

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Чорноморський національний університет імені Петра Могили
Факультет економічних наук
Кафедра фінансів і кредиту

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Перший проректор
Іщенко Н.М.

“28/08” 2020 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«СТРАТЕГІЧНЕ ПАРТНЕРСТВО В БІЗНЕСІ»

Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Освітня програма «Економіка та управління підприємством»

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Розробники

Євчук Л.А.

Бердельна Г.О.

Завідувач кафедри фінансів а кредиту

Черненко К.П.

Завідувач кафедри економіки та підприємництва

Кузьменко О.Б.

Гарант освітньої програми

Кузьменко О.Б.

В.о. декана факультету економічних наук

Філімонова О.Б.

Директор ННІПО

Норд Г.Л.

Начальник НМВ

Шкірчак С.І.

Миколаїв – 2020 рік

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показника	Характеристика дисципліни	
Найменування дисципліни	Стратегічне партнерство в бізнесі	
Галузь знань	07 Управління та адміністрування	
Спеціальність	076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність	
Спеціалізація (якщо є)	-	
Освітня програма	Економіка та управління підприємством	
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)	
Статус дисципліни	Вибіркова	
Курс навчання	5	
Навчальний рік	2020/2021	
Номер(и) семестрів (триместрів):	Денна форма	Заочна форма
	11	16, 17
Загальна кількість кредитів ЄКТС/годин	3 кредитів / 90 годин	
Структура курсу: – лекції – семінарські заняття (практичні, лабораторні, півгрупові) – годин самостійної роботи студентів	Денна форма	Заочна форма
	30	12
	60	78
Відсоток аудиторного навантаження	33%	13%
Мова викладання	Українська	
Форма проміжного контролю (якщо є)	-	
Форма підсумкового контролю	Іспит	

2. Мета, завдання та результати вивчення дисципліни

Мета: набуття знань про можливості успішного розвитку підприємств шляхом формування й участі в партнерствах різних типів і різновидів задля досягнення підприємством лідерських позицій на ринку.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- вивчення визначальних чинників набуття підприємством лідерських позицій на ринку (в галузі);
- виявлення ролі лідера в забезпеченні довгострокового успіху підприємства;
- набуття умінь та навичок виявлення та розвинення лідерських якостей;

– формування у слухачів уявлення про партнерства як форму реалізації перспективних можливостей підприємства, що виникають в його зовнішньому середовищі з приводу набуття (та/або підтримання) конкурентних переваг.

Передумови вивчення дисципліни: знання з таких предметів, як економіка підприємства, економічний аналіз, бізнес-планування та оптимізація бізнес-процесів, економіка та організація торгівлі, теорія контрактів, стратегія підприємства, потенціал і розвиток підприємства, торгово-посередницька діяльність.

Очікувані результати навчання: студент зможе здійснювати ділове спілкування: публічні виступи, переговори, проведення нарад, ділову переписку, електронні комунікації тощо; використовувати знання про роботу з колективами людей та окремими працівниками в управлінській діяльності; аналізувати та проектувати міжособистісні, групові та організаційні комунікації; обирати адекватні методи аналізу підприємства та його діяльності у контексті досягнення лідерських позицій та утворення стратегічних партнерств; визначати конфігурації стратегічного простору підприємства та виявлення перспективних напрямів утворення стратегічних партнерств; формувати та організаційне забезпечувати партнерські зв'язки підприємства з його контрагентами; відстежувати вплив партнерства на конкурентне положення його учасників за формальними і неформальними індикаторами.

В результаті вивчення дисципліни студент

має знати:

- понятійний та категорійний апарат щодо економіки та організації компанії та роботи із партнерами;
- економічну сутність та основні види інформаційних продуктів і послуг;
- основні принципи та підходи до обґрунтування стратегічного вибору партнера у бізнесі;
- технологію побудови організаційної структури компанії із врахуванням обраної категорії партнерів;

- ціннісні, критеріальні та поведінкові переваги партнера у діловому спілкуванні;
- процеси внутрішньої динаміки бізнесу під час переходу від одного етапу розвитку до іншого, із врахуванням стратегічних партнерських відносин;

має вміти:

- проводити дослідження правових засад різних форм партнерства;
- розробляти схему відносин між підприємством та його партнерами;
- здійснювати проектування та планування виробничої системи компанії із врахуванням можливостей стратегічного партнерства;
- визначати сфери спільних інтересів та цінності для побудови ефективних партнерських стосунків;
- здійснювати оцінку ділових партнерів;
- формувати та підтримувати довіру бізнес-партнерів;
- здійснювати ділові переговори з урахуванням особливостей комунікаційної ситуації, етичних вимог та психологічних закономірностей переговорного процесу.

