



СИЛАБУС
навчальної дисципліни (вибіркова)
ДІЛОВІ КОМУНІКАЦІЇ НА ПРОМИСЛОВОМУ РИНКУ
Обсяг (3 кредити / 90 годин)
Вид контролю - залік
Освітня програма «Маркетинг»
Першого рівня вищої освіти
Спеціальність – 075 «Маркетинг»

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА



***Павлішина Ніна Михайлівна, доцент кафедри
«Маркетинг та логістика», к.е.н.***

Контактна інформація:

- номер телефону: 096-281-20-863;
- e-mail: pavl_n_m@ukr.net
- головний корпус, ауд. 281.

Час і місце проведення консультацій:

*згідно з розкладом консультацій, головний корпус,
ауд. 281*

ОПИС КУРСУ

Дисципліна «Ділові комунікації на промисловому ринку» покликана підготувати фахівців зі збуту на промисловому ринку які розуміють успішну комунікацію як запоруку успіху та платформу для реалізації продуктивних ділових взаємин

Майбутньому фахівцеві варто вивчати саме цю навчальну дисципліну, оскільки це дозволить спростити комунікації у процесі виконання професійних обов'язків. За рахунок відмінного знання своєї сфери діяльності, товару / послуги Вам простіше буде спонукати потенційного покупця до активності (укладання контракту, покупки, тощо).

Значна увага при вивченні дисципліни приділяється практичному, прикладному складнику. Це забезпечується практичними заняттями, діловими іграми, тестуванням, проведенням дискусій – обговорень різноманітних ділових ситуацій, розв'язанням аналітичних задач, підготовкою і захистом проектів, що презентують власне бачення вирішення складних проблем ділових комунікацій.

МЕТА, КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

1. *Мета курсу* – формування у здобувачів вищої освіти уявлення про механізм формування ефективної ділової комунікації, знання різних форм комунікацій, навиків формування ділових зв'язків із контрагентами, проведення



переговорів, службового спілкування, вміння працювати із запереченнями для досягнення позитивного результату під час виконання професійних обов'язків.

Компетентності:

Загальні компетентності:

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Фахові компетентності:

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

Результати навчання:

РН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

РН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Успішному вивченню курсу «Ділові комунікації на промисловому ринку» передують отримання базових знань із української та іноземної мов, добре знання тієї спеціальності на якій Ви навчаєтесь. Важливим є володіння такими здібностями як: здатність до мислення, аналізу та синтезу інформації, застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях, здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел, вміння працювати в команді, виявляти ініціативу та підприємливість, прийняття етичних засад комунікацій.

ПЕРЕЛІК ТЕМ (ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН) ДИСЦИПЛІНИ

Таблиця 1 – Загальний тематичний план аудиторної роботи

Номер тижня	Теми лекцій, год.	Теми лабораторних/практичних робіт або семінарів, год.
Змістовий модуль 1. Основні засади сучасних комунікацій		
1	Тема 1. Промисловий ринок: сутність, учасники, особливості. Трейд маркетинг. Сутність, принципи та типологія ділових комунікацій (2 год)	



