

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

А. В. Симонік, Т. В. Воронкова, А. В. Сватъєв, К. В. Царенко

ПРОФЕСІЙНЕ СПІЛКУВАННЯ В ГАЛУЗІ

**Методичні рекомендації до самостійної роботи
для здобувачів ступеня вищої освіти магістра
спеціальності «Фізична культура і спорт»
освітньо-професійної програми «Спорт»**



**Запоріжжя
2025**

**Міністерство освіти і науки України
Запорізький національний університет**

А. В. Симонік, Т. В. Воронкова, А. В. Свасьєв, К. В. Царенко

ПРОФЕСІЙНЕ СПІЛКУВАННЯ В ГАЛУЗІ

**Методичні рекомендації до самостійної роботи
для здобувачів ступеня вищої освіти магістра
спеціальності «Фізична культура і спорт»
освітньо-професійної програми «Спорт»**

Затверджено
вченою радою ЗНУ
Протокол № 11 від 27.05.2025 р.

**Запоріжжя
2025**

УДК 796:316.77]:174(076.5)
П841

Професійне спілкування в галузі : методичні рекомендації до самостійної роботи для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальності «Фізична культура і спорт» освітньо-професійної програми «Спорт» / А. В. Симонік, Т. В. Воронкова, А. В. Сватсьєв, К. В. Царенко. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2025. 74 с.

У пропонованому виданні відповідно до силабуса навчальної дисципліни «Професійне спілкування в галузі» викладено зміст самостійної роботи: теми та методичні рекомендації щодо їх опрацювання згідно з пунктами плану, питання й тести для самоконтролю, практичні завдання. Визначення ключових термінів і понять дисципліни наведено у глосарії.

У ході самостійної роботи передбачено набуття уявлення про спілкування як інструмент професійної діяльності, засвоєння основ професійного спілкування у сфері спорту, ознайомлення з комунікативними та психологічними аспектами ділового спілкування, стратегіями й тактиками організації комунікації в професійному середовищі.

Навчально-методичне видання адресується здобувачам ступеня вищої освіти магістра спеціальності «Фізична культура і спорт», які навчаються за освітньо-професійною програмою «Спорт».

Рецензент

Р. В. Клопов, д-р педагог. наук, професор кафедри фізичної культури і спорту

Відповідальний за випуск

М. В. Маліков, д-р біол. наук, професор, декан факультету фізичного виховання, здоров'я та туризму

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Загальні настанови до організації самостійної роботи.....	6
Зміст самостійної роботи.....	8
<i>Тема 1. Комунікація та ділове спілкування в спортивній індустрії.....</i>	<i>8</i>
<i>Тема 2. Особливості ділового спілкування в спортивній індустрії.....</i>	<i>16</i>
<i>Тема 3. Комунікативні аспекти ділового спілкування у сфері фізичної культури і спорту</i>	<i>25</i>
<i>Тема 4. Психологічні аспекти ділового спілкування у сфері фізичної культури і спорту.....</i>	<i>34</i>
<i>Тема 5. Стратегії та тактики усного ділового спілкування в професійному середовищі.....</i>	<i>43</i>
<i>Тема 6. Сучасні форми письмової та електронної комунікації.....</i>	<i>51</i>
<i>Тема 7. Міжнародна співпраця в спортивному бізнесі: основи та перспективи.....</i>	<i>58</i>
Глосарій.....	67
Рекомендована література.....	71
Використана література.....	72

ВСТУП

*Хочеш бути розумним –
навчись розумно питати,
уважно слухати,
спокійно відповідати
й переставати говорити,
коли нема чого*

Ф.К. Лафатер

Уміння ефективно спілкуватися – один із найголовніших чинників успіху в будь-якій сфері сучасного життя. Побудувати кар'єру, домогтися успіху в обраній сфері професійної діяльності неможливо без уміння ефективно організовувати спілкування. Комунікативна компетентність є надійним фундаментом здорових міжособистісних стосунків і професійного успіху, а культура спілкування, вміння говорити та слухати розглядаються як важливі складові кожної спеціальності.

Професійне спілкування є різновидом ділового спілкування, здійснюється в умовах конкретної професійної діяльності, враховує її специфічні особливості та підпорядковується її цілям. Воно ґрунтується на спеціальних знаннях, уміннях, навичках, які стосуються певної професії, та загальних принципах і закономірностях ділового спілкування.

Професійне спілкування є інструментом професійної діяльності – взаємодії професіоналів із приводу виконання професійних завдань. Завдяки спілкуванню відбувається обмін професійно значущою інформацією, професійним досвідом, встановлюються взаємозв'язки з колегами та діловими партнерами, організовується співпраця суб'єктів процесу професійної діяльності.

Спорт, як і будь-який інший вид людської діяльності, неможливо уявити без спілкування. Якість і результативність спортивної діяльності безпосередньо залежать від того, як і на якому рівні організоване спілкування та співпраця всіх її учасників.

Сфера фізичної культури і спорту потребує висококваліфікованих фахівців – глибоко освічених, компетентних, креативних, комунікабельних, здатних ефективно взаємодіяти та успішно вирішувати професійні завдання в сучасному динамічному світі. Важливим складником професійної підготовки фахівців із фізичного виховання і спорту є рівень їх культури професійного спілкування, адже подальша їх професійна діяльність передбачає здійснення активної комунікації, міжособистісної та міжгрупової взаємодії, обмін досвідом, встановлення контактів, підтримку зв'язків між зацікавленими у спільній діяльності суб'єктами. І її успішність та ефективність багато в чому визначатиметься рівнем сформованості у випускника вишу комунікативних умінь і навичок.

Відтак цілком логічно, що курс «Професійне спілкування в галузі» належить до циклу професійної підготовки освітньої програми «Спорт» другого (магістерського) рівня вищої освіти та є її обов'язковим освітнім компонентом.

Метою вивчення дисципліни «Професійне спілкування в галузі» є

засвоєння студентами основ ділового спілкування, форм, моделей і засобів професійної комунікації та набуття готовності до ефективної взаємодії для вирішення професійно значущих завдань. Курс закладає підґрунтя для професійно-особистісного і комунікативного розвитку майбутнього фахівця із фізичної культури, що в перспективі сприятиме його успішному працевлаштуванню за фахом.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Професійне спілкування в галузі» є:

- ✓ усвідомлення сутності феномена професійного спілкування;
- ✓ ознайомлення із функціями, концептуальними засадами та стратегіями професійного спілкування;
- ✓ засвоєння основ етики та культури ділового спілкування у спорті;
- ✓ ознайомлення з видами, формами та моделями професійної комунікації;
- ✓ набуття навичок аналізу конкретних ділових ситуацій та застосування найбільш доцільних засобів професійного спілкування;
- ✓ набуття готовності до ефективної професійної комунікації у сфері спорту;
- ✓ набуття вміння адаптувати прийняття професійних рішень з урахуванням особливостей ділової етики і культурних розбіжностей зарубіжних країн.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є морально-психологічні засади та принципи ділового спілкування; види, форми і засоби професійного спілкування; етичні та культурні норми ділового спілкування з вітчизняними та іноземними партнерами; чинники ефективної професійної комунікації у сфері спорту.

У запропонованому авторами виданні відповідно до силабуса навчальної дисципліни «Професійне спілкування в галузі» подано зміст самостійної роботи, що охоплює як розгляд здобувачами вищої освіти окремих теоретичних питань курсу, так і виконання запропонованих практичних завдань. Навчальний матеріал дисципліни, передбачений для засвоєння у ході самостійної роботи, підлягає самоконтролю, поточному контролю та виноситься на підсумковий контроль.

Самостійна робота із курсу «Професійне спілкування в галузі» спрямована на активізацію розумової діяльності здобувачів освіти, формування потреби самостійно поповнювати знання, розвиток інтелектуальних здібностей, інтересу до майбутньої професійної діяльності у сфері фізичної культури і спорту, вироблення навичок роботи з літературою та критичного осмислення прочитаного. Крім того, видання орієнтоване на розвиток комунікативної культури студентів, засвоєння норм професійного спілкування та набуття навичок ефективної ділової комунікації.

Згідно із силабусом навчальної дисципліни «Професійне спілкування в галузі» на самостійне опрацювання здобувачам освіти пропонується сім тем. Видання розроблене із метою спрямування самостійної роботи студентів і надання їм необхідної методичної допомоги у її виконанні.

♫ ЗАГАЛЬНІ НАСТАНОВИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Важливою формою організації освітнього процесу з дисципліни «Професійне спілкування в галузі» є самостійна робота.

Мета самостійної роботи – саморозвиток і самоосвіта здобувача освіти, сприяння формуванню самостійності як особистісної риси та важливої професійної якості, суть якої полягає в умінні систематизувати, планувати, контролювати й регулювати свою діяльність без допомоги й контролю викладача.

