

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

на засіданні кафедри  
міжнародних економічних відносин  
Протокол № 1 від 22.08.2025 р.

**ПОГОДЖЕНО**

Проректор з навчально-методичної  
роботи



**ДІЛОВІ КОМУНІКАЦІЇ**

робоча програма навчальної дисципліни (РПНД)

Галузь знань	<b>всі</b>
Спеціальність	<b>всі</b>
Освітній рівень	<b>перший (бакалаврський)</b>
Освітня програма	<b>всі</b>

Статус дисципліни	<b>вибіркова</b>
Мова викладання, навчання та оцінювання	<b>українська</b>

Розробник:  
к.е.н., доцент

Олександра ГРОНЬ

Завідувач кафедри  
міжнародних  
економічних відносин та  
безпеки бізнесу

Ірина ОТЕНКО

Харків  
2025

## ВСТУП

Актуальність вивчення дисципліни «Ділові комунікації» зумовлена тим, що сучасний фахівець у сфері економіки, менеджменту, маркетингу, міжнародного бізнесу чи підприємництва має не лише володіти професійними знаннями, а й уміти ефективно взаємодіяти з колегами, партнерами, клієнтами, інвесторами та представниками різних організацій.

В умовах динамічного бізнес-середовища, цифровізації, розвитку міжнародної співпраці та зростання конкуренції особливого значення набувають навички ведення переговорів, підготовки ділової документації, публічних виступів, презентації ідей, роботи в команді, вирішення конфліктів та побудови професійної репутації. Саме комунікація часто визначає успішність управлінських рішень, ефективність співпраці та здатність фахівця переконливо представляти інтереси компанії чи проєкту.

Дисципліна «Ділові комунікації» є важливою складовою професійної підготовки, оскільки формує здатність чітко, аргументовано й етично передавати інформацію, адаптувати стиль спілкування до різних ділових ситуацій, враховувати культурні та організаційні особливості комунікації. Опанування цієї дисципліни сприяє розвитку комунікативної компетентності, критичного мислення, емоційного інтелекту та лідерських якостей, необхідних для успішної професійної діяльності в сучасній економіці.

Мета навчальної дисципліни полягає у формуванні у студентів системи знань і практичних навичок ефективної професійної взаємодії в діловому середовищі, розвитку здатності грамотно, аргументовано й етично здійснювати усну та письмову комунікацію, вести переговори, презентувати ідеї, працювати в команді та будувати конструктивні ділові відносини.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є: засвоєння теоретичних основ ділової комунікації, її видів, форм, принципів і функцій у професійному середовищі; формування навичок ефективної усної та письмової ділової комунікації, зокрема підготовки ділових листів, службових документів, повідомлень, звітів та презентацій; розвиток умінь професійного спілкування з колегами, керівниками, партнерами, клієнтами та іншими стейкхолдерами;

оволодіння техніками підготовки та проведення ділових зустрічей, переговорів, нарад і публічних виступів; формування здатності аргументовано висловлювати власну позицію, презентувати ідеї, обґрунтовувати рішення та переконливо доносити інформацію до цільової аудиторії; розвиток навичок командної взаємодії, активного слухання, конструктивного зворотного зв'язку та подолання комунікативних бар'єрів; оволодіння методами управління конфліктами та налагодження конструктивної взаємодії в професійному середовищі; формування етичної культури ділового спілкування, дотримання норм професійної етики, ділового етикету та відповідальної комунікативної поведінки; розвиток навичок міжкультурної комунікації, необхідних для взаємодії в міжнародному бізнес-середовищі; формування здатності

використовувати сучасні цифрові інструменти комунікації для професійної взаємодії, організації роботи та представлення результатів діяльності.

Об'єкт навчальної дисципліни - процес професійної комунікативної взаємодії в діловому середовищі, що виникає між працівниками, керівниками, партнерами, клієнтами та іншими учасниками економічних і управлінських відносин.

Предметом навчальної дисципліни є теоретичні засади та практичні механізми здійснення усної, письмової, міжособистісної, групової та організаційної ділової комунікації в професійному середовищі, зокрема в процесі підготовки ділової документації, проведення переговорів, презентації інформації, управління конфліктами, при прийнятті управлінських рішень, налагодження співпраці та досягнення цілей організації.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна визначено в табл. 1.

