діяльності; місцем здійснення (внутрішні та зовнішні комунікації); джерелами регулювання комунікативного процесу (формальні, неформальні); цілями комунікації; тривалістю часу комунікації (довготривалі, періодичні та ін.); ставленням до партнерів. Ступінь розвитку бізнес-комунікації є не лише показником, а й фактором ефективності діяльності організації чи окремого суб’єкта ділових відносин.

На ефективність бізнес-комунікації позначається дотримання їх загальних принципів: єдності раціонального та емоційного в поведінці людини; ситуативності; прагнення до підвищення рівня об'єктивності уявлень про партнера через недостатню інформацію для пояснення та прогнозу його поведінки; гуманізму при конструюванні комунікацій; розвитку (онтогенезу) суб'єктів спілкування і динаміки психічних процесів; системності суб'єктів комунікації (система цілісна, унікальна, автономна, адаптивна, пов'язана із середовищем, тобто відкрита, не піддається повному моделюванню процесів та станів); наявності латентних чинників поведінки, що підлягають діагностуванню; безмежності процесу пізнання; науковості та ін.

Вербальне спілкування — різноманітні контакти між людьми, зумовлені потребами їх спільної діяльності.

Вербальний контакт — фрагмент комунікативного процесу, обмежений початком та кінцем вербальної взаємодії двох або більше комунікантів у певний час і певному місці, у процесі якого вони організують обмін комунікативними діями, спрямований на досягнення комунікативної мети, який зазвичай відбувається згідно з принципами та правилами комунікативного кодексу певної лінгвокультури.

Вербальний (лат. *verbum* — слово) (м о в н и й) к о д — сукупність мовних засобів, які використовують комуніканти для створення та обміну повідомленнями під час вербальної взаємодії (спілкування, комунікації).

Внутрішнє мовлення — беззвучне мовлення, яке використовує людина коли щось розмірковує.

Грамматична будова мови — функція, зумовлена потребами спілкування та розвитком вираження змісту предмета в формі інформаційних структур.

Дискурс (лат. *discursus* — міркування) — мисленнєво-мовленнєва діяльність комунікантів під час комунікативного акту, сукупність мовленнєвих дій, котрі вони створюють згідно з конвенціональними та неконвенціональними правилами комунікативної поведінки у процесі розв'язання комунікативних завдань.

Диспозиція (лат. *dispositio*, від *dispono* — розміщую) — формулювання основних понять про предмет виступу, визначення правил оперування поняттями.

Дихотомія — це протиставлення двох речей, які повністю протилежні або кардинально відрізняються одна від одної.

Діловий етикет (*business etiquette*) — норми, які регулюють стиль роботи, манеру поведінки, спілкування при вирішенні ділових проблем.

Діловий лист (*business letter*) — документ, який використовується для зв'язку, передавання інформації на відстані між кореспондентами (юридичними або фізичними особами).

Діловий прийом (*business official reception*) — зібрання запрошених гостей на честь завершення переговорів, підписання контракту, запрошених гостей, ювілею і презентації фірми та ін.

Діловий протокол (*business minutes*) — регламентований порядок зустрічей і проводів делегацій, проведення бесід, переговорів і прийомів, ведення ділового листування, підписання договорів, угод та ін.

Діалог (грец. dialogos — розмова, бесіда) — форма вербальної взаємодії, як правило, між двома комунікантами (діада), яка складається з обміну репліками-висловлюваннями.

Діалогічне мовлення — мовлення між двома або кількома співрозмовниками: то один з них, то інший виконують по черзі роль мовця і слухача.

Довготривале спілкування — це взаємодія в межах однієї або кількох тем, обмін розгорнутою інформацією щодо змісту предмета спілкування.

Емпатія — здатність бачити світ з позиції іншої людини, поділяти її почуття й переживання.

Етикетність (франц. etiquette, від estiquier — прикріплювати) — характер вступу, підтримання та виходу з комунікативного контакту, комунікативна привітність, оптимізм, самопрезентація, роль формального (неформального) спілкування.

Етос (грец. ethos — звичка, звичай, характер) — зразкова громадська й морально-етична поведінка мовця (оратора), без якої неможливо переконати інших і впливати на них.

Ефективна комунікація — все, що стосується успішного функціонування бізнес-функцій.