Тематика самостійної роботи визначається силабусом, а її зміст конкретизується у пропонованому навчально-методичному виданні. Чітке й ретельне виконання студентами методичних настанов сприятиме раціональному використанню часу, відведеного на самостійну роботу, та якісному засвоєнню програмного матеріалу.

Алгоритм самостійної роботи:

1. Ознайомитися з темою, яка виноситься на опрацювання.
2. Осмислити й вивчити теоретичний матеріал теми згідно з пунктами плану, дотримуючись наданих методичних вказівок.
3. Опрацювати питання в їх логічній послідовності, використовуючи рекомендовану літературу.
4. Розібрати тлумачення ключових термінів і понять. Їх визначення необхідно запам'ятати.
5. Встановити зв'язок щойно вивченого навчального матеріалу з попереднім.
6. Дати відповіді на питання для самоконтролю, виконати тести. Недостатньо засвоєні питання необхідно опрацювати повторно.
7. Виконати практичні завдання. При цьому потрібно продемонструвати вміння застосовувати засвоєні знання, міркувати, аналізувати, характеризувати, порівнювати, робити узагальнення та висновки.

Правильно організована самостійна робота сприятиме:

- ✚ активізації розумової діяльності здобувачів освіти;
- ✚ формуванню потреби в оволодінні знаннями, в їх ефективному та якісному засвоєнні;
- ✚ розвитку інтелектуальних і творчих здібностей;
- ✚ пробудженню інтересу до майбутньої професійної діяльності;
- ✚ виробленню навичок роботи з літературою та критичному осмисленню прочитаного;
- ✚ усвідомленню ролі та значення комунікативної складової у професійній діяльності фахівця з фізичної культури і спорту;
- ✚ ознайомленню з актуальними питаннями культури професійного спілкування;

- ✚ засвоєнню принципів і функцій ділового спілкування;
- ✚ розвитку комунікативної компетентності як професійної основи особистості;
- ✚ набуттю навичок організації професійного спілкування.

У ході засвоєння питань, які виносяться на самостійне опрацювання, необхідно сприймати спілкування як інструмент професійної діяльності та невід'ємний елемент, який впливає на ефективність та успіх у професійному середовищі. Воно забезпечує обмін інформацією, досвідом та ідеями, а також сприяє кращому розумінню, співпраці та досягненню спільних цілей. Відтак мають бути засвоєні основні аспекти, загальні правила та стилі професійного спілкування, його функції, чинники; детально розглянуті закономірності ефективності ділової комунікації.

ЗМІСТ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Тема 1. Комунікація та ділове спілкування в спортивній індустрії

Мета вивчення теми: набути уявлення про особливості ефективної комунікації та ділового спілкування в спортивній індустрії; ознайомитися з основами ділового спілкування у спортивній індустрії, зокрема з правилами ведення переговорів, ділового етикету та публічних виступів; розглянути комунікативні стратегії, які сприяють встановленню партнерських відносин і підвищенню репутації спортивних організацій; засвоїти методи управління комунікацією під час кризових ситуацій для збереження позитивного іміджу та мінімізації репутаційних ризиків.

Питання для самостійного вивчення

1. Основи ділового спілкування у спортивній індустрії.
2. Комунікативні стратегії у спортивній індустрії.
3. Управління комунікацією під час кризових ситуацій.

Ключові терміни та поняття: *ділове спілкування, комунікаційний процес, вербальна комунікація, невербальна комунікація, комунікативна компетентність, корпоративна комунікація, медіа-комунікація, комунікативний етикет, комунікаційна стратегія, брендинг у спорті, паблік рилейшнз (PR), маркетингова комунікація, міжкультурна комунікація, контент-маркетинг, антикризова комунікація, проактивна комунікація, кризовий менеджмент, репутаційний менеджмент, моніторинг медіа.*

Методичні вказівки до вивчення теми

Вивчення *першого питання* необхідно розпочати з ознайомлення з поняттям ділового спілкування, яке охоплює процес обміну інформацією між суб'єктами спортивної індустрії.

Ділове спілкування передбачає використання вербальних і невербальних засобів комунікації та врахування культурних особливостей.

Спілкування в спортивній індустрії може здійснюватися як на особистісному рівні (тренер – спортсмен), так і на організаційному рівні (клуб – уболівальники, організатори – засоби масової інформації).

Далі потрібно детально розглянути основні принципи ділового спілкування, зокрема: етичність, відкритість, конструктивність та повагу до співрозмовника.

Зверніть увагу на значення активного слухання та емпатії, які сприяють ефективності комунікації. Також потрібно враховувати чинники, що впливають на комунікацію: соціокультурні відмінності, професійні компетенції та психологічні особливості учасників.

При опрацюванні *другого питання* необхідно засвоїти, що

комунікативні стратегії визначають вибір форм і методів спілкування в спортивних організаціях.

Передусім необхідно чітко усвідомити різницю між внутрішньою та зовнішньою комунікацією, а також методами взаємодії з партнерами, вболівальниками та медіа. Внутрішня комунікація включає обмін інформацією всередині команди чи клубу, тоді як зовнішня орієнтована на зв'язки з громадськістю, медіа та спонсорами.

Акцентувати увагу необхідно на стратегіях публічного виступу та використанні соціальних мереж для формування іміджу команди.

Важливо розглянути роль PR-кампаній, інтерв'ю та пресконференцій як інструментів налагодження зв'язків.

Також важливо враховувати етапи планування комунікаційної стратегії: аналіз аудиторії, формулювання ключових повідомлень і вибір оптимальних каналів передачі інформації.

Вивчення *третього питання* передбачає акцентування уваги на кризових комунікаціях у спортивній сфері.

Передусім необхідно виокремити найбільш характерні ознаки кризових ситуацій, у числі яких скандали, поразки чи конфлікти в команді.

Кризові ситуації часто супроводжуються посиленою увагою з боку медіа та громадськості, що потребує швидкої та компетентної реакції.

Окрім того, потрібно приділити увагу розробці антикризової стратегії, що включає попередження негативних наслідків через своєчасне інформування та чітке формулювання офіційних заяв, а також відзначити необхідність швидкої реакції та прозорого висвітлення подій з урахуванням інтересів громадськості. Серед основних етапів кризового менеджменту можна виокремити попередження кризи, реагування, відновлення та оцінку ефективності комунікаційних заходів.

Питання для самоконтролю

1. Що таке ділове спілкування та чому воно важливе в спортивній індустрії?

2. Які основні принципи ділового спілкування застосовуються у спортивному менеджменті?

3. Які елементи включає комунікаційний процес у спортивних організаціях?

4. Які види ділового спілкування використовуються в спортивних клубах та федераціях?

5. Охарактеризуйте вплив корпоративної культури спортивної організації на ділове спілкування.

6. Які особливості письмового ділового спілкування у спортивній індустрії?

7. Які навички комунікації важливі для менеджера спортивної організації?

8. Чим відрізняється вербальне та невербальне спілкування в

спортивному контексті?

9. Що таке комунікативна стратегія та як її формувати у спортивній організації?

10. Назвіть основні комунікативні стратегії, які використовуються для взаємодії з уболівальниками.

11. Як побудувати ефективну комунікативну стратегію для взаємодії з медіа?

12. Яку роль відіграють соціальні мережі в комунікативній стратегії спортивного клубу?

13. Як впровадити стратегію комунікації з партнерами та спонсорами?

14. Які підходи до комунікації використовуються під час організації спортивних подій?

15. Які типові помилки трапляються при реалізації комунікативних стратегій у спорті?

16. Як урахувати культурні особливості під час комунікації на міжнародних спортивних заходах?

17. Перелічіть основні принципи антикризової комунікації у спортивній індустрії.

18. Як підготувати комунікаційний план на випадок кризової ситуації?

19. Які етапи включає процес комунікації під час кризової ситуації в спорті?

20. Як уникнути репутаційних ризиків під час кризового спілкування?

Тести

1. Яка основна мета ділового спілкування у спортивній індустрії?

- а) розвага;
- б) формування іміджу та ефективної взаємодії;
- в) вирішення конфліктів.

2. Який стиль комунікації вважається найбільш доречним у професійному спортивному середовищі?

- а) агресивний;
- б) пасивний;
- в) асертивний.

3. Який з указаних нижче елементів не належить до основних принципів ділового спілкування?

- а) конфіденційність;
- б) відкритість;
- в) маніпуляція.

4. Що вважається найважливішим у невербальній комунікації під час спортивних перемовин?

- а) одяг;
- б) жести та міміка;
- в) зміст слів.

5. Який чинник найбільше впливає на формування іміджу спортивної

організації?

- а) успіхи команди;
- б) комунікаційна стратегія;
- в) вартість квитків.

6. Який з указаних підходів належить до комунікативних стратегій у спорті?

