

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства та
природокористування

Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту
Кафедра маркетингу

06-13-268М

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до організації практичних занять та самостійної роботи
з навчальної дисципліни **«Бізнес-комунікації»**
для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського)
рівня усіх освітньо-професійних програм спеціальностей
ННІЕМ НУВГП денної та заочної форм навчання
(у т.ч. зі скороченим терміном навчання)

Рекомендовано
науково-методичною радою
з якості ННІЕМ
Протокол № 1 від 24.09.2024 р.

Рівне – 2024

Методичні вказівки до організації практичних занять та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Бізнес-комунікації» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня усіх освітньо-професійних програм спеціальностей ННІЕМ НУВГП денної та заочної форм навчання [Електронне видання] / Мартинюк О. В. – Рівне : НУВГП, 2024. – 25 с.

Укладач: Мартинюк О. В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу.

Відповідальний за випуск: Мальчик М. В., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу.

Директор ННІЕМ: Ковшун Н. Е., д.е.н., професор.

Попередня версія методичних вказівок: 06-13-120М

© О. В. Мартинюк, 2024
© НУВГП, 2024

ЗМІСТ

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ	4
2. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ВИКОНАННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ ТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ... 7	
Практичне заняття № 1. Загальна характеристика бізнес-комунікацій. Сутність, цілі та процес комунікації.	7
Практичне заняття №2. Типи бізнес-комунікацій та комунікативні бар'єри: причини та способи подолання.....	9
Практичне заняття №3. Усні комунікації. Мистецтво публічного виступу	11
Практичне заняття №4. Стратегії й тактики ведення ділових переговорів.	13
Практичне заняття №5. Нетворкінг: зміст, рівні та можливості для розвитку бізнесу.	15
Практичне заняття №6. Письмові комунікації: ділове листування	18
Практичне заняття №7. Бізнес-етикет. Маніпуляції та конфлікти у бізнес-комунікаціях.....	20
3. ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ	23

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Ефективні бізнес-комунікації є ключовим чинником результативності сучасних організацій та важливою складовою професійної компетентності фахівців у сфері маркетингу, менеджменту та підприємництва. Зростання ролі цифрових технологій, глобалізація ринків, мультикультурність команд, необхідність швидкого обміну інформацією та уміння працювати з різними стейкхолдерами вимагають від фахівця високого рівня комунікативної культури та володіння інструментами професійної взаємодії.

У таких умовах здатність чітко формулювати думки, вести ділову переписку, презентувати ідеї, проводити переговори, створювати переконливі повідомлення та забезпечувати ефективний інформаційний обмін стає критично важливою. Освітня компонента «Бізнес-комунікації» спрямована на розвиток цих компетентностей, формування навичок професійної комунікації у реальних бізнес-ситуаціях та підготовку здобувачів до ефективної роботи у сучасному комунікативному середовищі.

Метою дисципліни «Бізнес-комунікації» є формування у здобувачів здатності здійснювати ефективні усні та письмові бізнес-комунікації, застосовувати сучасні інструменти комунікативної взаємодії, вибудовувати професійні відносини з партнерами, клієнтами та колегами, а також розвивати навички презентації, переговорів, ділової переписки та комунікативної поведінки в команді.

Завдання дисципліни полягає у ознайомленні здобувачів з основами та принципами професійної бізнес-комунікації; формуванні навички ефективного усного та

письмового ділового спілкування; розвитку вміння застосовувати сучасні інструменти комунікації у бізнес-середовищі; розвитку вміння працювати в команді та будувати конструктивну взаємодію зі стейкхолдерами; формуванні навички ведення переговорів, презентацій та вирішення комунікативних конфліктів.

Здобувач вищої освіти повинен знати:

- основні поняття, моделі та принципи бізнес-комунікацій;
- види усної та письмової ділової комунікації;
- стандарти та правила ділового етикету й корпоративної комунікації;
- особливості міжкультурної та міжособистісної комунікації;
- методи підготовки та проведення переговорів і презентацій;
- інструменти цифрових комунікацій (електронна пошта, месенджери, онлайн-платформи).

Здобувач вищої освіти повинен уміти:

- чітко та професійно формулювати повідомлення в усній і письмовій формах;
- складати ділові листи, повідомлення, звіти та комерційні пропозиції;
- презентувати інформацію та проводити ділові переговори;
- користуватися сучасними цифровими засобами комунікації;
- працювати в команді, налагоджувати взаємодію та долати комунікативні бар'єри;
- застосовувати етичні норми та правила професійної поведінки в бізнес-середовищі.