Таблиця 1

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна

Результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти
Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним	Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу.
	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
	Здатність генерувати нові ідеї (креативність)
Спілкуватись в усній та письмовій формі державною мовою.	Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово
Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи	Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління
Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.	Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань
Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності	Цінування та повага різноманітності та мультикультурності

## ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### Зміст навчальної дисципліни

#### Тема 1. Основи ділової комунікації

Поняття комунікації та її значення в сучасному суспільстві. Комунікація як процес обміну інформацією, ідеями, емоціями, цінностями та управлінськими рішеннями. Функції комунікації: інформаційна, регулятивна, мотиваційна, інтеграційна, соціалізуюча, управлінська.

Роль комунікації в бізнесі та професійній діяльності економіста, менеджера, маркетолога, підприємця. Комунікація як інструмент координації

діяльності, прийняття рішень, формування довіри, управління відносинами зі стейкхолдерами та представлення інтересів організації.

Основні моделі комунікації: лінійна, інтерактивна, трансакційна. Складові сучасної моделі комунікації: відправник, отримувач, повідомлення, канал, контекст, шум, кодування, декодування, зворотний зв'язок. Комунікативні бар'єри та способи їх подолання. Планування процесу комунікації: визначення мети, аудиторії, змісту повідомлення, каналу комунікації, очікуваної реакції та критеріїв ефективності.

## **Тема 2. Розвиток емоційного інтелекту та міжособистісної взаємодії.**

Поняття емоційного інтелекту та його значення для професійної комунікації. Основні складові емоційного інтелекту: самосвідомість, саморегуляція, мотивація, емпатія, соціальні навички. Роль емоційного інтелекту в управлінні діловими відносинами, прийнятті рішень, запобіганні конфліктам і формуванні довіри.

Міжособистісна взаємодія в професійному середовищі. Активне слухання як основа ефективного спілкування. Техніки уточнення, перефразування, резюмування, відкритих і закритих запитань. Розвиток емпатії та навичок конструктивного зворотного зв'язку.

Комунікативні стилі особистості. Особливості взаємодії з різними типами співрозмовників. Асертивна, пасивна, агресивна та пасивно-агресивна поведінка в діловому спілкуванні. Формування навичок самопрезентації, самоконтролю та конструктивної поведінки в емоційно складних ситуаціях.

## **Тема 3. Невербальна комунікація**

Поняття невербальної комунікації та її роль у діловому спілкуванні. Основні елементи невербальної поведінки: міміка, жести, постава, зоровий контакт, дистанція, інтонація, темп мовлення, паузи, зовнішній вигляд.

Взаємозв'язок вербальної та невербальної комунікації. Узгодженість слів, тону та поведінки як умова довіри до повідомлення. Типові помилки невербальної комунікації в діловому середовищі. Значення невербальних сигналів під час переговорів, публічних виступів, співбесід, ділових зустрічей і презентацій.

Міжкультурні відмінності в невербальній комунікації. Особливості інтерпретації жестів, дистанції, погляду та емоційної експресії в різних культурах. Розвиток навичок спостереження, самоконтролю та адаптації невербальної поведінки до ділової ситуації.

## **Тема 4. Комунікації в середині організації.**

Сутність внутрішньоорганізаційних комунікацій та їх значення для ефективної діяльності компанії. Формальні та неформальні комунікації в організації. Вертикальні, горизонтальні та діагональні комунікаційні потоки. Комунікація між керівниками, працівниками, командами та структурними підрозділами.

Основні канали внутрішньої комунікації: електронна пошта, корпоративні месенджери, наради, внутрішні портали, інформаційні бюлетені, звіти, презентації, корпоративні заходи. Переваги та обмеження різних каналів

комунікації.

Комунікація в умовах організаційних змін. Інформування працівників, зниження невизначеності, формування довіри до управлінських рішень. Комуникативні бар'єри в організації: інформаційне перевантаження, викривлення повідомлень, ієрархічна дистанція, недостатній зворотний зв'язок. Принципи побудови ефективної системи внутрішніх комунікацій.

### **Тема 5. Управління ефективністю команди.**

Команда як форма організації спільної діяльності. Відмінність між групою та командою. Основні ознаки ефективної команди: спільна мета, розподіл ролей, довіра, відповідальність, комунікація, взаємна підтримка, орієнтація на результат.