- а) емоційна маніпуляція;
- б) прозорість і відкритість;
- в) ігнорування критики.

7. Яка комунікативна стратегія найбільше сприяє залученню вболівальників?

- а) закрита політика клубу;
- б) активна взаємодія через соціальні мережі;
- в) ігнорування коментарів.

8. Що є основою побудови комунікаційної стратегії спортивного клубу?

- а) рекламна кампанія;
- б) SWOT-аналіз;
- в) конкуренція з іншими клубами.

9. Яка комунікаційна модель найкраще підходить для роботи з партнерами?

- а) одностороння комунікація;
- б) двостороння комунікація;
- в) ігнорування партнера.

10. Яка стратегія сприяє збереженню довіри до спортивного клубу?

- а) уникнення питань журналістів;
- б) прозорість у висвітленні діяльності;
- в) приховування конфліктів.

11. Що є першочерговим кроком у кризовій комунікації спортивної організації?

- а) замовчування проблеми;
- б) швидке реагування та офіційна заява;
- в) ігнорування ситуації.

12. Яка роль кризового менеджера під час комунікації у спорті?

- а) створення конфліктів;
- б) управління інформаційними потоками;
- в) заборона інтерв'ю.

13. Який канал комунікації є найбільш ефективним під час кризової ситуації?

- а) соціальні мережі;
- б) листування поштою;
- в) прямий ефір на телебаченні.

14. Як потрібно поводитися зі ЗМІ під час кризової ситуації?

- а) уникати контактів;
- б) надати достовірну та оперативну інформацію;
- в) обмежити доступ до фактів.

15. Що є найбільшою помилкою під час кризового спілкування у спорті?

- а) визнання помилок;
- б) приховування фактів;
- в) вибачення перед уболівальниками.

16. Який документ визначає стратегію комунікації у спортивному клубі?

- а) Статут клубу;
- б) комунікаційний план;
- в) фінансовий звіт.

17. Яка мета пресконференції після спортивного заходу?

- а) реклама товарів;
- б) надання інформації про результати та коментарі;
- в) пошук нових спонсорів.

18. Як потрібно відповідати на критику вболівальників у соціальних мережах?

- а) ігнорувати;
- б) конструктивно та ввічливо;
- в) агресивно відповідати.

19. Що найкраще сприяє згуртованості команди під час кризи?

- а) спільні комунікаційні сесії;
- б) ізоляція лідерів;
- в) приховування проблем.

20. Яке з тверджень найкраще описує кризову комунікацію?

- а) завжди можна уникнути кризи;
- б) головне – підготуватися та діяти оперативно;
- в) кризи не можна контролювати.

Завдання для самостійної роботи

Завдання 1. Проаналізуйте кейс з кризовою ситуацією на матчі. Запропонуйте стратегії взаємодії з медіа.

Приклад виконання завдання:

Тема: Кризова комунікація під час спортивних заходів.

Завдання:

1. **Аналіз кейса:**

✚ Опишіть кризову ситуацію, що виникла під час матчу (наприклад, конфлікт між гравцями, технічний збій, поведінка фанатів або інциденти за межами поля).

✚ Визначте основні причини виникнення кризи та її можливі наслідки для репутації клубу та його партнерів.

2. **Стратегії взаємодії з медіа:**

✚ Запропонуйте комунікаційний план для оперативного реагування на кризову ситуацію.

✚ Розробіть пресреліз або офіційну заяву клубу, що враховує інтереси клубу, вболівальників і спонсорів.

✚ Опишіть методи взаємодії з різними медіа-каналами (соцмережі,

телевізійні трансляції, офіційний сайт клубу).

✚ Розробіть стратегію посткризового відновлення репутації клубу та підтримки довіри з боку спонсорів.

3. Оцінка ефективності:

✚ Які показники успішності комунікаційної стратегії ви б використали (наприклад, охоплення, тональність згадок, рівень довіри до клубу після кризи)?

Форма виконання завдання: Презентація (оптимальний обсяг – 12 слайдів) або письмовий звіт (оптимальний обсяг – 5 сторінок) з аргументацією та прикладами успішних кейсів з інших футбольних клубів.

Завдання 2. Запропонуйте план комунікації під час підписання спонсорської угоди. Використовуйте схему з кроками підготовки та реалізації.

Приклад виконання завдання:

Інструкція:

1. Розробіть план комунікації для підписання спонсорської угоди у спортивній індустрії.

2. Скористайтеся схемою з кроками підготовки та реалізації комунікаційної стратегії.

3. Урахуйте ключові етапи:

- ✚ підготовка (вивчення бренду, визначення цільової аудиторії);
- ✚ планування (визначення каналів комунікації, створення контенту);
- ✚ реалізація (проведення заходу, медійний супровід).
- ✚ пост-комунікація (звітність, аналіз результатів).

4. Представте кожен етап у вигляді короткого опису (1-2 речення) з прикладами.

5. Оформіть план у вигляді структурованої таблиці або схеми.

Критерії оцінювання:

- ✚ логічність та послідовність кроків;
- ✚ відповідність плану особливостям спортивної індустрії;
- ✚ чіткість та зрозумілість формулювань;
- ✚ креативність у виборі каналів комунікації та форматів контенту.

Приклад схеми комунікації під час підписання спонсорської угоди:

1. Підготовка

- ✚ Аналіз бренду спонсора: вивчення цінностей, місії, цільової аудиторії.
- ✚ Визначення цільової аудиторії: сегментація на основі інтересів та демографії.

✚ Формування команди: призначення відповідальних за PR, SMM, менеджмент заходу.

2. Планування

✚ Розробка комунікаційної стратегії: цілі, ключові меседжі, основні канали.

✚ Створення контент-плану: анонси, пресрелізи, візуальні матеріали.

✚ Вибір форматів заходу: пресконференція, онлайн-трансляція, фотозона.

3. Реалізація

- + Організація заходу: координація гостей, представників ЗМІ.
- + Комунікація в реальному часі: пости в соціальних мережах, фото/відеозвіт.

- + Медійний супровід: інтерв'ю з учасниками, пряма трансляція.

4. Пост-комунікація

- + Аналітика результатів: звіт про охоплення, згадки у ЗМІ.
- + Зворотний зв'язок: опитування учасників і партнерів.
- + Подяка спонсору: публікації з підсумками заходу.

Завдання 3. Створіть схему комунікаційної взаємодії між спортивним клубом і громадськістю (прямі та опосередковані комунікації).

Приклад виконання завдання:

Тема: Розробка комунікаційної стратегії спортивного клубу.

Завдання: Створення схеми комунікаційної взаємодії між спортивним клубом і громадськістю, яка охоплюватиме прямі та опосередковані комунікації.

Опис виконання завдання:

1. Прямі комунікації:

- + Підготуйте перелік каналів, через які клуб безпосередньо взаємодіє з громадськістю (наприклад, соціальні мережі, офіційний сайт, публічні заходи, пресконференції).

- + Опишіть цілі та завдання кожного каналу.

2. Опосередковані комунікації:

- + Виділіть канали, через які інформація про клуб поширюється за участю посередників (наприклад, ЗМІ, фан-клуби, блогери, партнери).

- + Укажіть, як клуб може впливати на ці комунікації та які повідомлення передавати.

3. Графічне оформлення:

- + Створіть візуальну схему у вигляді діаграми або інфографіки, яка наочно демонструє взаємодію між клубом та громадськістю через прямі та опосередковані комунікації.

4. Рекомендації:

- + Запропонуйте заходи для оптимізації комунікаційної взаємодії з метою збільшення залучення громадськості та покращення іміджу клубу.

Форма виконання завдання: Презентація у форматі PDF або PowerPoint з текстовими описами та візуальною схемою.

Критерії оцінювання:

- + логічність схеми;
- + креативність оформлення;
- + відповідність комунікацій стратегії клубу.

Завдання 4. Проаналізуйте кейс: негативний відгук про спортивний клуб у соціальних мережах. Запропонуйте комунікативну відповідь.

Завдання: Аналіз кейса: У соціальних мережах з'явився негативний

відгук про спортивний клуб. Клієнт скаржиться на незадовільний стан обладнання, грубість персоналу та недостатню чистоту в роздягальнях. Відгук активно коментують інші користувачі, висловлюючи як підтримку автору, так і захист клубу.

Ваші дії:

1. *Аналіз:*

+ Які аспекти відгуку варто взяти до уваги?

+ Які потенційні ризики для репутації клубу?

2. *Комунікативна відповідь:*

+ Розробіть офіційну відповідь клубу на відгук.

+ Які ключові меседжі потрібно включити для пом'якшення негативу?

+ Як залучити клієнта до конструктивного діалогу?

3. *Подальші дії:*

+ Які внутрішні заходи необхідно вжити для уникнення подібних ситуацій у майбутньому?