Програмні компетенції:

Загальні компетентності

ЗК-1. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК 2. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

ЗК-3. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.

ЗК 4. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК-5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності

СК 1. Здатність розробляти та реалізовувати стратегію розвитку підприємницьких, торговельних та/або біржових структур.

СК-3. Здатність до ефективного управління діяльністю суб'єктів господарювання в сфері підприємництва, торгівлі та/або біржової діяльності.

СК-4. Здатність до вирішення проблемних питань і прийняття управлінських рішень у професійній діяльності.

Програмні результати навчання:

РН 1. Вміти адаптуватися та проявляти ініціативу і самостійність в ситуаціях, які виникають в професійній діяльності.

РН 2. Визначати, аналізувати проблеми підприємництва, торгівлі і біржової діяльності та розробляти заходи щодо їх вирішення.

РН 3. Вміти розробляти заходи матеріального і морального заохочення та застосовувати інші інструменти мотивування персоналу й партнерів для досягнення поставленої мети.

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

РН 5. Вміти професійно, в повному обсязі й з творчою самореалізацією виконувати поставлені завдання у сфері підприємництва, торгівлі та/або біржової діяльності.

РН 6. Визначати та впроваджувати стратегічні плани розвитку суб'єктів господарювання у сфері підприємництва, торгівлі та/або біржової діяльності.

РН 8. Розробляти і приймати рішення, спрямовані на забезпечення ефективності діяльності суб'єктів господарювання у сфері підприємницької, торговельної та/або біржової діяльності.

РН 9. Вміти вирішувати проблемні питання, що виникають в діяльності підприємницьких, торговельних та/або біржових структур за умов невизначеності та ризиків.

3. Програма навчальної дисципліни

Денна форма:

	Теми	Лекції	Практичні (семінарські, лабораторні, півгрупові)	Самостійна робота	Всього
1	Поняття сучасного бізнесу. Ринок і конкуренція в системі бізнесу	0	2	4	6
2	Сутність та форми ділового партнерства	0	6	12	18
3	Довіра в колективі як основа ділового партнерства	0	2	4	6
4	Партнерські відносини в сфері виробництва	0	6	12	18
5	Комунікаційний процес в організації та ефективність управління	0	4	8	10
6	Форми впливу на партнерів по спілкуванню	0	2	4	6
7	Організаційно- психологічні основи переговорного процесу	0	4	8	12
8	Презентація як інструмент формування спільності бачення у бізнесі	0	4	8	12
	Всього за курсом	0	30	60	90

Заочна форма:

	Теми	Лекції	Практичні (семінарські, лабораторні, півгрупові)	Самостійна робота	Всього
1	Поняття сучасного бізнесу. Ринок і конкуренція в системі бізнесу	0	2	10	12
2	Сутність та форми ділового партнерства	0	2	10	12
3	Довіра в колективі як основа ділового партнерства	0	2	10	12
4	Партнерські відносини в сфері виробництва	0	2	10	12
5	Комунікаційний процес в організації та ефективність управління	0	1	9	10
6	Форми впливу на партнерів по спілкуванню	0	1	9	10
7	Організаційно- психологічні основи переговорного процесу	0	1	10	11

8	Презентація як інструмент формування спільності бачення у бізнесі	0	1	10	11
	Всього за курсом	0	12	78	90