Етапи розвитку команди. Командні ролі та їх вплив на ефективність взаємодії. Комунікація в команді: постановка завдань, координація дій, обмін інформацією, прийняття рішень, обговорення результатів.

Зворотний зв'язок у командній роботі. Методи підтримки залученості та мотивації учасників команди. Комуникативні причини неефективності командної роботи: нечіткість ролей, відсутність довіри, приховані конфлікти, слабка координація, уникнення відповідальності. Інструменти підвищення командної ефективності в очному, дистанційному та гібридному форматах роботи.

### **Тема 6. Розвиток навичок ведення переговорів та поведінки у конфліктах.**

Поняття переговорів та їх роль у діловій практиці. Етапи переговорного процесу: підготовка, встановлення контакту, обмін позиціями, виявлення інтересів, аргументація, пошук рішень, досягнення домовленостей, фіксація результатів.

Позиції та інтереси в переговорах. Стратегії ведення переговорів: конкуренція, співпраця, компроміс, уникнення, пристосування. Аргументація та контраргументація. Техніки постановки запитань, активного слухання, роботи із запереченнями та досягнення взаємовигідних рішень.

Конфлікт як форма комуникативної взаємодії. Причини конфліктів у діловому середовищі. Типи конфліктів: міжособистісні, групові, організаційні, ціннісні, рольові, ресурсні. Поведінка у конфліктних ситуаціях. Методи запобігання, деескалації та конструктивного розв'язання конфліктів.

### **Тема 7. Ефективний діловий текст.**

Поняття ділового тексту та його роль у професійній комунікації. Основні вимоги до ділового письма: ясність, логічність, точність, лаконічність, структурованість, доречність стилю, грамотність. Відмінність ділового, наукового, публіцистичного та розмовного стилів.

Структура ефективного письмового повідомлення. Формулювання мети тексту, визначення адресата, добір аргументів, логіка викладу. Ділові листи, електронні повідомлення, службові записки, інформаційні повідомлення, запрошення, подяки, відповіді на звернення, короткі звіти.

Особливості електронної ділової комунікації. Етикет електронного листування. Тема листа, звертання, структура повідомлення, тональність,

завершення, підпис, вкладення. Типові помилки в ділових текстах: надмірна складність, канцеляризми, нечіткі формулювання, відсутність логіки, емоційність, невідповідність аудиторії. Редагування та покращення ділових текстів.

### **Тема 8. Аналіз та презентація даних дослідження.**

Роль даних у діловій комунікації та прийнятті управлінських рішень. Види даних у бізнесі: кількісні, якісні, первинні, вторинні, внутрішні, зовнішні. Основні джерела даних для економічного аналізу, маркетингових досліджень, управлінських рішень і комунікаційних завдань.

Підготовка даних до представлення: відбір ключової інформації, групування, порівняння, узагальнення, виявлення тенденцій. Принципи коректної інтерпретації даних. Відмінність між фактом, висновком, припущенням і рекомендацією.

Візуалізація даних у діловій комунікації. Таблиці, діаграми, графіки, інфографіка, дашборди. Вибір форми візуалізації залежно від мети повідомлення. Пояснення результатів дослідження для різних аудиторій: керівництва, клієнтів, партнерів, колег, громадськості. Типові помилки презентації даних: перевантаження слайдів, некоректні масштаби, відсутність висновків, маніпулятивне подання інформації.

### **Тема 9. Публічні виступи та презентації.**

Публічний виступ як форма професійної комунікації. Види публічних виступів: інформаційний, переконувальний, мотиваційний, звітний, презентаційний. Підготовка до виступу: визначення мети, аналіз аудиторії, формування ключового повідомлення, добір аргументів, побудова структури.

Структура ефективного виступу: вступ, основна частина, висновки, заклик до дії. Прийоми залучення уваги аудиторії. Storytelling у ділових презентаціях. Аргументація та приклади як засоби посилення переконливості.

Візуальний супровід презентації. Принципи створення слайдів: простота, логіка, візуальна ієрархія, акцент на ключових ідеях, відповідність дизайну змісту. Вербальна та невербальна поведінка спікера. Робота з хвилюванням, голосом, паузами, контактом з аудиторією. Відповіді на запитання та робота зі складною аудиторією.