+ Як підтримувати позитивний імідж після інциденту?

Формат відповіді: письмовий коментар у соціальних мережах і план подальших комунікацій.

Завдання 5. Розробіть інфографіку з алгоритмом дій менеджера з комунікацій під час неочікуваної ситуації на змаганні.

Приклад виконання завдання:

Тема: Розробка інфографіки з алгоритмом дій менеджера з комунікацій під час неочікуваної ситуації на змаганні.

Мета: Створення візуально привабливої та інформативної інфографіки, яка відображатиме покроковий алгоритм дій менеджера з комунікацій у випадку надзвичайної ситуації на спортивному заході.

Ключові елементи інфографіки:

1. *Заголовок:* Назва інфографіки, що чітко відображає тему.

2. *Покроковий алгоритм:*

+ Етап 1: Оцінка ситуації.

+ Етап 2: Інформування керівництва та команди.

+ Етап 3: Підготовка офіційної заяви.

+ Етап 4: Координація з медіа та прес-службою.

+ Етап 5: Моніторинг реакції аудиторії.

+ Етап 6: Посткомунікаційний аналіз.

3. *Графічні елементи:*

+ Іконки, що символізують кожен етап.

+ Стрілки або діаграми, що показують послідовність дій.

4. *Колірна гама:* Відповідно до брендбуку організації.

5. *Логотип та контакти:* Розміщення логотипу компанії та контактної інформації.

Формат та вимоги:

+ Розмір: А4 (вертикальна орієнтація).

+ Формат файлу: PDF та PNG.

-  Мова: українська.
-  Стиль: корпоративний, сучасний.

Тема 2. Особливості ділового спілкування в спортивній індустрії

Мета вивчення теми: ознайомитися з особливостями ділового спілкування в спортивній індустрії, зокрема з основними компонентами ділового спілкування, стилями та моделями комунікації у спортивному середовищі, а також засобами та каналами комунікації, що використовуються в цій галузі; розвинути навички ефективної взаємодії та комунікації в контексті спортивного менеджменту.

Питання для самостійного вивчення

1. Основні компоненти ділового спілкування.
2. Стилi та моделі ділового спілкування в спортивному середовищі.
3. Засоби та канали комунікації у спортивній індустрії.

Ключові терміни та поняття: *вербальна комунікація, невербальна комунікація, паравербальна комунікація, зворотний зв'язок, комунікативна компетентність, емпатія, партнерська взаємодія, діловий етикет, мовленнєвий імідж, демократичний, ліберальний, партнерський, командний стиль, модель транс акційного, трансформаційного лідерства, модель ситуаційного керівництва, спортивний менеджмент, менторство, коучинг, неформальні комунікації, вертикальні комунікації, горизонтальні комунікації, соціальні медіа, пресрелізи, зустрічі та брифінги.*

Методичні вказівки до вивчення теми

Вивчення *першого питання* необхідно розпочати з ознайомлення з основними компонентами ділового спілкування, які включають комунікатора, реципієнта, повідомлення, канал передачі та зворотний зв'язок.

Ділове спілкування у спортивній індустрії характеризується специфікою, яка залежить від командної роботи, управління та координації заходів.

Далі потрібно детально розглянути комунікативні навички, що включають вербальні та невербальні засоби, емоційний інтелект і культуру мовлення.

Зверніть увагу на значення ефективного слухання як важливого компонента комунікаційного процесу.

Основні компоненти ділового спілкування:

-  Комунікатор – особа або група осіб, що передає інформацію.
-  Реципієнт – особа або група осіб, що отримує інформацію.
-  Повідомлення – основний зміст спілкування, що передається у

вербальній або невербальній формі.

- ✚ Канал передачі – засіб, за допомогою якого повідомлення передається від комунікатора до реципієнта.

- ✚ Зворотний зв'язок – реакція реципієнта на отримане повідомлення.

При опрацюванні *другого питання* необхідно засвоїти основні стилі ділового спілкування: демократичний, авторитарний та ліберальний.

Акцентувати увагу потрібно на виборі стилю залежно від конкретної ситуації в спортивній діяльності (наприклад, при організації тренувального процесу або веденні переговорів із партнерами).

Важливо розглянути моделі комунікації, зокрема транзакційну та інтеракційну, та їхню роль у взаємодії з різними цільовими групами: спортсменами, тренерами, спонсорами. Передусім необхідно чітко усвідомити, що вибір стилю впливає на результативність комунікації та досягнення поставлених цілей.

Існують три основні стилі ділового спілкування:

- ✚ Демократичний стиль – передбачає активне залучення всіх учасників комунікації до обговорення та ухвалення рішень.

- ✚ Авторитарний стиль – характеризується однобічністю передачі інформації, коли рішення приймає одна особа або керівник.

- ✚ Ліберальний стиль – базується на мінімальному втручанні керівника в комунікацію.

Вивчення *третього питання* передбачає акцентування уваги на різноманітних засобах комунікації: усні виступи, пресконференції, інтерв'ю, ділове листування та комунікація через соціальні мережі. Крім того, потрібно приділити увагу особливостям цифрових комунікаційних каналів у спортивній індустрії.

Необхідно виокремити найбільш характерні ознаки кожного каналу, а також звернути увагу на роль медіа в популяризації спортивних подій. Відзначити важливість використання мультимедійних ресурсів для забезпечення ефективної комунікації з фанатами та партнерами.

Засоби комунікації у спортивній індустрії включають:

- ✚ Усні комунікації – виступи, брифінги, зустрічі.

- ✚ Письмові комунікації – звіти, електронні листи, пресрелізи.

- ✚ Цифрові комунікації – соціальні мережі, месенджери, сайти клубів.

- ✚ Мас-медіа комунікації – інтерв'ю, пресконференції, відеоролики.

Методичні рекомендації допоможуть систематизувати знання про особливості ділового спілкування в спортивній індустрії, сприятимуть формуванню професійних комунікативних навичок та оптимізації взаємодії у спортивних організаціях.

Питання для самоконтролю

1. Які основні компоненти входять до структури ділового спілкування?
2. У чому полягає роль невербальної комунікації в діловому спілкуванні?

в спортивній індустрії?

3. Як впливає емоційний інтелект на ефективність ділового спілкування?
4. Які навички слухання є найважливішими для комунікації з партнерами в спорті?
5. Які етапи можна виділити в процесі ділового спілкування?
6. Які основні стилі ділового спілкування використовуються в спортивній індустрії?
7. Чим відрізняється демократичний стиль комунікації від авторитарного в спортивних організаціях?
8. Як можна застосувати трансакційну модель комунікації у спортивному менеджменті?
9. Окресліть переваги асертивного стилю комунікації у взаємодії з колегами.
10. Поясніть, як стиль спілкування впливає на мотивацію спортсменів і тренерів?
11. Перелічіть основні засоби комунікації, які використовуються в спортивному менеджменті.
12. У чому полягають переваги цифрових каналів комунікації у спортивних організаціях?
13. Які ризики можуть виникати під час використання соціальних мереж у спортивній комунікації?
14. Як правильно поєднувати усну та письмову комунікацію при взаємодії зі спонсорами?
15. Чому важливо враховувати культурні особливості при міжнародному спортивному спілкуванні?
16. Назвіть основні вимоги до публічних виступів у спортивній індустрії.
17. Як формувати комунікаційну стратегію для спортивного клубу або організації?
18. Які види звітності є актуальними у діловій комунікації зі спортивними партнерами?
19. Як можна використовувати відеоконференції для організації спортивних заходів?
20. Які комунікативні навички є вкрай важливими для спортивного менеджера?

Тести

1. Який з компонентів ділового спілкування включає передачу повідомлень від одного учасника до іншого?
 - а) комунікація;
 - б) мотивація;
 - в) регулювання;
 - г) контроль.
2. Що є ключовим чинником у встановленні ефективного ділового спілкування?

- а) взаємна довіра;
- б) використання технічних засобів;
- в) формальність мови;
- г) конкуренція.

3. *Що з наведеного є невербальним компонентом ділового спілкування?*

- а) міміка та жести;
- б) презентація даних;
- в) звіт;
- г) діловий лист.

4. *Яку роль відіграє активне слухання в діловому спілкуванні?*

- а) сприяє кращому розумінню;
- б) перешкоджає комунікації;
- в) знижує ефективність обговорення;
- г) не має значення.

5. *Що є прикладом ефективного зворотного зв'язку в спортивному колективі?*

- а) конструктивна критика;
- б) ігнорування помилок;
- в) публічне засудження;
- г) відсутність коментарів.

6. *Який стиль ділового спілкування найчастіше використовується в спортивних командах?*

- а) демократичний;
- б) авторитарний;
- в) ліберальний;
- г) формальний.