Зміст навчальної дисципліни

3.1. План практичних (семінарських, лабораторних, півгрупових) занять

Денна форма

№	Тема заняття / план
1	Тема №1. Поняття сучасного бізнесу. Ринок і конкуренція в системі бізнесу 1) Поняття сучасного бізнесу, його цілі та функції. 2) Ринок як середовище та сфера діяльності бізнесу. Особливості сучасного ринку, його структура та функції 3) Конкуренція в системі бізнесу 4) Переваги та негативні сторони ринку. Типи поведінки бізнесмена у конкурентному середовищі
2	Тема №2. Сутність та форми ділового партнерства 1) Сутність ділового партнерства. 2) Причини й умови розвитку партнерства в діловому світі. 3) Формула партнерських відносин. 4) Принципи партнерських відносин.
3	Тема №2. Сутність та форми ділового партнерства 1) Порівняльні характеристики й категорії ділових партнерів. 2) Класифікація ділових партнерів. 3) Порівняльні характеристики ділових партнерів, їх переваги та недоліки. 4) Фактори надійності ділових відносин
4	Тема №2. Сутність та форми ділового партнерства 1) Логіка формування стратегічних партнерських відносин 2) Основні поняття, що розкривають зміст партнерських відносин

	<ul style="list-style-type: none"> 3) Порівняння типів взаємовідносин підприємств. Критерії їх порівняння 4) Логіка формування потенціалу партнерської взаємодії 5) Переваги стратегічного партнерства Переваги для продавця Переваги для покупця
5	<p>Тема №3. Довіра в колективі як основа ділового партнерства</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) Довіра як ключовий фактор ефективності ділового партнерства. 2) Сутність поняття "довіра". Типи довіри. 3) Фактори довіри. 4) Фактори зміцнення довіри, їх характеристика. 5) Ознаки обману: вербальні й невербальні. 6) Проблема ідентифікації неправди
6	<p>Тема №4. Партнерські відносини в сфері виробництва</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) Виробнича кооперація 2) Проектне фінансування, управління за контрактом 3) Підрядне виробництво 4) Спільне підприємництво.
7	<p>Тема №4. Партнерські відносини в сфері виробництва</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) Звичайна угода 2) Форвардні угоди 3) Угоди про передачу інформації у вигляді «ноу-хау» 4) Угоди про встановлення прямих зв'язків
8	<p>Тема №4. Партнерські відносини в сфері виробництва</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) Угоди про експорт, угоди про імпорт. 2) Партнерські відносини в фінансовій сфері 3) Факторинг, комерційний трансферт.
9	<p>Тема №5. Комунікаційний процес в організації та ефективність управління</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) Визначення сутності та змісту комунікації в організації. 2) Сутність поняття "комунікація". Структура комунікативного акту. 3) Функції комунікації в організації (інформативна, мотиваційна, контрольна, експресивна).

	<p>4) Комунікація як структура організації.</p> <p>5) Порівняння ролі комунікацій в організаціях у різних наукових концепціях.</p>
10	<p>Тема №5. Комунікаційний процес в організації та ефективність управління</p> <p>1) Структура комунікаційного процесу, його змістовні елементи.</p> <p>2) Елементи комунікаційного процесу.</p> <p>3) Характеристика зворотного зв'язку.</p> <p>4) Визначення ступеня участі керівника і персоналу в комунікаційному процесу організації роботи із партнерами.</p>
11	<p>Тема №6. Форми впливу на партнерів по спілкуванню</p> <p>1) Неімперативні та імперативні форми впливу.</p> <p>2) Сутність неімперативних форм впливу (прохання, пропозиція, переконання, похвала) та імперативних форм впливу (наказ, вимога, заборона).</p> <p>3) Психологічні прийоми впливу на партнерів по спілкуванню</p> <p>4) Сприйняття та оцінка партнерів по спілкуванню один одного</p> <p>5) Психологічні механізми експектації та емпатії.</p> <p>6) Психологічна типологія людей.</p>
12	<p>Тема №7. Організаційно-психологічні основи переговорного процесу</p> <p>1) Підготовка концепції та сценарію переговорів. Елементи підготовки до переговорів.</p> <p>2) Етапи переговорного процесу.</p> <p>3) Стратегія підготовки й ведення переговорів</p> <p>4) Морально-психологічна підготовка членів робочої групи до переговорного процесу</p>
13	<p>Тема №7. Організаційно-психологічні основи переговорного процесу</p> <p>1) Зміст етапів стратегічної, тактичної і безпосередньої підготовки до переговорного процесу.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> 2) Організаційна підготовка до переговорного процесу 3) Зміст етапів підготовки до переговорного процесу 4) Організація зустрічі делегації ділових партнерів і процесу переговорів.
14	<p>Тема №8. Презентація як інструмент формування спільності бачення у бізнесі</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) Роль та сутність презентації у бізнесі 2) Вимоги ділового етикету до змісту та подання презентації 3) Етапи процесу підготовки презентації 4) Види та особливості презентацій як форми комплексного впливу на бізнес-партнерів
15	<p>Тема №8. Презентація як інструмент формування спільності бачення у бізнесі</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) Структура презентації. 2) Планування й підготовка презентації. Основна частина презентації. Заклучна частина презентації 3) Принципи оформлення слайдів. Принципи побудови ефективної презентації та типові помилки.