Практична складова дисципліни реалізується через поєднання різних форматів роботи: студенти беруть участь

у семінарських обговореннях, аналізують реальні бізнес-ситуації та виконують індивідуальні творчі завдання. Найбільш складні практичні кейси та комплексні вправи опрацьовуються безпосередньо на заняттях під керівництвом викладача.

Поточний контроль здійснюється у формі усного опитування, тестування, а також через виконання індивідуальних і командних проєктів.

Виконання практичних завдань сприяє поглибленому засвоєнню студентами ключових навичок зі створення ефективних текстів для економічних, маркетингових та управлінських комунікацій, що здатні підтримувати досягнення бізнес-цілей компаній. Набуті знання та вміння формують професійні компетентності, необхідні для подальшої успішної діяльності у сфері бізнесу й комунікацій.

2. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ВИКОНАННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ ТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Практичне заняття № 1. Загальна характеристика бізнес-комунікацій. Сутність, цілі та процес комунікації.

Мета завдання:

Сформувати розуміння базових понять бізнес-комунікацій, навчити здобувачів аналізувати структуру комунікативного процесу та виявляти ключові фактори, що впливають на ефективність комунікації в організації.

Питання теми:

1. Поняття «комунікація» та «інформація» у бізнес-середовищі.
2. Канали передачі інформації та їх особливості.
3. Структура та етапи процесу комунікації: зародження ідеї, кодування, передача, декодування.
4. Цілі та функції бізнес-комунікацій.
5. Основні види комунікативних функцій: інформаційна, експресивна, прагматична, інтерпретативна.
6. Фактори, що впливають на якість і точність передання інформації.

Практичні завдання

Завдання 1. Визначення елементів комунікації.

Проаналізуйте запропоновану викладачем комунікативну ситуацію та визначте:

- джерело інформації,
- повідомлення,

- канал,
- отримувача,
- можливі «шуми» та перешкоди.

Завдання 2. Оцінка ефективності комунікацій.

Для реальної або змодельованої бізнес-ситуації визначте, які чинники вплинули на успішність/неуспішність комунікації.

Завдання 3. Класифікація комунікацій.

Розподіліть кілька запропонованих викладачем прикладів на:

- формальні/неформальні комунікації,
- вертикальні/горизонтальні,
- внутрішні/зовнішні.

Завдання 4. Міні-кейс «Помилки у комунікації».

Опрацюйте короткий кейс про конфлікт чи непорозуміння в компанії та запропонуйте рішення, які усунули б проблему на рівні комунікаційного процесу.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Чому бізнес-комунікації є ключовим елементом управлінської діяльності?
2. Які канали комунікації найбільш ефективні для різних типів повідомлень?
3. Які функції бізнес-комунікацій є найбільш важливими у маркетинговій діяльності?
4. Як «шуми» впливають на точність передання інформації?
5. Які вимоги до повідомлення роблять комунікацію результативною?

Перелік рекомендованих джерел інформації: [2; 7; 8; 10; 11]

Практичне заняття №2. Типи бізнес-комунікацій та комунікативні бар'єри: причини та способи подолання

Мета завдання:

Навчити здобувачів розпізнавати види комунікацій та аналізувати бар'єри, що виникають у процесі обміну інформацією, а також застосовувати методи їх подолання.

Питання теми:

1. Типологія бізнес-комунікацій: формальні, неформальні, внутрішні, зовнішні.
 2. Канали комунікацій: вербальні та невербальні.
 3. Поняття «комунікативний бар'єр».
 4. Основні види бар'єрів: психологічні, семантичні, соціальні, організаційні.
1. Методи профілактики та подолання бар'єрів у бізнес-середовищі.

Практичні завдання

Завдання 1. Аналітичне завдання «Типи комунікацій»

Студентам пропонуються 6–8 коротких бізнес-ситуацій (опис робочих нарад, взаємодії керівника з підлеглими, переговорів з клієнтом, електронного листування тощо).

Необхідно:

- визначити тип комунікації (внутрішня/зовнішня, вертикальна/горизонтальна, формальна/неформальна);
- пояснити, чому саме цей тип є релевантним;

- визначити, які канали комунікації були обрані та чи були вони оптимальними для цілей ситуації.

Завдання 2. Глибинний аналіз кейсу «Комунікативний збій»

Студенти отримують кейс про неправильне трактування завдання, конфлікт інтересів або неефективне інформування в компанії.