7. *Що характерно для авторитарного стилю спілкування у спортивному середовищі?*

- а) одностороння комунікація;
- б) колективне прийняття рішень;
- в) діалогічна взаємодія;
- г) відсутність чіткої структури.

8. *Який канал комунікації найкраще підходить для негайного вирішення конфлікту?*

- а) офіційний звіт;
- б) лист на пошту;
- в) груповий чат;
- г) особиста розмова.

9. *Який з наведених засобів комунікації допомагає підтримувати командний дух?*

- а) командні збори;
- б) листування в месенджерах;
- в) офіційні звіти;
- г) індивідуальні бесіди.

10. *Яка комунікація сприяє більшій згуртованості спортивної команди?*

- а) неформальна;
- б) ієрархічна;
- в) офіційна;
- г) суворо регламентована.

11. *Що є основним бар'єром у діловому спілкуванні в спортивному колективі?*

- а) конфлікти між учасниками;
- б) використання сучасних технологій;
- в) активне слухання;
- г) відкрите обговорення.

12. *Який підхід до ділового спілкування є найбільш результативним у спортивному середовищі?*

- а) гнучкий та адаптивний;
- б) жорсткий та регламентований;
- в) повністю формальний;
- г) статичний.

13. *Яка модель комунікації спрямована на обмін думками між учасниками?*

- а) діалогічна;
- б) модель наказів;
- в) ієрархічна;
- г) монологічна.

14. *Що означає адаптивність стилю спілкування в спортивному менеджменті?*

- а) здатність змінювати підхід залежно від ситуації;
- б) постійне використання одного стилю;
- в) ігнорування змін;
- г) повне уникнення конфліктів.

15. *Який стиль спілкування може призвести до демотивації команди?*

- а) авторитарний;
- б) партнерський;
- в) кооперативний;
- г) мотивуючий.

16. *Який засіб комунікації є найефективнішим для швидкого інформування команди?*

- а) месенджери;
- б) офіційний лист;
- в) соціальні мережі;
- г) пресконференція.

17. *Який канал комунікації краще використовувати для обговорення тактичних планів?*

- а) очна зустріч;
- б) електронна пошта;
- в) чат у месенджері;
- г) соціальні мережі.

18. Що є прикладом асинхронної комунікації у спортивному клубі?

- а) лист на електронну пошту;
- б) телефонна розмова;
- в) відеоконференція;
- г) очна нарада.

19. Який канал комунікації найкраще підходить для офіційних оголошень у клубі?

- а) внутрішній портал;
- б) неофіційний чат;
- в) особиста бесіда;
- г) соціальні мережі.

20. Який засіб комунікації допомагає створити імідж спортивної організації на публіці?

- а) пресреліз;
- б) внутрішні розсилки;
- в) тренерські наради;
- г) звіти.

Завдання для самостійної роботи

Завдання 1. Розробіть питальник для оцінки ефективності комунікації між менеджментом і спортсменами у футбольному клубі.

Приклад виконання завдання:

Тема: Розробка питальника для оцінки ефективності комунікації між менеджментом і спортсменами у футбольному клубі.

Мета: Встановлення зворотного зв'язку зі спортсменами щодо якості та ефективності комунікації з менеджментом клубу для виявлення проблемних аспектів та пошуку шляхів покращення.

Завдання:

1. Сформулювати мету опитування.
2. Оцінити рівень задоволеності комунікацією.
3. Виявити основні проблеми у взаємодії менеджменту та спортсменів.
4. Зібрати пропозиції щодо покращення комунікаційних процесів.

Розробка структури питальника:

Вступна частина: короткий опис мети опитування та анонімності відповідей.

Основна частина:

Блок 1: Загальна оцінка комунікації (за шкалою від 1 до 5).

Блок 2: Конкретні питання про регулярність, доступність та ефективність комунікації.

Блок 3: Питання щодо зворотного зв'язку з боку менеджменту.

Блок 4: Пропозиції стосовно покращення комунікації.

Заклучна частина: подяка за участь та вказівка на подальше використання результатів.

Формулювання питань:

- ✓ Закриті питання (з вибором відповіді).
- ✓ Напівзакриті питання (з можливістю коментарів).
- ✓ Відкриті питання (для власних пропозицій).

Формат та спосіб розповсюдження:

- ✓ Онлайн-анкета (Google Forms або аналогічний сервіс).
- ✓ Друкована форма (для тих, хто не користується цифровими ресурсами).

Аналіз даних:

- ✓ Кількісний аналіз (діаграми та графіки).
- ✓ Якісний аналіз (аналіз відкритих відповідей).

Звітність:

- ✓ Представлення результатів у вигляді короткого звіту з інфографікою.
- ✓ Рекомендації стосовно покращення комунікації на основі отриманих даних.

Завдання 2. Розробка матриці комунікативних навичок і компетенцій спортивного менеджера.

Приклад виконання завдання:

Тема: Розробка матриці комунікативних навичок і компетенцій спортивного менеджера.

Мета: Створення структурованої матриці, яка дозволяє оцінити рівень розвитку комунікативних навичок спортивного менеджера.

Опис завдання:

1. *Дослідження:* Ознайомтеся з літературою та джерелами щодо комунікативних навичок у спортивному менеджменті. Визначте ключові компетенції, які є важливими для ефективної комунікації.

2. *Визначення компетенцій:* Виділіть основні категорії комунікативних навичок. Наприклад:

- ✓ Вербальна комунікація (публічні виступи, переговори, презентації).
- ✓ Невербальна комунікація (жести, міміка, контакт очей).
- ✓ Навички активного слухання (зворотний зв'язок, емпатія).
- ✓ Комунікація в команді (координація, мотивація).

3. *Рівні компетентності:* Розробіть шкалу оцінювання (наприклад, «базовий», «середній», «високий», «експертний»).

4. *Формат матриці:* Розмістіть компетенції в стовпчиках, а рівні володіння – в рядках.

Наприклад:

Компетенція	Базовий	Середній	Високий	Експертний
Вербальна комунікація		X		X
Невербальна комунікація	X			
Активне слухання			X	
Командна комунікація		X		X

5. *Аналіз та висновки:* Запропонуйте рекомендації щодо підвищення комунікативних навичок для спортивних менеджерів.

Критерії оцінювання:

- ✚ повнота та структурованість матриці;
- ✚ логічність виділення компетенцій;
- ✚ відповідність рівнів компетентності;
- ✚ якість аналізу та запропонованих рекомендацій.

Форма виконання завдання: матриця у вигляді таблиці (Excel або документ Word) з пояснювальною запискою.

Завдання 3. Підготуйте кейс для обговорення на тему «Конфліктний діалог між менеджером клубу та спортивним журналістом».

Приклад виконання завдання:

Завдання: Підготовка кейса для обговорення на тему «Конфліктний діалог між менеджером клубу та спортивним журналістом».

Контекст: Менеджер футбольного клубу «Шахтар» дає інтерв'ю після матчу. Спортивний журналіст ставить питання, яке стосується суперечливих рішень тренера та критики з боку вболівальників. Менеджер реагує емоційно, вважаючи питання провокаційним. Діалог загострюється, обидві сторони відчують напруження.

Завдання для учасників:

1. Опишіть можливі причини виникнення конфлікту.
2. Запропонуйте дві моделі вирішення ситуації:
 - ✓ модель компромісу;
 - ✓ модель активного слухання та емпатії.
3. Відпрацюйте діалог у ролях, обравши менеджера та журналіста. Застосуйте обидві моделі в розв'язанні конфлікту.
4. Обговоріть переваги й недоліки кожної моделі вирішення конфліктів.
5. Зробіть висновок, який підхід є більш ефективним у спортивній комунікації

Завдання 4. Розробіть карту стейкхолдерів комунікації у спортивній індустрії.

Приклад виконання завдання:

Завдання: Розробка карти стейкхолдерів комунікації у спортивній індустрії.

Мета: Створення комплексної карти стейкхолдерів, що відображатиме всі основні групи учасників комунікаційних процесів у спортивній індустрії.

Вимоги до виконання:

1. *Аналіз стейкхолдерів:* Визначте основні групи стейкхолдерів у спортивній індустрії (вболівальники, спонсори, медіа, спортивні клуби, гравці, спортивні асоціації тощо).
2. *Класифікація:* Розподіліть стейкхолдерів за рівнем впливу та зацікавленості (наприклад, високий/низький вплив, висока/низька зацікавленість).
3. *Візуалізація:*
 - ✓ Побудуйте діаграму або матрицю з відображенням усіх стейкхолдерів

та їхнього взаємозв'язку.

- ✓ Для кожної групи вкажіть основні цілі комунікації та канали взаємодії.

4. *Опис карти:*

- ✓ Поясніть структуру карти та обґрунтуйте вибір стейкхолдерів.
- ✓ Наведіть приклади конкретних ситуацій або проєктів, де карта може бути застосована.