Заочна форма

№	Тема заняття / план
1	<p>Тема №1. Поняття сучасного бізнесу. Ринок і конкуренція в системі бізнесу</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) Поняття сучасного бізнесу, його цілі та функції. 2) Ринок як середовище та сфера діяльності бізнесу. Особливості сучасного ринку, його структура та функції 3) Конкуренція в системі бізнесу 4) Переваги та негативні сторони ринку. Типи поведінки бізнесмена у конкурентному середовищі
2	<p>Тема №2. Сутність та форми ділового партнерства</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) Сутність ділового партнерства.

	<ol style="list-style-type: none"> 2) Причини й умови розвитку партнерства в діловому світі. 3) Класифікація ділових партнерів. 4) Логіка формування потенціалу партнерської взаємодії 5) Принципи партнерських відносин.
3	<p>Тема №3. Довіра в колективі як основа ділового партнерства</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Довіра як ключовий фактор ефективності ділового партнерства. 2) Сутність поняття "довіра". Типи довіри. 3) Фактори довіри. 4) Фактори зміцнення довіри, їх характеристика. 5) Ознаки обману: вербальні й невербальні. 6) Проблема ідентифікації неправди
4	<p>Тема №4. Партнерські відносини в сфері виробництва</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Виробнича кооперація 2) Проектне фінансування, управління за контрактом 3) Підрядне виробництво 4) Спільне підприємництво. 5) Звичайна угода 6) Форвардні угоди 7) Угоди про передачу інформації у вигляді «ноу-хау» 8) Угоди про встановлення прямих зв'язків 9) Факторинг, комерційний трансферт.
5	<p>Тема №5. Комунікаційний процес в організації та ефективність управління (1 година)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Визначення сутності та змісту комунікації в організації. 2) Сутність поняття "комунікація". Структура комунікативного акту. 3) Функції комунікації в організації (інформативна, мотиваційна, контрольна, експресивна). 4) Комунікація як структура організації. 5) Порівняння ролі ко 6) Структура комунікаційного процесу, його змістовні елементи.

	7) мунікацій в організаціях у різних наукових концепціях.
5	<p>Тема №6. Форми впливу на партнерів по спілкуванню (1 година)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Неімперативні та імперативні форми впливу. 2) Сутність неімперативних форм впливу (прохання, пропозиція, переконання, похвала) та імперативних форм впливу (наказ, вимога, заборона). 3) Психологічні прийоми впливу на партнерів по спілкуванню 4) Сприйняття та оцінка партнерів по спілкуванню один одного
6	<p>Тема №7. Організаційно-психологічні основи переговорного процесу (1 година)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Підготовка концепції та сценарію переговорів. Елементи підготовки до переговорів. 2) Етапи переговорного процесу. 3) Стратегія підготовки й ведення переговорів 4) Морально-психологічна підготовка членів робочої групи до переговорного процесу 5) Зміст етапів стратегічної, тактичної і безпосередньої підготовки до переговорного процесу.
6	<p>Тема №8. Презентація як інструмент формування спільності бачення у бізнесі (1 година)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Роль та сутність презентації у бізнесі 2) Вимоги ділового етикету до змісту та подання презентації 3) Етапи процесу підготовки презентації 4) Види та особливості презентацій як форми комплексного впливу на бізнес-партнерів 5) Планування й підготовка презентації. Основна частина презентації.