Зворотний зв'язок — реакція на повідомлення з боку адресата, що повертається до адресанта.

Зв'язність (когезія, структурні зв'язки) — категорія, що характеризує особливості з'єднання всередині тексту його елементів.

Ідентифікація — спосіб розуміння іншої людини через усвідомлюване або неусвідомлюване уподібнення суб'єкту, який пізнає (наприклад, люди різних національностей: кожен ідентифікує себе в тому середовищі, якому він знаходиться).

Інтерактивна функція спілкування — функція впливу спілкування на інших людей

Інтерв'ю (англ. interview — зустріч, побачення) — односторонній діалог-розпитування.

Інформаційна ентропія (англ. information entropy) — усереднена швидкість, із якою продукує інформацію стохастичне (імовірнісне) джерело даних.

Канал зв'язку — в інформаційних технологіях засіб для передачі сигналів між пристроями, які розташовані на відстані один від одного.

Канал комунікації (лат. communicatio — зв'язок) — шлях фізичного передавання повідомлення і засіб, за допомогою якого передаються повідомлення.

Кінесика (др.-грец. κίνησις — рух) — сукупність рухів (жестів, міміки), що застосовуються в процесі людського спілкування (за винятком рухів мовного апарату).

Код (франц. code, від лат. codex — список постанов) — сукупність сигналів, що передаються, як правило, одним засобом або каналом.

Комуніканти — особи, які беруть участь у комунікації.

Комунікативна мета — стратегічний результат, на який спрямований комунікативний акт.

Комунікативна поведінка — сукупність мовних і позамовних дій, здійснених комунікантами в межах комунікативного акту з метою досягнення комунікативної мети (стратегічного результату/) певної вербальної взаємодії.

Комунікативна роль — функція комуніканта відповідно до продукції або рецепції мовленнєвого продукту, тобто комуніканту певний момент комунікативного процесу може або створювати й передавати вербальне повідомлення — мовець (A1), або сприймати та інтерпретувати його — слухач (A2).

Комунікативна свідомість — сукупність механізмів свідомості людини, які забезпечують її комунікативну діяльність.

Комунікативна стратегія (грец. stratos — військо і ago— веду) — когнітивний процес, тобто глобальний рівень усвідомлення ситуації, в якому мовець співвідносить свою комунікативну мету з конкретним мовним вираженням.

Комунікативна тактика (грец. taktike — мистецтво шиккування військ) — конкретні мовленнєві дії, що мають на меті досягнення впливу на певному етапі стратегічної взаємодії.

Комунікативний акт — концептуально та структурно організований обмін комунікативною діяльністю мовцями в межах вербального контакту, в якому предметно-знаковим носієм є дискурс, що опирається на певну ситуацію.

Комунікативний кодекс (лат. codex — книга) — певна система критеріїв (стандартів), за якими розробляють судження, оцінки, та принципів (правил), які регулюють мовну поведінку мовців під час комунікативного акту.

Комунікативний паспорт мовця — особливості комунікативної поведінки homo loquens як частини його комунікативної свідомості, зумовлені комунікативними, соціометричними, психологічними, соціоінтерактивними, мовними, мовленнєво-риторичними та національно-культурними чинниками.

Комунікативний процес — форма об'єктивації вербальної комунікації, за якої комуніканти вступають у контакт засобами мовного та позамовних кодів із приводу референта (об'єкта, про який ідеться), продукуючи та інтерпретуючи повідомлення (дискурс) згідно з комунікативними намірами (інтенціями) та з урахуванням контексту, використовуючи певні комунікативні ресурси (стратегії і тактики) для досягнення комунікативних цілей.

Комунікація — обмін значеннями або інформацією між індивідами (від джерела (адресанта) до одержувача (адресата)) засобами спільної системи символів або коду.

Конфлікт комунікативний — зіткнення комунікативних стратегій адресанта та адресата, яке унеможливує спілкування. Розрізняють конфлікти конструктивні (спрямовані на пошук рішення) і деструктивні (призводять до руйнування стосунків і розвалу справи).

Копірайтер — людина з творчою натурою, здатна складати оригінальні тексти, музичні заставки та крупніші твори різного стилю, змісту та метражу.