Форма виконання завдання:

- ✓ Презентація з візуалізацією (діаграма, матриця).
- ✓ Текстовий опис (1-2 сторінки).

Критерії оцінювання:

- ✚ повнота та точність аналізу;
- ✚ чітка класифікація та структуризація;
- ✚ якісна візуалізація карти стейкхолдерів;
- ✚ логічність та аргументованість опису.

Завдання 5. Змодельуйте комунікаційний ланцюг організації спортивної події (від ідеї до реалізації).

Приклад виконання завдання:

Тема: Моделювання комунікаційного ланцюга організації спортивної події (від ідеї до реалізації).

Мета: Створення цілісного комунікаційного плану, що охоплює всі етапи організації спортивного заходу.

Завдання:

1. *Підготовчий етап:*

- ✓ опишіть процес генерації ідеї спортивної події;
- ✓ визначте цільову аудиторію та основні цілі заходу;
- ✓ складіть попередній бюджет та оберіть можливих партнерів/спонсорів.

2. *Планування комунікації:*

- ✓ Розробіть комунікаційну стратегію з урахуванням каналів зв'язку (соціальні мережі, ЗМІ, партнерські платформи).
- ✓ Змодельуйте схему комунікаційної взаємодії між організаторами, партнерами та медіа.

3. *Реалізація:*

- ✓ Опишіть етапи запуску інформаційної кампанії (анонси, пресрелізи, інтерв'ю).
- ✓ Розробіть план комунікації під час заходу (трансляції, репортажі, соціальні мережі).

4. *Аналіз та звітність:*

- ✓ Оцініть ефективність комунікації після заходу (звіт для партнерів, аналіз медіаактивності).
- ✓ Запропонуйте шляхи вдосконалення комунікацій на майбутнє.

Форма виконання завдання: Презентація або текстовий документ (оптимальний обсяг – 12-15 слайдів/сторінок).

Критерії оцінювання:

- ✚ повнота та логічність комунікаційного ланцюга;
- ✚ креативність та актуальність ідей;
- ✚ відповідність структури та змісту завдання;
- ✚ якість візуалізації та презентації матеріалу.

Тема 3. Комунікативні аспекти ділового спілкування у сфері фізичної культури і спорту

Мета вивчення теми: засвоїти комунікативні аспекти ділового спілкування в спортивній діяльності; розглянути особливості ділового спілкування в спорті; навчитися ефективно взаємодіяти з партнерами та спонсорами, а також організовувати внутрішнє комунікаційне середовище спортивної команди.

Питання для самостійного вивчення

1. Особливості ділового спілкування в спорті.
2. Комунікація з партнерами та спонсорами.
3. Внутрішнє комунікаційне середовище спортивної команди.

Ключові терміни та поняття: *ділове спілкування, комунікативна комунікація, вербальна комунікація, невербальна комунікація, спортивний менеджмент, професійна етика, спортивний протокол, публічний виступ, презентаційні навички, корпоративна комунікація, командна комунікація, договірна комунікація, переговори в спорті, іміджеві проєкти, брендинг у спорті, ділове листування, PR-кампанія, мотиваційні повідомлення, лідерство в команді, інформаційний обмін, корпоративна культура, командний дух, соціально-психологічний клімат, колективна мотивація.*

Методичні вказівки до вивчення теми

Вивчення *першого питання* необхідно розпочати з ознайомлення із загальними принципами ділового спілкування у спортивному контексті.

Спортивна діяльність характеризується активною комунікацією між учасниками, тренерами, менеджерами та партнерами.

Ділове спілкування в спорті охоплює офіційні та неформальні форми взаємодії, що залежать від ситуації та мети комунікації.

Далі потрібно детально розглянути специфічні риси комунікації в спортивній діяльності, які включають такі елементи, як етичність, взаємоповага та професіоналізм.

У спортивному середовищі важливо дотримуватися принципів відкритості та чесності, оскільки вони сприяють формуванню здорової команди та підтриманню позитивного іміджу спортивної організації.

Зверніть увагу, що ділове спілкування у спорті передбачає встановлення

довіри між учасниками, формування спільних цілей та чітке розуміння ролей у команді.

Передусім необхідно чітко усвідомити відмінності між офіційним та неформальним спілкуванням у спортивному середовищі.

Офіційне спілкування регламентується внутрішніми документами клубу, тоді як неформальне базується на особистих стосунках.

При опрацюванні *другого питання* необхідно засвоїти основні принципи побудови комунікації з партнерами та спонсорами.

Ділове спілкування з партнерами ґрунтується на взаємній довірі, прозорості та ефективному інформуванні про досягнення клубу.

Спонсорська комунікація передбачає підготовку презентаційних матеріалів, які висвітлюють переваги партнерства та його вплив на імідж бренду.

Акцентувати увагу необхідно на підтриманні довгострокових стосунків, що передбачає урахування критеріїв взаємовигідності та прозорості у комунікаціях.

Важливо розглянути етапи підготовки до переговорів, формування презентаційних матеріалів та стратегій переконання. Також необхідно забезпечити регулярне інформування партнерів про прогрес і досягнення команди.

Окрім того, потрібно приділити увагу аналізу потреб спонсора та адаптації комунікаційних стратегій відповідно до його очікувань.

Комунікація має бути структурованою та орієнтованою на формування лояльності до клубу.

Вивчення *третього питання* передбачає акцентування уваги на внутрішньокомандних комунікаціях.

Командна комунікація сприяє координації дій, мотивації гравців та підтриманню позитивного психологічного клімату. Передусім необхідно чітко усвідомити важливість підтримки згуртованості команди через регулярний обмін інформацією, мотиваційні зустрічі та конструктивний зворотний зв'язок.

Необхідно виокремити найбільш характерні ознаки ефективного внутрішнього спілкування (відкритість, довіра, взаємна підтримка) та відзначити важливість регулярних командних нарад і формування комунікаційних каналів для оперативного інформування учасників команди.

Для досягнення ефективності комунікацій необхідно використовувати сучасні цифрові платформи, що дозволяють швидко обмінюватися даними та планувати спільні дії.

Питання для самоконтролю

1. Які соціокультурні чинники впливають на формування моделей ділового спілкування у спортивних організаціях різних країн?

2. Як специфіка спортивної діяльності впливає на вибір стратегій комунікації між менеджментом і тренерським складом?

3. Яким чином психологічна готовність спортсмена впливає на його

комунікацію з тренером під час змагань?

4. Як управлінські комунікації в спортивних клубах можуть сприяти розвитку корпоративної культури?

5. Які елементи комунікативної компетентності є важливими для лідера спортивної команди?

6. Поясніть, яким чином можна адаптувати традиційні моделі ділового спілкування до умов сучасного спортивного менеджменту.

7. Як формування іміджу спортивної команди впливає на ефективність комунікації зі спонсорами?

8. Яким чином можна інтегрувати маркетингові комунікації у процес співпраці з комерційними партнерами?

9. Як впливає репутація спортивного клубу на готовність спонсорів до довгострокових інвестицій?

10. Які ризики можуть виникнути при недостатній комунікаційній прозорості між спортивним клубом і партнерами?

11. Як варіюються стратегії комунікації залежно від статусу спонсора (генеральний спонсор, технічний партнер, локальний спонсор)?

12. Які методи кількісної та якісної оцінки використовуються для аналізу ефективності комунікаційних стратегій зі спонсорами?

13. Поясніть вплив антикризового комунікаційного планування на збереження партнерських відносин у випадку репутаційних втрат клубу?

14. Яким чином соціально-психологічний клімат команди впливає на комунікаційну взаємодію між спортсменами?

15. Як комунікаційні бар'єри можуть впливати на ефективність тренувального процесу та як їх мінімізувати?

16. Які особливості має комунікація в міжнародних спортивних командах з багатонаціональним складом?

17. Як структуровані комунікаційні потоки впливають на процес прийняття рішень у спортивній організації?

18. Яким чином зміни в керівному складі команди можуть вплинути на внутрішньокомандні комунікації?

19. Як впровадження сучасних цифрових інструментів (наприклад, CRM-систем) змінює підходи до комунікації у спортивному клубі?

20. Які методи фасилітації можна використовувати для підвищення ефективності внутрішньокомандного діалогу?

Тести

1. Яким чином комунікативний стиль тренера впливає на згуртованість команди у професійному спорті?

- а) виключно через інструктажі та накази;
- б) через формування взаємодовіри та командної підтримки;
- в) лише через жорстку дисципліну.

2. Яка модель комунікації найкраще описує взаємодію між гравцем і тренером під час матчу?

- а) одностороння модель (передача інструкцій);
- б) інтерактивна модель (зворотний зв'язок у реальному часі);
- в) модель масової комунікації.