Необхідно:

- визначити, які саме бар'єри виникли (семантичні, психологічні, соціальні, організаційні або технологічні);
- виявити джерело помилки на рівні етапів комунікації (кодування, передача, декодування);
- сформулювати мінімум 5 практичних шляхів усунення помилки;
- запропонувати, які зміни у комунікаційному процесі дозволили б попередити такі бар'єри в майбутньому.

Завдання 3. Діагностичне завдання «Бар'єри в реальному робочому середовищі»

Студент обирає будь-яку організацію (можна власний досвід, компанію знайомих або гіпотетичний приклад).

Потрібно:

- описати 3 реальні ситуації, у яких, на вашу думку, виникли комунікативні бар'єри;
- визначити тип бар'єра для кожного випадку;
- оцінити наслідки бар'єра (втрата клієнта, помилки, затримки, негативна атмосфера);
- запропонувати реалістичні рекомендації щодо покращення комунікації.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Які бар'єри найчастіше виникають у роботі менеджера?
2. Чому невербальні сигнали іноді створюють комунікативні перешкоди?
3. Як організаційна культура впливає на появу бар'єрів у комунікаціях?

Перелік рекомендованих джерел інформації: [2; 4; 5; 7; 9; 13]

Практичне заняття №3. Усні комунікації. Мистецтво публічного виступу

Мета завдання:

Формувати навички підготовки, структурування та проведення ефективного публічного виступу.

Питання теми:

1. Роль усної комунікації у професійній діяльності.
2. Етапи підготовки виступу.
3. Структура промови: вступ, основна частина, висновок.
4. Невербальні засоби оратора: жести, міміка, постава, голос.
5. Взаємодія з аудиторією.

Практичні завдання

Завдання 1. «Створення структури ефективного публічного виступу»

Студент отримує тему (наприклад: *«Цінність персонального бренду менеджера», «Ефективна комунікація у команді»* або тему власного вибору).

Потрібно:

- сформуувати повну структуру виступу:
 - Вступ: привітання, зацікавлення аудиторії, постановка проблеми;
 - Основна частина: 3–5 тез із доказами, прикладами, статистикою;
 - Висновок: фінальна думка, заклик до дії або резюме;
- визначити цілі виступу (інформувати / переконати / мотивувати);
- визначити цільову аудиторію (хто слухачі, які їхні потреби, очікування);
- підібрати аргументи, релевантні саме цій аудиторії.

Завдання 2. «Аналіз виступу професійного спікера»

Необхідно обрати будь-який відео-виступ: TED Talk, бізнес-спікер, політичний виступ, мотиваційна промова тощо.

Студент має провести детальний аналіз, звертаючи увагу на:

- структуру промови (чи є логіка і цілісність);
- техніку мовлення (темп, дикція, інтонація, паузи);
- невербальні сигнали (жести, відкритість пози, погляд);
- емоційну взаємодію зі слухачами;
- те, як спікер працює з увагою аудиторії;
- сильні та слабкі сторони виступу.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Яку роль відіграють моделі структурування у створенні маркетингових текстів?
2. У чому переваги й недоліки моделей AIDA та PAS? Як правильно обрати модель копірайтингу залежно від мети комунікації?
3. У чому відмінність між моделями AIDA, BAB і QUEST?
4. Як за допомогою структурних моделей підвищити ефективність рекламного повідомлення?
5. Наведіть приклади застосування різних моделей у реальних рекламних кампаніях.

Перелік рекомендованих джерел інформації: [4; 5; 6; 7; 8; 11]

Практичне заняття №4. Стратегії й тактики ведення ділових переговорів

Мета завдання:

Сформувати навички конструктивного ведення переговорів, застосування моделей та технік аргументації.

Питання теми:

1. Поняття та види переговорів.
2. Гарвардська модель переговорів.
3. Техніки активного слухання.
4. Бізнес-етика та правила ведення суперечки.
5. Типові помилки у переговорах.

Практичні завдання

Завдання 1. «Визначення типу переговорів і цілей сторін»

Студенти отримують 4–6 ситуацій (описано викладачем або взято з реального бізнес-середовища), наприклад:

- переговори з постачальником про знижки;
- узгодження умов партнерства;
- розв'язання конфлікту між двома відділами;
- переговори з незадоволеним клієнтом;
- переговори про працевлаштування.

Потрібно:

- визначити вид переговорів (кооперативні / конкурентні; формальні / неформальні);
- сформулювати інтереси та позиції кожної сторони;
- визначити зони збігу інтересів (ЗОП) та можливу зону потенціальної згоди (ЗОРА).