Копірайтинг (англ. copywriting — це сполучення слів «copy» — рукопис, текстовий матеріал та «writing» — написання) — професійна діяльність, написання рекламних і презентаційних текстів (реклама (пряма або прихована) товару, компанії, послуги тощо).

Короткочасне спілкування — виникає із ситуаційних потреб і діяльності або взаємодії і обмежується розв'язанням локальних комунікативних завдань.

Міжкультурна комунікація — термін введений у науковий обіг Г. Трейгер та Е. Холл. Міжкультурна комунікація — комунікація між представниками окремих культур, коли один учасник виявляє культурну різницю іншого. Це обмін інформацією, почуттями, думками представників різних культур. Трапляється в бізнесі, туризмі, спорті, особистих контактах, науковому та освітньому світі тощо.

Міжособистісна комунікація — спілкування між двома індивідами, процес одночасної взаємодії співрозмовників (комунікантів) та їх впливу один на одного.

Мовленнєва інтенція — це намір виконати дію за допомогою мови — мовлення, тобто здійснити мовленнєву дію в комунікативній діяльності, взаємодії з партнером.

Мовленнєвий акт — мінімальний самостійний відрізок процесу комунікації (комунікативної діяльності), який здійснюється адресантом щодо адресата в певному контексті з певною комунікативною інтенцією.

Мовленнєвий жанр (франц. *genre* — рід, вид, жанр, стиль) — тематично, композиційно і стилістично усталені типи повідомлень носіїв мовленнєвих актів, об'єднаних метою спілкування, задумом мовця з урахуванням особистості адресата, контексту й ситуації спілкування.

Мовленнєвий контекст — смисл, мінімальний відрізок мовлення, який визначає кожне індивідуальне значення слова.

Мовна (вербальна, словесна) комунікація — створення, обмін та інтерпретація повідомлень комунікантами за допомогою мови як коду та позамовних кодів із метою досягнення змін у поведінці чи свідомості адресата, необхідних для спільної діяльності.

Мовна картина світу — фіксація відображення реального світу мовними засобами.

Мовна особистість — модель представлення особистості, що ґрунтується на аналізі дискурсу носія мови й узагальнено об'єктивує особливості використання ним системних засобів мови як з метою відображення його світобачення, так і для реалізації комунікативних інтенцій.

Моделі комунікації — узагальнені теоретичні уявлення, які відтворюють структуру та функції досліджуваного об'єкта.

Монолог (грец. *monos* — один і *logos* — слово, думка) — форма вербальної комунікації, що складається із висловлювань одного комуніканта, розрахованих на пасивне або опосередковане сприйняття адресатом.

Мотивація (з лат. *movere*) — спонукання до дії; динамічний процес фізіологічного та психологічного плану, що керує поведінкою людини, який визначає її організованість, активність і стійкість; здатність людини діяльно задовольняти свої потреби.

Невербальна комунікація — застосування немовних засобів для створення та передавання повідомлення.

Невербальне спілкування — вид спілкування, для якого характерне використання невербальної (безсловесної) поведінки та невербальних комунікацій як головного засобу передачі інформації, організації взаємодії, формування образу, думки про співрозмовника, здійснення впливу на іншу людину.

Невербальний (позамовний) код — сукупність позамовних засобів (жестів, рухів, голосових ефектів тощо), які комуніканти наділяють символічними функціями і використовують для створення повідомлень та обміну ними.

Неймінг (назовництво) — підбір назви для товару чи бренду. Надання назви — для ідентифікації певної фірми, корпорації, товару або послуги на ринку попиту, підкреслюючи їхні переваги та новизну, подаючи головні особливості та виокремлюючи серед конкурентів.

Нетворкінг (англ. networking) — діяльність, спрямована на обмін інформацією між людьми, об'єднаними спільними професійними чи особистими інтересами, що зазвичай відбувається в неформальній обстановці.

Паблік рилейшнз (зв'язки з громадськістю) — система некомерційних зв'язків підприємства з суспільними організаціями, вплив на суспільну думку через засоби масової інформації (public relations, PR) — діяльність, спрямована на досягнення взаємопорозуміння та згоди між людьми, соціальними групами, класами, націями, державами на основі цілеспрямованого формування громадської думки та управління нею.