3. *Як емоційний інтелект тренера впливає на командну динаміку?*

- а) підвищує здатність адаптуватися до змін;
- б) зменшує можливість прояву лідерських якостей у гравців;
- в) сприяє формалізації спілкування.

4. *Який метод комунікації вважається найефективнішим для передачі тактичних установок під час гри?*

- а) короткі невербальні сигнали;
- б) детальні пояснення у перерві;
- в) письмові інструкції.

5. *У чому полягає особливість комунікації у спортивних клубах із міжнародним складом гравців?*

- а) використання єдиної офіційної мови;
- б) необхідність урахування культурних особливостей;
- в) формування уніфікованої тактики.

6. *Як побудова комунікаційної стратегії впливає на тривалість партнерських відносин у спортивній організації?*

- а) забезпечує миттєвий результат;
- б) підвищує лояльність партнерів завдяки прозорості;
- в) зменшує потребу в регулярному звітуванні.

7. *Чим відрізняється комунікація зі стратегічними партнерами від взаємодії з локальними спонсорами?*

- а) глобальним охопленням комунікаційних каналів;
- б) прямою залежністю від результатів команди;
- в) більшим обсягом документації.

8. *Яка форма зворотного зв'язку з партнерами є найбільш результативною у професійному спорті?*

- а) регулярні презентації звітів;
- б) соціальні опитування вболівальників;
- в) особисті зустрічі з аналітичними даними.

9. *Як правильно формувати комерційну пропозицію для спонсора?*

- а) описати лише іміджеві переваги;
- б) включити аналітику аудиторії та рентабельність інвестицій;
- в) запропонувати максимальну кількість варіантів співпраці.

10. *Який підхід до кризової комунікації з партнерами дозволяє зберегти імідж спортивної команди?*

- а) замовчування проблем;
- б) відкрите інформування з поясненням ситуації;
- в) агресивна відповідь на критику.

11. *Як правильно вибудовувати комунікацію у спортивній команді під час невдалого сезону?*

- а) збільшити інтенсивність тренувань без обговорень;
- б) забезпечити підтримку та спільний аналіз помилок;

в) звинувачувати окремих гравців.

12. *Які інструменти комунікації найчастіше застосовуються для підтримання мотивації гравців у кризові періоди?*

а) психологічні тренінги та командні обговорення;

б) заміна основного складу;

в) публічне розміщення показників гравців.

13. *Чому важливо впроваджувати комунікаційні тренінги для спортивного персоналу?*

а) для покращення фізичної витривалості;

б) для підвищення професійної комунікативної компетентності;

в) для покращення маркетингової стратегії.

14. *Які комунікативні бар'єри можуть виникнути у міжнародній спортивній команді?*

а) лінгвістичні та культурні;

б) виключно мовні;

в) технічні проблеми з обладнанням.

15. *Як організувати внутрішні комунікації для забезпечення єдності команди?*

а) регулярні командні збори та психологічна підтримка;

б) використання письмових звітів;

в) заборона неформального спілкування.

16. *Яка роль капітана команди у внутрішньому комунікаційному процесі?*

а) мотивація та передача тренерських настанов;

б) лише контроль виконання вправ;

в) виключно адміністративна підтримка.

17. *Який чинник комунікації може стати рушієм конфліктів у команді?*

а) недостатність зворотного зв'язку;

б) активне залучення гравців у планування;

в) чітко сформульовані цілі.

18. *Як сучасні технології впливають на комунікацію між спортивними менеджерами та гравцями?*

а) полегшують аналіз даних та надання рекомендацій;

б) знижують ефективність обміну інформацією;

в) заміщують особисті зустрічі.

19. *Яка стратегія комунікації допомагає зберегти мотивацію після поразки?*

а) фокус на позитивних моментах;

б) ігнорування проблем;

в) підвищення вимог до гравців.

20. *Як залучення спортивних психологів впливає на комунікативні процеси в команді?*

а) покращує емоційний клімат та взаєморозуміння;

б) знижує рівень відповідальності тренера;

в) створює конкуренцію між гравцями.

Завдання для самостійної роботи

Завдання 1. Підготуйте кейс-стаді про успішне партнерство спортивного клубу з міжнародною компанією, зосередивши увагу на комунікаційній стратегії.

Приклад виконання завдання:

Тема: Підготовка кейс-стаді про успішне партнерство спортивного клубу з міжнародною компанією, зосередивши увагу на комунікаційній стратегії.

Мета: Дослідження прикладу співпраці спортивного клубу з відомим міжнародним брендом, акцентуючи увагу на комунікаційних інструментах і методах, що сприяли успіху партнерства.

Основні етапи роботи:

1. Вибір кейсу:

Оберіть спортивний клуб і міжнародну компанію, партнерство яких є успішним та має публічне висвітлення.

Поясніть, чому обрали саме цей приклад.

Аналіз партнерства:

1. Опишіть основні аспекти співпраці – мету, тривалість і формат.

2. Укажіть комунікаційні цілі, які ставилися перед клубом та компанією.

Комунікаційна стратегія:

1. Охарактеризуйте інструменти комунікації (соціальні мережі, пресрелізи, заходи тощо).

2. Поясніть, як бренди клубу та компанії були інтегровані в комунікаційні матеріали.

3. Наведіть приклади спільних активацій (конкурси, флешмоби, спеціальні проекти).

Оцінка результатів:

1. Проаналізуйте досягнуті показники (охоплення, залученість, продажі тощо).

2. Оцініть вплив партнерства на репутацію та впізнаваність обох сторін.

Висновки та рекомендації:

1. Узагальніть основні чинники успіху кейсу.

2. Запропонуйте ідеї щодо подальшого розвитку співпраці.

Формат виконання завдання:

1. Презентація у форматі PDF (10-15 слайдів).

2. Включення інфографіки та візуальних прикладів активацій.

3. Коротке резюме (до 300 слів).

Критерії оцінювання:

-  глибина аналізу та логічність висновків;
-  якість візуального оформлення;
-  оригінальність та актуальність прикладу;
-  обґрунтованість рекомендацій.

Завдання 2. Дослідіть вплив різних стилів ділового спілкування на результативність спортивної команди.

Приклад виконання завдання:

Тема: Дослідження впливу різних стилів ділового спілкування на результативність спортивної команди.

Завдання:

1. Ознайомтеся з основними стилями ділового спілкування (авторитарний, демократичний, ліберальний).
2. Зберіть дані про вплив кожного з цих стилів на спортивні команди (наприклад, футбольні, баскетбольні або волейбольні).
3. Проведіть опитування серед тренерів і гравців про переваги та недоліки кожного стилю.

Проаналізуйте отримані результати та визначте, як кожен стиль впливає на:

- ✓ мотивацію гравців;
- ✓ командну згуртованість;
- ✓ рівень конфліктності;
- ✓ спортивні досягнення.

Форма виконання завдання: порівняльна таблиця, що містить такі стовпчики:

1. Стиль спілкування.
2. Переваги.
3. Недоліки.
4. Вплив на командну динаміку.
5. Вплив на результативність.

Додаткові вимоги:

- ✓ Таблиця повинна містити конкретні приклади з реальних команд.
- ✓ Висновок щодо оптимального стилю для досягнення високих результатів у спортивній діяльності.

Завдання 3. Розробіть детальну схему підготовки до переговорів зі спонсором, включаючи аналітичний етап і післяпереговорний аналіз.

Приклад виконання завдання:

Тема: Розробка схеми підготовки до переговорів зі спонсором.

Мета: Створення детальної схеми процесу підготовки до переговорів зі спонсором, що включає аналітичний етап, основні переговорні стратегії та післяпереговорний аналіз.

Етапи виконання завдання:

🚩 Аналітичний етап:

1. Здійсніть дослідження потенційного спонсора:
 - ✓ історія співпраці з іншими брендами та клубами;
 - ✓ фінансовий стан, стратегічні цілі та комерційні інтереси.
2. Оцініть цінність клубу та його аудиторії для спонсора:
 - ✓ демографічні показники та медіаохоплення;
 - ✓ соціальна відповідальність та репутація клубу.
3. Розробіть попередню пропозицію:
 - ✓ формати спонсорства (генеральний, титульний, технічний партнер

тощо).

- ✓ вигоди для спонсора та можливі ризики.

Етап підготовки до переговорів:

1. *Визначте цілі та позицію клубу:*

- ✓ основні пропозиції та гнучкі умови;
- ✓ альтернативні варіанти та компроміси.

2. *Сформууйте команду для переговорів:*

- ✓ розподіл ролей та відповідальності;
- ✓ аргументаційні лінії та можливі заперечення.

Проведення переговорів:

Вступна частина:

- ✓ Представлення клубу та ключових аргументів.

Обговорення умов:

- ✓ Спільний аналіз пропозиції.
- ✓ Виявлення точок дотику та протиріч.