### **Тема 10. Зв'язки з громадськістю.**

Поняття зв'язків з громадськістю та їх роль у формуванні репутації організації. Відмінність PR від реклами, маркетингу, пропаганди та корпоративних комунікацій. Основні цілі PR: інформування, формування довіри, підтримка репутації, управління громадською думкою, комунікація в кризових ситуаціях.

Цільові аудиторії та стейкхолдери організації. Комунікація з громадськістю, медіа, партнерами, місцевими громадами, органами влади, працівниками, клієнтами. Основні інструменти PR: пресреліз, новина, коментар, інтерв'ю, пресконференція, публічний захід, соціальні мережі, корпоративний сайт.

Репутаційні ризики та кризові комунікації. Принципи комунікації під час

кризи: оперативність, правдивість, послідовність, відповідальність, емпатія. Підготовка ключових повідомлень для зовнішньої аудиторії. Оцінювання ефективності PR-комунікацій.

### **Тема 11. Комунікація з клієнтами.**

Клієнтоорієнтована комунікація як складова конкурентоспроможності організації. Роль комунікації у формуванні довіри, лояльності та довгострокових відносин з клієнтами. Основні принципи взаємодії з клієнтами: уважність, повага, зрозумілість, швидкість реагування, відповідальність, послідовність.

Канали комунікації з клієнтами: особисте спілкування, телефон, електронна пошта, месенджери, соціальні мережі, чат-боти, сайти, CRM-системи. Особливості комунікації на різних етапах взаємодії з клієнтом: перший контакт, виявлення потреб, презентація пропозиції, обробка заперечень, супровід угоди, післяпродажна підтримка.

Робота зі скаргами, претензіями та негативним зворотним зв'язком. Техніки конструктивної відповіді клієнту. Комунікація зі складними клієнтами. Значення tone of voice у клієнтській комунікації. Помилки, що призводять до втрати довіри клієнтів.

### **Тема 12. Етика ділових комунікацій.**

Поняття етики ділових комунікацій. Моральні принципи професійної взаємодії: чесність, відповідальність, повага, справедливість, конфіденційність, доброчесність, недискримінація. Значення етичної комунікації для репутації фахівця та організації.

Діловий етикет у професійному середовищі. Правила поведінки під час ділових зустрічей, переговорів, презентацій, листування, онлайн-комунікації. Етичні аспекти використання цифрових каналів комунікації та соціальних мереж.

Етичні дилеми в діловій комунікації: маніпуляція інформацією, приховування фактів, конфлікт інтересів, порушення конфіденційності, недоброчесна аргументація, тиск на співрозмовника. Кодекси етики організацій як інструмент регулювання ділової поведінки. Формування культури відповідальної, прозорої та доброчесної комунікації.

Перелік практичних (семінарських) та / або лабораторних занять / завдань за навчальною дисципліною наведено в табл. 2.

Таблиця 2

### **Перелік практичних (семінарських) занять / завдань**

Назва теми	Зміст
Тема 1. Практичне заняття 1, 2	Проаналізувати ділову ситуацію та визначити мету комунікації, цільову аудиторію, канал передачі повідомлення, можливі бар'єри та способи їх подолання. Скласти короткий план комунікації для конкретної бізнес-ситуації.