Пафос (грец. pathos — почуття, пристрасть) — інтелектуальна, вольова, емоційна спрямованість і позиція (переконання) мовця, які виявляються в його комунікативній поведінці та її мовному продукті.

Переговори (negotiation) — це метод досягнення угоди шляхом ділового спілкування, коли обидві сторони мають як спільні, так і протилежні інтереси.

Переконання (persuasion) — це спосіб впливу, коли людина звертається до свідомості, почуттів і досвіду людини з тим, щоб сформувані у неї нові установки. Це такий вплив однієї людини на іншу або на групу людей, який діє на раціональне та емоційне в їх єдності, формує нові погляди, відносини.

Переконувальна комунікація — комунікація, спрямована на стимулювання будь-якої дії з боку адресата у формі поради, прохання.

Повідомлення — організована сукупність смислів (знань, інформації), яка містить «компонент світу» (те, що мовець пропонує дізнатися) та «компонент мовця» (те, як мовець до цього ставиться) і кодується адресантом засобами мовного та позамовного кодів, передається каналом комунікації, розкодовується та інтерпретується адресатом.

Позиційна роль — стандарти поведінки, яких комуніканти набувають унаслідок соціалізації та участі в професійній діяльності: начальник, учитель, лікар, пенсіонер тощо.

Полілог (грец. poli — багато і logos — слово) — форма вербальної взаємодії більше ніж двох комунікантив.

Прийоми (receptions) — зібрання запрошених гостей, де створюють умови для спілкування і знайомства, відпочинку, ритуальних процесій і церемоній. Прийоми мають діловий характер і проводяться з метою поглиблення і розширення ділових контактів, продовження переговорів, здобуття нових партнерів, одержання необхідної інформації, презентації своєї продукції, реклами тощо.

Провокаційна комунікація — особливий тип спілкування, внутрішньо розрахований на отримання відповідної інформації в деяких випадках, коли мовець говорить не для того, щоб передати інформацію, а щоб її одержати.

Проксеміка — одна з декількох підкатегорій у дослідженнях невербальної комунікації, яка охоплює вчення про дотики, кінесіку/ кінезику (рухи тіла), вчення про парамови та структуру часу.

Пропаганда (лат. propaganda дослівно — «яка підлягає поширенню (віра)», від лат. p̄gr̄āgo — «поширюю») — форма комунікації, спрямована на поширення в суспільстві — світогляду, теорії, твердження, фактів, аргументів, чуток та інших відомостей для впливу на суспільну думку на користь певної спільної справи чи громадської позиції.

Пропозиція — інваріантний рівень висловлювання («стан справ», «компонент світу», «те, що я пропоную дізнатись»); думка, відділена від суб'єкта висловлювання (мовця).

Протокол (protocol) — це форма ієрархічного порядку, вияв гарних манер у стосунках між партнерами. Протокол є сукупністю правил поведінки, норм і традицій на офіційних і неофіційних зустрічах.

Професійна етика (public ethics) — сукупність моральних норм, які визначають відношення людини до своєї професії та регулюють відношення людей в трудовій сфері.

Психологічний контекст — інтенції, вірування, бажання як психологічні регулятиви, що відповідають за програму дій мовців.

Публічний виступ (public speech) — це усне монологічне висловлювання з метою вплинути на аудиторію.

Резюме на роботу — це документ, який містить огляд вашого професійного досвіду, освіти та ключових навичок. Разом з супровідним листом, резюме покликане продемонструвати роботодавцю, що ви є релевантним кандидатом на посаду.

Реклама — це вид комунікації у сфері маркетингу між рекламодавцем і клієнтом з метою поширення оплаченої інформації та залучення нових людей (потенційних клієнтів) до товару або послуги.

Рерайтинг — це лексична зміна оригінальних текстів з повним збереженням початкового сенсу. Якщо говорити простіше, то **рерайтинг** — це переписування.

Риторика, рідше **красномовство** — це мистецтво якісного висловлювання думок з метою переконання та впливу на аудиторію з урахуванням її особливостей. Це мистецтво вивчає методику творення тексту, визначає його структуру, найпридатнішу для зрозумілого й аргументованого викладення думки.

Ритуальна комунікація — дотримання та виконання мовцями соціально прийнятих форм поведінки, системи правил гри.