2		Тема 1. Промисловий ринок: сутність, учасники, особливості. Трейд маркетинг. Сутність, принципи та типологія ділових комунікацій (2 год)
3	Тема 2. Ділові комунікації як бізнес-процес. Канали комунікації. Комунікативні бар'єри. Етика ділових комунікацій (2 год)	
4		Тема 2. Ділові комунікації як бізнес-процес. Канали комунікації. Комунікативні бар'єри. Етика ділових комунікацій (2 год)
5	Тема 3. Психологічні основи ділового спілкування (2 год)	
6		Тема 3. Психологічні основи ділового спілкування (2 год)
7	Тема 4. Вербальні та невербальні засоби ділових комунікацій (2 год)	
8		Тема 4. Вербальні та невербальні засоби ділових комунікацій (2 год)
Змістовий модуль 2. Організація комунікативного процесу		
9	Тема 5. Стилi продаж, технології продаж. Розподіл функціональних ролей у ділових комунікаціях (2 год)	
10		Тема 5. Стилi продаж, технології продаж. Розподіл функціональних ролей у ділових комунікаціях (2 год)
11	Тема 6. Технологія ділового впливу та практика ведення ділових переговорів. Робота із запереченнями. Маніпуляції в ділових комунікаціях (2 год)	
12		Тема 6. Технологія ділового впливу та практика ведення ділових переговорів. Робота із запереченнями. Маніпуляції в ділових комунікаціях (2 год)
13	Тема 7. Ділові комунікації телефоном та їх психологічні особливості (1 год) Тема 8. Електронні ділові комунікації (1 год)	
14		Тема 7. Ділові комунікації телефоном та їх психологічні особливості (1 год) Тема 8. Електронні ділові комунікації (1 год)

САМОСТІЙНА РОБОТА

Самостійна робота є основним засобом оволодіння навчальним матеріалом під час позааудиторної навчальної роботи здобувача вищої освіти.

Метою самостійної роботи є засвоєння в повному обсязі навчальної програми та послідовне формування у здобувачів вищої освіти самостійності як риси характеру, що відіграє суттєву роль у формуванні сучасного фахівця вищої кваліфікації. Основними формами самостійної роботи є такі: опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу; вивчення окремих тем або



питань, що передбачені для самостійного опрацювання; підготовка до практичних занять та виконання домашніх завдань; систематизація вивченого матеріалу курсу перед написанням модульних контрольних робіт та підготовка до різних форм поточного контролю.

Таблиця 2 – Загальний тематичний план самостійної роботи

Номер тижня	Тема СР	Види СР	Контрольні заходи
1	2	3	4
1	Тема 1. Промисловий ринок: сутність, учасники, особливості. Трейд маркетинг. Сутність, принципи та типологія ділових комунікацій	Ознайомлення з додатковою літературою за тематикою. Підбір прикладів потреб різних учасників промислового ринку з метою побудови комунікацій у подальшому	Аудиторне опитування Стисле ознайомлення із вибраними компаніями ті їх товаром послугою
3	Тема 2. Ділові комунікації як бізнес-процес. Канали комунікації. Комунікативні бар'єри. Етика ділових комунікацій	Ознайомлення з додатковою літературою за тематикою. Складання списку позитивних та негативних сторін кожного каналу із позиції комунікації для обраного товару / послуги	Аудиторне опитування Доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи
5	Тема 3. Психологічні основи ділового спілкування	Ознайомлення з додатковою літературою за тематикою. Підготовка реферату	Аудиторне опитування Презентація реферату Вирішення ситуативних вправ
7	Тема 4. Вербальні та невербальні засоби ділових комунікацій	Ознайомлення з додатковою літературою за тематикою. Підготовка презентації із невербальними комунікаціями	Доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи Рольові ігри Кейси
9	Тема 5. Стили продаж, технології продаж. Розподіл функціональних ролей у ділових комунікаціях	Ознайомлення з додатковою літературою за тематикою. Вибір та обґрунтування стилю та технології продаж для обраного товару / послуги	Аудиторне опитування Доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи Обговорення розподілу ролей (ситуаційне завдання). Кейси
11	Тема 6. Технологія ділового впливу та практика ведення ділових переговорів. Робота із запереченнями. Маніпуляції в ділових комунікаціях	Ознайомлення з додатковою літературою за тематикою. Підготовка можливих заперечень за обраним товаром / послугою та реакцій на них	Аудиторне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи Тематична дискусія
13	Тема 7. Ділові комунікації телефоном та їх психологічні особливості Тема 8. Електронні ділові комунікації	Ознайомлення з додатковою літературою за тематикою	Аудиторне опитування. Вправи на розвиток навичок ділового писемного мовлення, складання документів



РЕКОМЕНДОВАНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ ДЖЕРЕЛА

Навчально-методичні розробки:

1. Презентації лекцій з дисципліни «Ділові комунікації на промисловому ринку»: <https://moodle.zp.edu.ua/course>.