3.2. Форми і методи навчання

Дидактичний тест – підготовлений згідно із певними вимогами комплекс стандартизованих завдань, що дають змогу виявити в учасників тестування компетенції, які піддаються певному оцінюванню за заздалегідь встановленими критеріями.

Дискусія – організаційна форма навчання, заснована на публічному, відкритому, доброзичливому обговоренні актуального, але суперечливого питання і спрямована на певний позитивний результат.

Мозкова атака – метод розв'язання невідкладних завдань, сутність якого полягає в тому, щоб висловити якнайбільшу кількість ідей за дуже обмежений проміжок часу, обговорити і здійснити їх селекцію. Робота в групах – форма організації навчально-пізнавальної діяльності, яка використовується для вирішення складних проблем, що потребують колективного розуму і спільної роботи. Презентації – виступи перед аудиторією, що використовуються для представлення певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань, інструктажу, демонстрації нових продуктів діяльності та послуг.

Дослідницький метод. Проводиться аналіз матеріалу, постановки проблем і завдань і короткого усного або письмового інструктажу студентів. Студенти самостійно вивчають літературу, джерела, ведуть спостереження й виміри й виконують інші дії пошукового характеру.

Завдання, які виконуються з використанням дослідницького методу, повинні містити в собі всі елементи самостійного дослідницького процесу (постановку завдання, обґрунтування, припущення, пошук відповідних джерел необхідної інформації, процес рішення завдання). Ще одна класифікація методів побудована на основі виділення джерел передачі змісту.

Репродуктивний метод.

Студенти стають свідками й співучасниками наукового пошуку. Студенти не тільки сприймають, усвідомлюють і запам'ятовують готову інформацію, але й стежать за логікою доказів, за рухом думки педагога.

Завдання для самостійної роботи

Ситуаційна задача «Розробка бізнесу у партнерстві».

Опис ситуації та постановка завдання.

Студентам необхідно самостійно обрати один з видів бізнесу та описати його за наступним змістом:

1. Вступ.
2. Сутність обраного виду бізнесу.
3. Рейтинг підприємств обраного бізнесу за десятьма основними характеристиками.
4. Правові основи ведення обраного виду бізнесу.
5. Основні стратегічні партнери, із якими має справи як управлінський склад бізнесу, так і середні щаблі співробітників та форми їх взаємодії.
6. Розрахунок вартості організації обраного виду бізнесу та прогнозування отримання прибутку, з урахуванням різних варіантів партнерства.

Методичні вказівки до виконання розділів ситуаційної задачі.

1 Вступ. У вступі необхідно обґрунтувати доцільність та актуальність обраного виду бізнесу.

2 Сутність обраного виду бізнесу. Цей розділ включає загальну характеристику бізнесу (об'єкту дослідження) та повинен включати:

- загальні відомості про електронний бізнес;
- номенклатуру продукції або послуг, що реалізується: основні види товарів або послуг, напрям спеціалізації;
- місце бізнесу та фірми на ринку;
- матеріально-технічна база;
- ОСУ та її оцінка, характеристика персоналу;
- зв'язки організації з іншими господарськими та комерційними структурами.

3 Рейтинг сайтів обраного бізнесу. Цей розділ включає: ранжування за десятьма основними характеристиками, які студент обирає самостійно,

виходячи зі специфіки бізнесу, проведення дослідження сайтів та визначення їх рейтингу.

4. Правові основи ведення обраного виду бізнесу. Цей розділ включає: оподаткування, ліцензування, нормативне регулювання, бухгалтерський облік.

5. Основні стратегічні партнери, із якими має справи як управлінський склад бізнесу, так і середні шаблі співробітників та форми їх взаємодії. Цей розділ включає: аналіз основних стратегічних партнерів з якими співпрацює підприємство на різних рівнях управління та аналіз власне форм цієї взаємодії.

6. Розрахунок вартості організації та ведення обраного виду бізнесу, з урахуванням різних варіантів партнерства. Прогнозування отримання прибутку. Цей розділ включає: оцінку основних витрат на організацію бізнесу, оцінку ризиків. Планування та розрахунок доходів і прибутку.