Ситуаційна модель — опис типової ситуації, в межах якої повинен діяти певний об'єкт вивчення (комунікант).

Ситуаційна роль — фіксовані стандарти поведінки в певних комунікативних ситуаціях: перехожий, щасливець, покупець, пацієнт, переможець змагань тощо.

Ситуаційний контекст — сукупність умов, у яких відбувається обмін повідомленнями: тип діяльності, предмет спілкування, статусно-рольові відносини, формальність, офіційність тощо.

Ситуація (лат. situs — становище) — фрагмент об'єктивно існуючої реальності, частиною якої може бути й вербальна дія.

Службовий етикет (official etiquette) — сукупність найдоцільніших правил поведінки там, де відбувається професійна діяльність (на виробництві, в будь-якій організації).

Соціально-психологічний клімат (social and psychological) — рівень міжособистісних стосунків, що виявляється як сукупність психологічних умов, які сприяють або заважають продуктивній діяльності особистості у групі; домінуючий настрій, морально-психологічна атмосфера, у якій виявляється властиве для членів групи ставлення до загальної справи і один до одного. Істотним показником С.-п. к. є рівень згуртованості групи.

Спілкування (communication) — взаємодія людей, яка полягає в обміні інформацією, діями та встановленні взаєморозуміння.

Спілкування — обмін думками та емоційними переживаннями між людьми, тобто актуалізація комунікативної функції мови в різноманітних мовленнєвих ситуаціях.

Статусна роль — стандарти поведінки, що визначаються антропологічними характеристиками, які комунікант отримує від народження: стать, етнічна (національна) належність, вік.

Стереотипізація — це класифікація форм поведінки через співвіднесення із зразками, що відповідають соціальним стереотипам.

Стереотип — це наперед сформований за конкретних соціальних умов образ людини, яким користуються мов штампом.

Стиль управління (керівництва) (style of management) — стійка сукупність особистісних та соціально-психологічних характеристик керівника, за допомогою яких реалізується той чи інший метод (методи) керівництва.

Стратегія спілкування (communication strategy) — це загальна схема дій (або загальний план досягнення мети). На відміну від способів і моделей спілкування вона описує не одну його сторону, а характеризує в єдності мотиваційну, змістовну та операційну.

Такесика — невербальне спілкування людей за допомогою дотиків. До такесичних засобів спілкування відносяться динамічні дотики в формі рукостискання,

Текст (лат. *textum* — тканина, зв'язок, побудова) — результат мовленнєвої діяльності, комунікативна система; явище культури; відображення існування людини в мовних знаках.

Теорія мовної комунікації — комунікативна дисципліна, яка синтезує погляди на мову як комплексну інформаційно-семіотичну систему, засіб комунікації, пізнання та культурний код нації.

Увічливість — сукупність соціальних умінь, головна мета яких — створення умов, за яких комуніканти в межах контакту відчують доцільність (підтвердження) своїх мовленнєвих дій.

Цілісність (когерентність, смислові зв'язки) — смисловий зв'язок між частинами тексту, необхідний для виявлення теми (гіпертеми, мікротем) тексту, який здійснює підготовку адресата до наступної інформації та «зміцнення» текстової пам'яті шляхом повертання до попереднього через повтор.

Цільова аудиторія — група людей, на яких розраховано певний товар, продукт, художній твір, послугу тощо.

Ціннісна картина світу — частина мовної картини, що моделюється у вигляді взаємопов'язаних оцінних суджень, які співвідносяться з юридичними, релігійними, моральними тощо кодексами певної лінгвокультури.

Навчальне видання

БІЗНЕС-ЛІНГВІСТИКА

Електронні методичні рекомендації
до практичних занять з курсу для здобувачів другого
(магістерського) рівня вищої освіти
спеціальності *035 Філологія*

Електронне практичне видання

Укладач

Дружинець Марія Львівна

Оригінал-макет виготовлено в авторській редакції

Шрифт Times New Roman.

Системні вимоги: операційна система сумісна з програмним
забезпеченням для читачів файлів формату PDF.

Обсяг даних 0,4 Мбайт.

**Кафедра української мови та мовної підготовки іноземців
Філологічний факультет
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
Французький бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058**