Літературні джерела:

1. Авраменко О.О., Яковенко Л.В., Шийка В.Я. Ділове спілкування : навч. посібник. Івано-Франківськ, «Лілея-НВ». 2015. 160 с. URL : https://dut.edu.ua/uploads/l_1779_33887527.pdf

2. Боковець О.І. Ділове спілкування: навчально-методичний комплекс дисципліни : навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 62 с. URL : <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/48219/1/Dilove.pdf>

3. Гребінь Н.В. Зміст маніпуляції як різновиду прихованого психологічного впливу. *Проблеми сучасної психології*. 2013. Вип. 21. С. 80-93. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pspl_2013_21_9

4. Гриценко Т.Б., Гриценко С.П., Іщенко Т.Д., Мельничук Т.Ф., Чуприк Н.В., Анохіна Л.П. Етика ділового спілкування : навч. посібник / за редакцією Т.Б. Гриценко, Т. Київ: Центр учбової літератури, 2007, 344 с. URL : https://library.udpu.edu.ua/library_files/420444.pdf

5. Дзялошинський В.М. Ділові комунікації : підручник. URL : <https://stud.com.ua/105886/menedzhment/vstup>

6. Павлішина Н.М. Електронні комунікації у цифровому просторі. Економіко-правові та управлінсько-технологічні виміри сьогодення: молодіжний погляд : матеріали міжнародної науково-практичної конференції : у 2 т. Т. 1. – Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2021. – 432 с. – С. 201-204

7. Павлішина Н.М. Рекламний текст: місце в рекламній комунікації та структура. Інфраструктура ринку. 2019. № 37 С.361-370. URL: www.market-infr.od.ua/uk/37-2019 <https://doi.org/10.32843/infrastuct37-52>

8. Пилипчук В.П., Данніков О.В. Управління продажем : навч. посібник. Київ : КНЕУ, 2011. 627 с. URL : https://kneu.edu.ua/get_file/9366/%D0%A3%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D0%B6%D0%B5%D0%BC%20%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D1%87.%20%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA.pdf

9. Сержук А. В. Трейд-маркетинг у системі збуту підприємства. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2008. № 633. С. 898–904. URL : <https://vlp.com.ua/files/129.pdf>

10. Співак А.В. Ділові комунікації: підручник : підручник. URL : https://stud.com.ua/51626/menedzhment/dilovi_komunikatsiyi

11. Таратухина Ю.В. Ділові та міжкультурні комунікації : підручник. URL : https://stud.com.ua/64329/menedzhment/dilovi_ta_mizhkulturni_komunikatsiyi



12. Шавкун І.Г. Ділова комунікація: сутність та типологізація. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2009. Вип. 38. С. 67-74. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpqgzdia_2009_38_9

ОЦІНЮВАННЯ

Контроль знань з дисципліни здійснюється за рейтинговою системою оцінювання. Рейтингова оцінка визначається як середня змістовних модулів, у межах яких розподілені теми.

Для здобувачів вищої освіти денної форми навчання використовуються наступні засоби оцінювання:

- поточний контроль реалізується у формі усного опитування, виступів на практичних заняттях, поточного тестування, правильності виконання практичних завдань, у тому числі запланованих на самостійне опрацювання тощо;
- залік.

Для здобувачів вищої освіти заочної форми навчання засоби оцінювання: захист контрольної роботи, залік.

Оцінка на заліку виставляється у відповідності до існуючих шкал оцінювання.