Назва теми	Зміст
Тема 2. Практичне заняття 3	Виконати самооцінку власного стилю комунікації та емоційних реакцій у професійних ситуаціях. Проаналізувати кейс міжособистісної взаємодії та запропонувати варіанти конструктивного зворотного зв'язку.
Тема 3. Практичне заняття 4	Проаналізувати фрагмент ділової зустрічі, виступу або переговорів з погляду невербальної поведінки: жести, міміка, зоровий контакт, поза, інтонація. Визначити, як невербальні сигнали впливають на сприйняття повідомлення.
Тема 4. Практичне заняття 5	Розробити схему внутрішньої комунікації в організації для певної управлінської ситуації: зміна графіку роботи, запуск нового проєкту, впровадження нових правил. Визначити канали, адресатів, відповідальних осіб і формат повідомлень.
Тема 5. Практичне заняття 6	Проаналізувати командну ситуацію та визначити причини неефективної взаємодії. Запропонувати способи покращення командної комунікації, розподілу ролей, координації роботи та надання зворотного зв'язку.
Тема 6. Практичне заняття 7, 8	Підготуватися до рольової гри з переговорів: визначити позиції сторін, інтереси, можливі поступки, аргументи та бажаний результат. Для конфліктної ситуації обрати стратегію поведінки та обґрунтувати її доцільність.
Тема 7. Практичне заняття 9	Написати або відредагувати діловий лист, службове повідомлення, запрошення, відповідь на запит чи скаргу. Оцінити текст за критеріями ясності, логічності, лаконічності, доречності тону та відповідності адресатові.
Тема 8. Практичне заняття 10	На основі невеликого набору даних або результатів опитування підготувати короткий аналітичний висновок. Обрати доречну форму візуалізації даних і пояснити ключові результати для управлінської аудиторії.
Тема 9. Практичне заняття 11	Підготувати коротку ділову презентацію на задану тему: сформулювати мету виступу, ключове повідомлення, структуру та висновки. Провести міні-виступ і отримати зворотний зв'язок щодо змісту, структури, візуального супроводу та поведінки спікера.
Тема 10. Практичне заняття 12	Розробити коротке PR-повідомлення, пресреліз або публікацію для соціальних мереж щодо діяльності компанії, освітнього проєкту чи події. Визначити цільову аудиторію, ключове повідомлення та бажаний комунікаційний ефект.
Тема 11. Практичне заняття 13	Проаналізувати ситуацію взаємодії з клієнтом: запит, скарга, негативний відгук або консультація. Підготувати відповідь клієнту з урахуванням принципів клієнтоорієнтованості, ввічливості, чіткості та відповідальності..
Тема 12. Практичне заняття 14, 15	Проаналізувати етичну дилему в діловій комунікації, наприклад приховування інформації, конфлікт інтересів, некоректну рекламу, маніпуляцію або порушення конфіденційності. Запропонувати етично обґрунтоване рішення та правила запобігання подібним ситуаціям.

Перелік самостійної роботи за навчальною дисципліною подано у табл. 3.

## Перелік самостійної роботи

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до заняття, огляд теоретичного матеріалу за питаннями: 1) Роль та значення комунікацій в сучасному світі. 2) Нові технології, їх вплив на ділові комунікації. Виконання домашнього завдання: модель процесу комунікації. Підготувати короткий конспект про основні моделі комунікації та навести приклад їх застосування в бізнес-ситуації.
Тема 2	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до заняття, огляд теоретичного матеріалу. Провести самооцінку власних комунікативних сильних сторін і зон розвитку; сформулювати 3–5 рекомендацій для покращення міжособистісної взаємодії.
Тема 3	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до заняття, огляд теоретичного матеріалу за питаннями. Переглянути фрагмент публічного виступу або ділового інтерв'ю та описати, як невербальна поведінка впливає на сприйняття спікера.
Тема 4	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до заняття, огляд теоретичного матеріалу. Проаналізувати приклад внутрішнього повідомлення компанії або університету та оцінити його зрозумілість, структуру, тон і доречність каналу комунікації.
Тема 5	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до заняття, огляд теоретичного матеріалу. Підготувати мініесе про фактори ефективної командної роботи та роль комунікації у досягненні спільного результату.
Тема 6	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до заняття, огляд теоретичного матеріалу. Проаналізувати конфліктну ділову ситуацію та запропонувати можливі стратегії її вирішення з урахуванням інтересів сторін.
Тема 7	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до заняття, огляд теоретичного матеріалу. Підготувати зразок ділового листа, відповіді на запит, запрошення або службового повідомлення; відредагувати його за критеріями ясності, лаконічності та професійного тону.
Тема 8	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до заняття, огляд теоретичного матеріалу. На основі наданих або самостійно знайдених даних підготувати короткий аналітичний висновок і запропонувати доречну форму візуалізації результатів.
Тема 9	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до заняття, огляд теоретичного матеріалу. Розробити структуру короткої презентації на професійну тему, визначити ключове повідомлення, цільову аудиторію та очікуваний результат виступу.
Тема 10	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до заняття, огляд теоретичного матеріалу. Підготувати короткий пресреліз або інформаційне повідомлення про подію, проєкт чи ініціативу організації.
Тема 11	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до заняття, огляд теоретичного матеріалу.
Тема 12	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до заняття, огляд теоретичного матеріалу. Проаналізувати кодекс етики однієї компанії або організації та визначити, які правила стосуються ділового спілкування, конфіденційності, поваги та відповідальності.