Завдання 2. «Застосування Гарвардської моделі переговорів»

Для обраного кейсу студент повинен застосувати 4 базові принципи Гарвардської моделі:

1. Відділення людей від проблеми
 - які емоції / упередження / особистісні фактори можуть заважати?
 - як їх нейтралізувати?
2. Фокус на інтересах, а не позиціях
 - які справжні мотиви приховуються за позиціями сторін?
3. Пошук взаємовигідних варіантів
 - створити *мінімум 3 варіанти рішень*, які задовольняють обидві сторони.
4. Використання об'єктивних критеріїв
 - які стандарти, ринкові показники, нормативи чи порівняльні дані можна використати?

Завдання 3. «Активне слухання як інструмент переговорника»

Студенти працюють у парах.

Завдання:

- один студент формулює проблему або позицію;
- другий повинен продемонструвати активне слухання, використовуючи:

- перефразування,
- «дзеркало» емоцій,
- уточнювальні питання,
- коротке резюме.

Потім ролі змінюються.

Студент має оцінити:

- що допомогло відчувати себе почутим;
- які прийоми працювали найкраще;
- що можна покращити у майбутніх переговорах.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Які переговорні тактики є маніпулятивними?
2. Чим відрізняється позиційний підхід від принципових переговорів?
3. Які навички є ключовими для успішного переговорника?

Перелік рекомендованих джерел інформації: [4; 5; 8; 13]

Практичне заняття №5. Нетворкінг: зміст, рівні та можливості для розвитку бізнесу

Мета завдання:

Навчити студентів використовувати інструменти нетворкінгу для побудови професійних контактів та розвитку ділових можливостей.

Питання теми:

1. Поняття та принципи нетворкінгу.
2. Види зв'язків: слабкі, сильні, стратегічні.
3. Правила формування ділових контактів.
4. Цінність соціального капіталу.
5. Нетворкінгові події та онлайн-платформи.

Практичні завдання

Завдання 1. Аналітичне завдання «Типи професійних контактів»

Студент має проаналізувати різні категорії професійних зв'язків:

- горизонтальні (колеги, одногрупники, представники суміжних сфер);
- вертикальні (ментори, керівники, лідери думок);
- стратегічні (партнери, потенційні клієнти, інвестори);
- інформаційні (експерти, консультанти, галузеві аналітики).

Необхідно:

- визначити роль кожного типу зв'язків у професійному розвитку;
- сформувати власну карту контактів (мінімум 15 осіб);
- визначити, які типи зв'язків у студента розвинені недостатньо та чому.

Завдання 2. «Карта цінності в нетворкінгу»

Студент визначає, що корисного він може запропонувати своїм професійним контактам:

- експертиза;
- ідеї;

- інформація;
- зв'язки;
- допомога у проєктах;
- професійні навички.

Потрібно заповнити таблицю:

- Що я можу дати?
- Кому це може бути цінним?
- Що я можу отримати у відповідь?

Завдання 3. Практикум «Стратегії нетворкінгу для різних подій»

Студент отримує 4–5 сценаріїв подій:

- галузева конференція;
- ярмарок вакансій;
- бізнес-форум;
- стартап-пітчинг;
- тематичний воркшоп.

Завдання:

1. Сформуувати конкретні цілі для кожної події.
2. Визначити, з ким варто познайомитися і чому.
3. Підготувати 3–5 запитань, щоб легко розпочати розмову.
4. Вказати, які бар'єри можуть заважати (сором'язливість, брак досвіду, страх нав'язливості) та як їх подолати.

Завдання 4. «Аналіз персонального бренду в соцмережах»

Студент аналізує свої профілі (Facebook, LinkedIn, Instagram, Telegram):

- чи відповідають фото та опис професійному іміджу?
- чи зрозуміло, чим студент займається та які має навички?

- які пости/активність підсилюють професійний бренд?
- які можуть його послаблювати?

Потрібно скласти план покращення на 1 місяць:

- які матеріали публікувати;
- на кого підписатися;
- з ким варто взаємодіяти;
- які навички демонструвати.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Чому слабкі зв'язки інколи ефективніші за сильні?
2. Як цифрові платформи змінюють правила ділового нетворкінгу?
3. Які помилки найчастіше допускаються в нетворкінгу?

Перелік рекомендованих джерел інформації: [1; 2; 5; 7; 11; 12]

Практичне заняття №6. Письмові комунікації: ділове листування

Мета завдання:

Розвинути навички створення структурованих, грамотних та професійних ділових повідомлень.