4.4 Забезпечення освітнього процесу

Комп'ютерна бібліотека, інтернет клас, зала комп'ютерного моделювання, тестування знань на комп'ютерах, презентаційна зала для демонстрацій, аудиторія з індивідуальним обладнанням (планшети, ноутбуки, стенди для моделювання).

4. Підсумковий контроль

Методи контролю:

Поточний контроль застосовують для перевірки і окремих студентів, і академічних груп, як правило, у повсякденній навчальній діяльності, насамперед, на планових заняттях. Педагог систематично спостерігає за навчальною роботою студентів, перевіряє рівень опанування програмного матеріалу, формування практичних навичок та вмінь, їхньої міцності, а також виставляє відповідні оцінки за усні відповіді, контрольні роботи, практичне виконання певних нормативів, передбачених збірниками нормативів і програмою навчальних дисциплін.

Поточний контроль здійснюється за такими критеріями:

1. Активність та результативність роботи студента протягом семестру.
2. Якість виконання поточних завдань.

3. Виконання завдань для самостійного опрацювання.

4. Якість виконання письмових поточних контрольних робіт, усних відповідей на практичних та семінарських заняттях.

Підсумковий контроль спрямовано на визначення рівня реалізації завдань, сформульованих у навчальних програмах, планах підготовки та в інших документах, які регламентують навчально-виховний процес. Він охоплює і теоретичну, і практичну підготовку студентів, проводять його, як правило, наприкінці зимового й літнього періодів навчання, під час спеціальних заходів перевірки.

Перелік питань підсумкового контролю у формі іспиту

- 1) Охарактеризувати роль партнерства в сучасному бізнесі.
- 2) Визначити чинники, що обумовлюють ефективність встановлення та розвитку партнерських стосунків.
- 3) Назвати та охарактеризувати основні сфери менеджменту партнерських стосунків.
- 4) Сформулювати принципи розвитку партнерських стосунків на підприємстві.
- 5) Здійснити класифікацію ділових партнерів.
- 6) Охарактеризувати вплив культури організації на стабільність ділових стосунків.
- 7) Визначити роль спілкування в ділових стосунках.
- 8) Охарактеризувати засоби ділового спілкування.
- 9) Охарактеризувати вплив довіри на перебіг ділових стосунків.
- 10) Охарактеризувати існуючі наукові підходи до розуміння довіри в організації.
- 11) Визначити чинники, що позитивно впливають на рост довіри в організації.
- 12) Визначити складові довіри в організації.
- 13) Назвати інструменти формування довіри в ділових стосунках.

- 14) Визначити аспекти поведінки, що дозволяють виявити неправдивість інформації.
- 15) Здійснити аналіз цілей застосування неправдивої інформації у діловому спілкуванні.
- 16) Охарактеризувати ознаки неправдивої інформації у вербальній комунікації.
- 17) Визначити місце ідентифікації емоцій у викритті неправдивої інформації під час ділової комунікації
- 18) Визначити сутність та зміст ділової комунікації в організації.
- 19) Сформулювати основні цілі комунікації.
- 20) Назвати та охарактеризувати основні функції комунікації в організації.
- 21) Охарактеризувати взаємозв'язок комунікації та структури організації.
- 22) Охарактеризувати основні завдання комунікаційного процесу.
- 23) Визначити елементи комунікаційного процесу.
- 24) Вказати чинники, що обумовлюють вибір каналу передачі інформації.
- 25) Визначити напрями подолання комунікаційних бар'єрів у діловому спілкуванні.
- 26) Визначити відмінність неімперативних та імперативних форм впливу на партнерів у діловому спілкуванні.
- 27) Назвати та охарактеризувати неімперативні форми впливу.
- 28) Назвати та охарактеризувати імперативні форми впливу.
- 29) Визначити необхідні умови для ефективного застосування переконання.
- 30) Охарактеризувати зміст методів переконання.
- 31) Назвати та охарактеризувати зміст психологічних прийомів впливу на партнера.
- 32) Визначити перцептивні особливості, що обумовлюють характер впливу.