Впродовж семестру здобувачі вищої освіти можуть отримати максимум 100 балів за кожний модуль:

- виконання практичних завдань - до 24 балів (планом передбачено 8 практичних занять, кожне заняття оцінюється від 0 до 3 балів: 3 бали – повна відповідність завданню, вичерпна відповідь, наявність ілюстративного матеріалу; 2 бал – завдання виконане частково, без презентації; 1 бал - завдання виконане поверхнево, без аналізу результатів, без презентації, без переліку використаних джерел);

- поточний контроль – до 16 балів (планом передбачено 8 тем, кожна тема оцінюється від 0 до 2 балів: 2 бали – знання теоретичного матеріалу за темою, участь в обговореннях, дискусіях, опанування практичного інструменту у відповідності до змісту теми; 1 бал – знання теоретичного матеріалу за темою);

- тестування за результатами змістовних модулів – до 40 балів (2 поєднані модулі по 20 балів за кожен);

- неформальна та/або інформальна освіта (відвідування тренінгів, семінарів, вебінарів – 1 бал, отримання сертифікатів або його окремих складових за результатами відвідування – 5 балів, участь у кейс-чемпіонатах – 4 бали) – разом до 10 балів;

- наукова діяльність (участь у науковій темі кафедри, участь у конференціях, написання статей) – до 10 балів;

- залік – максимум 100 балів.

У якості підсумкової атестації є складання заліку. Під час складання заліку здобувач вищої освіти відповідає письмово на 20 тестів. За кожний правильну відповідь на тестове питання отримує 5 балів (разом 100 балів).



Політика відвідування аудиторних занять (особиста присутність здобувача вищої освіти на заняттях). В умовах впровадження он-лайн-освіти за наявності об'єктивних причин (наприклад, лікарняні, стажування, мобільність, індивідуальний графік, знаходження на карантині і т. інш.) та за узгодженням з викладачем, освоєння навчальної дисципліни здобувачами вищої освіти може здійснюватись самостійно, на засадах академічної доброчесності, що визначається Кодексом академічної доброчесності Національного університету «Запорізька політехніка» https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Nakaz_N253_vid_29.06.21.pdf

При цьому щотижня здобувач вищої освіти має звітувати через електронну пошту або через систему дистанційного навчання Moodle про стан виконання завдань та раз на тиждень – за графіком консультацій - виходити на он-лайн-консультацію.

Політика дедлайнів. Здобувач вищої освіти зобов'язаний дотримуватись крайніх термінів (дата для аудиторних видів робіт або час в системі дистанційного навчання Moodle), до яких має бути виконано певне завдання. За наявності поважних причин (відповідно до інформації, яку надано деканатом) здобувач вищої освіти має право на складання індивідуального графіку вивчення окремих тем дисципліни.

Політика академічної доброчесності. Дотримання академічної доброчесності здобувача вищої освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю, досягнення результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право та суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації; використання достовірної інформації з офіційних джерел при виконанні проектних завдань.

Політика дотримання прав та обов'язків здобувачів вищої освіти. Права і обов'язки с здобувачів вищої освіти відображено у п.7.5 Положення про організацію освітнього процесу в НУ «Запорізька політехніка» (https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Polozhennia_pro_orhanizatsiyu_osvitnoho_protsetu.pdf)

Політика конфіденційності та захисту персональних даних. Обмін персональними даними між викладачем і здобувачем вищої освіти в межах вивчення дисципліни, їх використання відбувається на основі закону України «Про захист персональних даних» (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text>). Стаття 10, п. 3 «Використання персональних даних працівниками суб'єктів відносин, пов'язаних з персональними даними, повинно здійснюватися лише відповідно до їхніх професійних чи службових або трудових обов'язків. Ці працівники зобов'язані не допускати розголошення у будь-який спосіб персональних даних, які їм було довірено або які стали відомі у зв'язку з виконанням професійних чи службових або трудових обов'язків, крім випадків, передбачених законом. Таке зобов'язання чинне після припинення ними діяльності, пов'язаної з персональними даними, крім випадків, установлених законом.

ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ ДЛЯ РОБОТИ НА КУРСІ

Щоб мати доступ до навчально-методичних розробок курсу необхідно мати особистий доступ до університетської навчальної платформи Moodle.