Питання теми:

1. Призначення ділових листів.
2. Формати ділового листування.
3. Структура електронного листа.
4. Правила тону, стилю та оформлення.
5. Типові помилки у ділових листах.

Практичні завдання

Завдання 1. Практичне завдання «Написання першого повідомлення для встановлення контакту»

Студент обирає реальну людину (ментора, керівника, експерта) та формує перше комунікаційне звернення:

- привітання;
- коротке представлення себе;
- пояснення причини звернення;
- цінність для співрозмовника;
- чимне завершення.

Аналізується:

- чи не виглядає повідомлення нав'язливим;
- чи є воно чітким і структурованим;
- чи містить конкретний запит або формулювання очікуваного результату.

Завдання 2.

1. Опрацюйте 3 приклади некоректних листів: знайдіть помилки та запропонуйте виправлення.

2. Сформуйте відповідь на скаргу клієнта з дотриманням правил етикету.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Які елементи електронного листа є найбільш критичними для сприйняття?
2. Як уникати надмірної офіційності та зберігати професійний тон?
3. Як адаптувати лист залежно від адресата?

Перелік рекомендованих джерел інформації: [3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 13; 15]

Практичне заняття №7. Бізнес-етикет. Маніпуляції та конфлікти у бізнес-комунікаціях

Мета завдання:

Розвинути вміння студентів розпізнавати маніпулятивні техніки та ефективно вирішувати конфліктні ситуації у професійному середовищі.

Питання теми:

1. Поняття конфлікту та його види.
2. Стратегії поведінки у конфлікті.
3. Маніпуляції у переговорах та бізнес-комунікаціях.
4. Основи психологічної грамотності та самоконтролю.
5. НЛП-інструменти у бізнесі.

Практичні завдання

Завдання 1. «Типологія конфліктів і аналіз причин їх виникнення»

Студентам пропонується 6–8 описів конфліктних ситуацій у бізнес-середовищі, наприклад:

- конфлікт між відділом маркетингу та продажів щодо розподілу бюджету;
- непорозуміння між менеджером і клієнтом щодо умов контракту;
- конфлікт між колегами через нерівномірне навантаження;
- суперечка в команді щодо пріоритетів проєкту.

Потрібно:

- визначити тип конфлікту (внутрішньоособистісний, міжособистісний, міжгруповий, організаційний);

- визначити першопричини (ресурсні, ціннісні, інформаційні, рольові, структурні);
- описати можливі наслідки при відсутності вирішення;
- вказати, якої інформації бракує для повного аналізу.

Завдання 2. «Розпізнавання маніпуляцій у конфліктних ситуаціях»

Студент отримує список маніпулятивних прийомів, які часто застосовують у конфлікті:

- емоційний тиск;
- перебільшення проблеми;
- навішування ярликів;
- «гра в жертву»;
- переведення уваги;
- пасивна агресія;
- підміна фактів;
- замовчування важливої інформації.

Потрібно:

- визначити, які маніпуляції зустрічаються у запропонованому конфлікті;
- пояснити, як їх розпізнати;
- сформулювати способи нейтралізації;
- запропонувати нейтральні фрази для повернення конструктиву.

Завдання 3. «Стратегія профілактики конфліктів у команді»

Група студентів розробляє план попередження конфліктів у команді, який включає:

- правила внутрішньої комунікації;
- стандарти обміну інформацією;
- механізми швидкого вирішення непорозумінь;

- регламентацію ролей та відповідальності;
- інструменти підвищення довіри та командної взаємодії;
- принципи зворотного зв'язку;
- заходи щодо запобігання вигоранню та емоційному перенавантаженню.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Які маніпуляції є найпоширенішими у професійній комунікації?
2. Які навички допомагають запобігати конфліктам?
3. Чи може конфлікт мати позитивні наслідки?

Перелік рекомендованих джерел інформації: [3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 13]

3. ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

Базова література

1. Бізнес-комунікації : навч. посіб. / уклад. Н. В. Попова, О. А. Борисенко та ін. Харків : ХДУХТ, 2020. 265 с.
2. Балджи М. Д., Гуляєва В. М. Етика бізнесу : навч. посіб. Київ : ФОП Гуляєва В. М., 2021. 240 с.
3. Лепейко Т. І., Миронова О. В. Ділові комунікації та риторика : навч. посіб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 210 с.
4. Бойко М. П. Цифрові комунікації та SMM для бізнесу : практ. посіб. Львів : Новий Світ-2000, 2023. 188 с.
5. Стратегічні комунікації в бізнесі : навч. посіб. / за ред. Є. В. Ромата. Київ : КНТЕУ, 2020. 320 с.
6. Маркетинг : навч. посіб. / М. В. Мальчик, Н. А. Гонтаренко, О. В. Попко та ін. ; за заг. ред. М. В. Мальчик. Рівне : НУВГП, 2014. 444 с.