- 33) Визначити можливості психологічних типологій у здійсненні ефективного впливу на партнера.
- 34) Охарактеризувати механізм вибору інструментів та прийомів впливу в залежності від індивідуальних особливостей партнера.
- 35) Визначити роль особистісних експектацій на характер комунікації з діловим партнером
- 36) Назвати етапи переговорного процесу.
- 37) Визначити основні елементи підготовки до переговорів.
- 38) Окреслити основні вимоги до постановка цілей переговорів та аналізу цілей партнера.
- 39) Охарактеризувати стратегії врегулювання відносин у переговорному процесі.
- 40) Сформулювати основні правила проведення переговорів.
- 41) Охарактеризувати елементи переговорного процесу: постановка цілей, стан, довіра, пропозиція.
- 42) Дати визначення понять методу, техніки та прийому проведення переговорів.
- 43) Які складові включає поняття переговорного стилю?
- 44) Охарактеризувати типові пастки та помилки в переговорах.
- 45) Назвати чинники, що обумовлюють безвихідь у переговорах та охарактеризувати способи її подолання.
- 46) Визначити основні види презентацій у бізнесі.
- 47) Охарактеризувати етапи підготовки презентації.
- 48) Назвати структурні елементи презентації.
- 49) Визначити цілі та завдання початку презентації.
- 50) Охарактеризувати вимоги до основної частини презентації.
- 51) Охарактеризувати прийоми підтримання уваги слухачів під час проведення презентації.
- 52) Сформулювати принципи післяпрезентаційних відповідей на питання.
- 53) Визначити, в чому полягає підготовка до публічного виступу.

5. Критерії оцінювання та засоби діагностики результатів навчання

Денна форма

№	Вид діяльності (завдання)	Максимальна кількість балів
1	Відповідь на завдання практичного заняття -Усне опитування x15 -Дидактичні тести	3*15=45 5
2	Ситуаційна задача.	10
3	Іспит	40
	Всього	100

Заочна форма

№	Вид діяльності (завдання)	Максимальна кількість балів
1	Відповідь на завдання практичного заняття -Усне опитування x8 -Дидактичні тести	5*8 5
2	Ситуаційна задача.	15
3	Іспит	40
	Всього	100

Критерії оцінювання завдань для досягнення максимальної кількості балів

При відповіді на практичних заняттях, якщо студент вірно і всебічно розкриває поставлені питання, активно приймає участь у дискусії – студент отримує 3(5) бали, якщо студент не повністю розкрив суть поставленого питання, не приймає активної участі у дискусії – студент отримує 1(3) бал, якщо студент не відповідає на жодне з поставлених питань, а також не приймає участі у дискусії – студент отримує 0 балів.

Кожна вірна відповідь на дидактичний тест оцінюється в 1 бал, кожна невірна відповідь – 0 балів.

Якщо студентом повністю вірно вирішено ситуаційну задачу, а також студент здатен відповісти на питання викладача – студент отримує 10(15) балів. У разі неповного вирішення ситуаційної задачі та нездатності відповісти на

уточнюючі питання викладача – студент отримує 5(8) балів. Якщо студент повністю не вирішив ситуаційну задачу – студент отримує 0 балів.

Якщо студентом повністю розкрито питання іспитового білету, а також студент здатен відповісти на питання викладача – студент отримує 10 балів. У разі неповного розкриття питання та нездатності відповісти на уточнюючі питання викладача – студент отримує 5 балів. Якщо студент повністю не розкрив питання – студент отримує 0 балів. Іспитовий білет налічує 3 питання. Тобто максимальна кількість балів за іспит складає 40 балів.

Матеріально-технічне забезпечення дисципліни

Проекційне мультимедійне обладнання (проектор, екран, ноутбук/комп'ютер);

Доступ до мережі Internet, точка доступу Wi-Fi;

OS: Windows, Android, iOS;

Browsers: Chrome / Opera / Mozilla Firefox / MS Edge;

Програмне забезпечення: Word, Excel, PowerPoint; Skype, Zoom, Google Meet;

Система електронного навчання Moodle 3.9

Тренінгова аудиторія (дошка, фліпчарт, комплект канцелярського приладдя для творчості: маркери, олівці, стікери, кольоровий папір, клей, ватман, блокнот для фліпчарту)