Кількість годин лекційних, практичних (семінарських) та / або лабораторних занять та годин самостійної роботи наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

## МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни для набуття визначених результатів навчання, активізації освітнього процесу передбачено застосування таких методів навчання, як:

Словесні (лекція (Теми 1, 4 – 8, 10-11), лекція-дискусія (Тема 2, 3, Тема 9, 12)).

Наочні (демонстрація (Теми 1 – 12)).

Практичні (практична робота (Теми 1-12), семінар-дискусія (Теми 1, 5), кейс-метод (Тема 7), мозковий штурм (Тема 2), ділова гра (Тема 6), презентація результатів (Теми 8-10, 12).

## ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

**Поточний контроль** здійснюється під час проведення лекційних, практичних, лабораторних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів:

– для дисциплін з формою семестрового контролю залік: максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума – 60 балів.

**Підсумковий контроль** включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти.

**Семестровий контроль** диференційованого заліку або заліку.

**Підсумкова оцінка за навчальною дисципліною** визначається:

– для дисциплін з формою семестрового контролю залік – сумуванням всіх балів, отриманих під час поточного контролю.

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні контрольні заходи:

Поточний контроль: колоквіум (20 балів), презентації (20 балів), творче домашнє завдання (20 балів), практичні завдання (40 балів).

Семестровий контроль: Залік.

Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна

1. Бистрицький Є., Зимовець Р., Пролеєв С. Комунікація і культура в глобальному світі. - К.: Дух і Літера, 2020. - 416 с.

2. Ерін Меєр. Культурна карта. Бар'єри міжкультурного спілкування в бізнесі. – Київ : Наш Формат, 2020. – 224 с.
3. Сумець О. М. Комунікативний менеджмент: навчальний посібник. Київ: Університет економіки та права «КРОК», 2024. 178 с.
4. Почепцов Г. Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття / Г. Г. Почепцов. – Київ : Києво-Могилянська академія, 2017. – 257 с.
5. Річ Лі. Міфи про PR. Видавництво: Фабула, 2020. – 170 с.
6. Саврасова-В'юн Тетяна. Комунікативний практикум : навч.-метод. посібн. - Київ: Київ. стол. ун-т ім. Б. Грінченка, 2024. - 184 с.
7. Шульгіна Л. М. Бізнес-комунікації. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2023. 151 с.
8. Холод О.М. Комунікаційні технології. Видавництво. Центр навчальної літератури, 2019. – 211 с.

### **Додаткова**

9. Amy Rosenberg. A Modern Guide to Public Relations: Unveiling the Mystery of PR: Including: Content Marketing, SEO, Social Media & PR Best Practices. - Veracity Marketing, 2021. – 188 p.
10. Anthony Cuellar. Harnessing Visual Communications to Build Trust and Connections // Harvard business review, April 9, 2021. [Electronic resource] - Access mode: <https://hbr.org/sponsored/2021/04/harnessing-visual-communications-to-build-trust-and-connections>
11. John Wild, Kenneth Wild. International Business: The Challenges of Globalization (What's New in Management). Pearson, 2021. – 448 p.
12. Гронь О.В. Сучасні технології комунікацій в міжнародному бізнесі // Моделювання регіональної економіки. 2019. Вип. 2(34). С. 86-97 Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/26113>
13. Гронь О. В. Концепція зацікавлених сторін в міжнародному бізнесі // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". - 2021. - №5. Режим доступу: <http://www.inter-nauka.com/issues/economic2021/5/>

### **Інформаційні ресурси**

14. Сайт персональних навчальних систем ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Дисципліна “Ділові комунікації” - Електронний ресурс. - Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=11380>
15. The International Public Relations Association Code of Conduct [Electronic resource] - Access mode: <https://www.ipra.org/member-services/code-of-conduct/>
16. Global Principles of Ethical Practice in Public Relations and Communication Management / [Electronic resource] - Access mode: <https://www.globalalliancepr.org/code-of-ethics>
17. Marketing Media Review [Electronic resource] – Режим доступу: <https://mmr.ua/>