Допоміжна література

7. Locker K., Kaczmarek S. Business Communication: Building Critical Skills. 7th ed. New York : McGraw Hill, 2024. 592 p.
8. Cardon P. W. Business Communication: Developing Leaders for a Networked World. 5th ed. New York : McGraw Hill, 2023. 640 p.
9. Килюх М. О., Мартинюк О. В. Просування товарів та послуг з використанням соціальних мереж. *Актуальні проблеми теорії і практики менеджменту в контексті євроінтеграції* : зб. тез IX Міжнар. наук.-практ. конф. (Рівне, 14 трав. 2020 р.). Рівне : НУВГП, 2020. 535 с.
10. Українська мова: офіційно-діловий та науковий стилі : навч. посіб. / уклад. Т. О. Хейлік. Запоріжжя : ІДУ НД ЦЗ, 2024. 228 с.

11. Мартинюк О. В., Толчанова З. О. Сучасна інтернет-реклама: тенденції розвитку та ефективність. *Актуальні проблеми теорії і практики менеджменту в контексті євроінтеграції* : зб. тез IX Міжнар. наук.-практ. конф. (Рівне, 14 трав. 2020 р.). Рівне : НУВГП, 2020. С. 439–442.

12. Примак Т. О. Комунікативний менеджмент : підручник. 2-ге вид., перероб. і допов. Київ : КНЕУ, 2020. 384 с.

13. Комунікації в публічному управлінні та бізнесі : кол. монографія / за заг. ред. А. В. Силенко. Чернігів : НУ «Чернігівська політехніка», 2023. 380 с.

14. Корпоративні комунікації в умовах глобальних викликів : навч. посіб. / уклад. О. С. Іванова та ін. Суми : Сумський державний університет, 2024. 215 с.

15. Шекшуєва Д. І., Мартинюк О. В. Теоретичні основи формування ефективної комунікаційної політики банку. *Актуальні проблеми теорії і практики менеджменту в контексті євроінтеграції* : зб. тез IX Міжнар. наук.-практ. конф. (Рівне, 14 трав. 2020 р.). Рівне : НУВГП, 2020. 535 с.

Інформаційні ресурси

1. Безкоштовні курси з основ цифрового маркетингу, SEO, реклами та веб-аналітики. Google Digital Garage : веб-сайт. URL: <https://grow.google/intl/uk/>.

2. ГО «Українська асоціація маркетингу» : веб-сайт. URL: <https://uam.in.ua/>.

3. Державна служба статистики України : веб-сайт. URL : <https://www.ukrstat.gov.ua/>.

4. Інформаційні матеріали про академічну доброчесність у Національному університеті водного господарства та природокористування : веб-сайт. URL:

<https://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnistj>.

5. Інформаційні ресурси у електронному репозиторії Національного університету водного господарства та природокористування : веб-сайт. URL: <https://ep3.nuwm.edu.ua/view/types/metods/>.

6. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії наукової бібліотеки НУБГП : веб-сайт. URL : <https://ep3.nuwm.edu.ua/>.

7. Кабінет Міністрів України : веб-сайт. URL : <https://www.kmu.gov.ua/>.

8. Курси від провідних університетів світу. Coursera : веб-сайт. URL: <https://www.coursera.org/>.

9. Курси та сертифікація з основ маркетингу, inbound-маркетингу та цифрових стратегій. HubSpot Academy : веб-сайт. URL: <https://academy.hubspot.com/>.

10. Міністерство економіки України : веб-сайт. URL: <https://me.gov.ua/?lang=uk-UA>.

11. Національна бібліотека імені В. І. Вернадського : веб-сайт. URL: <http://www.nbu.gov.ua/>.

12. Положення про академічну доброчесність у Національному університеті водного господарства та природокористування : веб-сайт. URL: <https://surl.li/viqjrh>.

13. Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека : веб-сайт. URL: www.lib.rv.ua/.

14. Розділ про маркетингові стратегії, аналітику та тренди. Harvard Business Review – Marketing Insights : веб-сайт. URL: <https://hbr.org/>.