6. Рекомендовані джерела інформації

6.1. Основні:

1. Економічна та майнова безпека бізнесу: навч. посіб. Б. М. Андрушків, Л. Я. Малюта. Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2016. 180 с.
2. Зайцева О. О., Болотинюк І. М. Електронний бізнес: навч. посіб. Івано-Франківськ : «Лілея–НВ», 2015. 264 с.
3. Калина А. В. Державна політика розвитку підприємництва в Україні К.: Патерик, 2014. 498 с.
4. Кузнєцова К.О., Храмцова М.В. Особливості пошуку зарубіжних партнерів для здійснення міжнародної діяльності підприємств інформаційно-комунікаційної галузі. Актуальні проблеми економіки та управління. 2019. No 13. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/153854/153429>
5. Круша П.В. Економіка підприємства: навчальний посібник. К.: Ельга-Н, КНТ, 2017, 780 с.
6. Маршавін Ю.М. Підприємництво як фактор розвитку зайнятості населення України. К.: ІПК ДСЗУ, 2014. 234 с.
7. Масліи ,Н.Д. Науково-методичний підхід щодо формування партнерських відносин при інтеграції підприємств сфери зв'язку та інформатизації [Текст] / Наталя Дмитрівна Масліи , Віталіи Сергійович Ніценко// Український журнал прикладної економіки. –2018. –Том 3. –No 3. –С.264–277.– ISSN 2415-8453.

Нормативно-правова база

8. Конституція України від 28 червня 1996 року зі змінами та доповненнями URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>
9. Господарський Кодекс України від 16.01.2003 No 436-IV зі змінами та доповненнями URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/main>
10. Цивільний Кодекс від 16.01.2003 No 435-IV зі змінами та доповненнями URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/main>

11. Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців / Закон України від 15.05.2003 No 755-IV URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/main>
12. Про ліцензування певних видів господарської діяльності / Закон України від 01.06.2000 No 1775-III URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/main>
13. Про патентування деяких видів підприємницької діяльності Закон України від 23.03.1996 No 98/96-ВР URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/main>

13.1. Додаткові:

14. Колот А.М. Створення власного бізнесу [Електронний ресурс]: навч. посібник / А. М. Колот, Г. О. Швиданенко, та ін. — К. : КНЕУ, 2017. — 311 [1] с.
15. Мартінез-Мояно І. Exploring the Dynamics of Collaboration in Interorganizational Settings, Ch. 4, p. 83, in Schuman (Editor). Creating a Culture of Collaboration. Jossey-Bass, 2006.
16. Кооперація // Юридична енциклопедія : [в 6-ти т.] / ред. кол. Ю. С. Шемшученко [та ін.]. – К. : Українська енциклопедія, 1998.
17. Князик Ю. М. Взаємозв'язок суб'єктів маркетингу партнерських відносин / Ю. М. Князик // Вісник НУ “Львівська політехніка”. – 2010. – № 690. – С. 321–326. 10. Корчунов Д. Организация процессов по работе с клиентами / Д. Корчунов // Отдел маркетинга. – 2005. – No 3. – С. 24–26.
18. Мороз Л. А. Маркетинг: підручник / Л. А. Мороз, Н. І. Чухрай. – 4-те вид. – Львів: Нац. ун-т “Львівська політехніка”, 2009. – 244 с.
19. Чухрай Н.І. Оцінювання розвитку відносин між бізнес-партнерами : [монографія] / Н. І. Чухрай, Я. Ю. Криворучко. – Львів : Растр-7, 2008. – 360 с.

Словник дисципліни

Українською	Англійською
Бізнес	Business
Бізнес-середовище	Business environment
Конкуренція	Competition
Ділове партнерство	Business partnership
Діловий партнер	Business partner
Стратегічні партнерські відносини	Strategic partnerships
Бізнес-потенціал	Business potential
Продавець	Seller
Покупець	Buyer
Колектив	Collective
Довіра	Trust
Обман	Deception
Виробництво	Production
Форвардні угоди	Forward agreements
Експорт	Export
Факторинг	Factoring
Комунікаційний процес	Communication process
Імперативні форми впливу	Imperative forms of influence
Презентація	Presentation