Завершення переговорів:

- ✓ Узгодження основних моментів та підписання протоколу.

Післяпереговорний аналіз:

Оцініть результати:

- ✓ Досягнення цілей та відхилення.
- ✓ Виявлення сильних і слабких сторін переговорного процесу.

Підготовка звіту:

- ✓ Опис основних домовленостей і подальших кроків.
- ✓ Рекомендації щодо покращення комунікації в майбутньому.

Формат виконання завдання: презентація у форматі PDF, що містить покрокову схему підготовки до переговорів та аналіз результатів.

Додатково: інфографіка процесу переговорів та аналітичні таблиці.

Завдання 4. Розробіть аналітичну презентацію на тему комунікативних бар'єрів у роботі спортивного менеджера з тренером.

Приклад виконання завдання:

Тема: Розробка аналітичної презентації на тему комунікативних бар'єрів у роботі спортивного менеджера з тренером.

Мета: Створення структурованої презентації з аналізом основних комунікативних бар'єрів, що виникають у взаємодії спортивного менеджера з тренером, на основі реальних кейсів.

Завдання:

Теоретичний блок:

1. Дослідіть основні комунікативні бар'єри в спортивному менеджменті.
2. Опишіть типові проблеми комунікації між менеджером і тренером.

Аналіз кейсів:

1. Наведіть 3-4 реальні кейси, що ілюструють конфліктні або складні комунікативні ситуації.
2. Здійсніть аналіз кожного кейса, виділивши ключові причини комунікаційних проблем.

3. Зробіть висновки та запропонуйте можливі шляхи розв'язання.

Візуалізація:

1. Підготуйте інфографіку, що відображає основні типи бар'єрів та їх наслідки.

2. Додайте діаграми або схеми для наочного порівняння різних випадків.

Рекомендації:

✓ Запропонуйте комунікаційні стратегії для покращення співпраці між менеджером і тренером.

✓ Надайте рекомендації з урахуванням специфіки спортивного менеджменту.

Формат виконання завдання: PDF або PowerPoint.

Вимоги до презентації:

1. Кількість слайдів: 12-15.

2. Оформлення: мінімалістичний стиль, брендване під корпоративний дизайн.

Завдання 5. Розробіть план комунікаційної стратегії в умовах кризових ситуацій у спортивному клубі (наприклад, зміна тренера).

Приклад виконання завдання:

Тема: Розробка плану комунікаційної стратегії в умовах кризових ситуацій у спортивному клубі (на прикладі зміни тренера).

Мета: Створення комунікаційної стратегії для мінімізації негативних наслідків зміни тренера у спортивному клубі.

Структура завдання:

Аналіз ситуації:

1. Оцініть поточний стан комунікацій клубу та реакцію вболівальників на зміну тренера.

2. Визначте ключові виклики, пов'язані зі зміною тренера (наприклад, зниження довіри до керівництва, негативні коментарі в медіа тощо).

Цільова аудиторія:

1. Визначте основні групи аудиторії: вболівальники, гравці, спонсори, медіа, працівники клубу.

2. Проаналізуйте очікування кожної групи та можливі реакції.

Комунікаційні цілі:

1. Зберегти позитивний імідж клубу.

2. Мінімізувати негативні коментарі в соціальних мережах.

3. Залучити нову аудиторію завдяки оновленню команди.

Комунікаційна стратегія:

1. Розробіть ключові меседжі для кожної цільової групи.

2. Оберіть канали комунікації: офіційний сайт клубу, соціальні мережі, пресконференції, інтерв'ю з новим тренером.

3. Визначте форми взаємодії з медіа та вболівальниками (наприклад, відкриті тренування або зустріч з новим тренером).

План дій:

1. Підготовка офіційного пресрелізу.

2. Організація пресконференції з новим тренером.
3. Зйомка інтерв'ю та публікація на YouTube-каналі клубу.
4. Постійний моніторинг реакції в соціальних мережах та своєчасне реагування.

Оцінка ефективності:

1. Визначте КРІ для оцінки комунікаційної стратегії (наприклад, кількість згадок у медіа, тональність коментарів у соцмережах, охоплення публікацій).
2. Здійсніть аналіз після реалізації плану та підготуйте рекомендації для майбутніх кризових ситуацій.

Форма виконання завдання: розроблений план комунікаційної стратегії у вигляді презентації або текстового документа з акцентом на практичні дії та прогнозування можливих результатів.

Тема 4. Психологічні аспекти ділового спілкування у сфері фізичної культури і спорту

Мета вивчення теми: розвинути у студентів розуміння психологічних аспектів ділового спілкування в спортивній індустрії, зокрема: опанувати навички перцептивної комунікації через розвиток емоційного інтелекту та інтерпретацію невербальних сигналів, виявити основні фактори, що впливають на комунікаційні процеси в спортивних організаціях, засвоїти практичні підходи до ефективного ділового спілкування в контексті спортивної діяльності.

Питання для самостійного вивчення

1. Перцептивна складова комунікації: емоційний інтелект і розуміння невербальних сигналів.
2. Чинники впливу на комунікацію в спортивних організаціях.
3. Практичні аспекти ефективного ділового спілкування в спорті.

Ключові терміни та поняття: *перцепція, емоційний інтелект, невербальна комунікація, жестикуляція, міміка, тон голосу, активне слухання, соціальна компетентність, зчитування емоцій, психологічна гнучкість, інтерпретація емоційних сигналів, лідерство, ролі в команді, мотивація, конфліктна взаємодія, стереотипізація, бар'єри комунікації, гендерні аспекти комунікації, міжкультурні відмінності, психологічний клімат, формальна комунікація, неформальна комунікація, ділова етика, переговорні техніки, тайм-менеджмент у комунікації, управління конфліктами, медіація, психоемоційна підтримка, презентаційні навички.*

Методичні вказівки до вивчення теми

Вивчення *першого питання* необхідно розпочати з ознайомлення з поняттям перцепції в комунікації, що передбачає усвідомлення та

інтерпретацію емоційного стану співрозмовника.

Перцепція є складовою комунікаційного процесу, що включає сприйняття та розуміння особистісних характеристик інших людей, їх емоційних станів і намірів. Далі потрібно детально розглянути основні компоненти емоційного інтелекту, такі як емоційна обізнаність (усвідомлення власних емоцій), саморегуляція (контроль емоційних реакцій), емпатія (здатність відчувати емоційний стан інших) та соціальні навички (ефективна взаємодія з іншими).

Зверніть увагу на значення невербальних сигналів, які відіграють важливу роль у процесі комунікації. Невербальні прояви, такі як міміка, жести, поза, інтонація та дистанція, дозволяють більш точно зрозуміти емоційний стан співрозмовника. Наприклад, відкриті жести та доброзичлива міміка сприяють створенню позитивної атмосфери під час спілкування. Водночас закриті пози й різкі жести можуть свідчити про напруженість або конфлікт.

При опрацюванні цього питання важливо усвідомити, що ефективне ділове спілкування в спортивній індустрії вимагає високого рівня емоційного інтелекту та здатності інтерпретувати невербальні прояви, що сприяє кращому порозумінню в команді.

При опрацюванні *другого питання* необхідно розглянути ключові чинники, що впливають на ділове спілкування в спортивних організаціях.

Акцентувати увагу варто на організаційній культурі, яка визначає норми комунікації та взаємодії всередині колективу.

Важливо також розглянути роль лідера, адже стиль керівництва безпосередньо впливає на комунікативний клімат. Наприклад, демократичний стиль сприяє відкритості та активності учасників команди, тоді як авторитарний може викликати напруженість.

Передусім необхідно чітко усвідомити, що комунікація в спортивній індустрії залежить від рівня згуртованості колективу та здатності до адаптації в умовах динамічних змін.

Соціальні ролі учасників команди й конфліктні ситуації також можуть суттєво впливати на якість комунікації.

Окрім того, потрібно з'ясувати вплив стресових чинників, таких як високий рівень відповідальності або інтенсивний тренувальний процес, на спілкування та розглянути можливі шляхи їх подолання.

Розглядаючи *третьє питання*, необхідно відзначити, що практика ділового спілкування в спортивній індустрії передбачає акцентування уваги на використанні комунікативних стратегій, орієнтованих на підтримку позитивного клімату в команді. До таких стратегій належать активне слухання, конструктивний зворотний зв'язок та залучення учасників до колективного прийняття рішень.

Передусім необхідно виокремити найбільш характерні ознаки успішного ділового спілкування: відкритість, толерантність, професіоналізм і вміння вирішувати суперечливі питання в конструктивному форматі.

Зверніть увагу на роль тренера як фасилітатора комунікаційних процесів, що сприяє злагодженій роботі команди.

Ефективне управління конфліктами передбачає виявлення причин

непорозуміння, аналіз позицій сторін і пошук компромісних рішень.

Практичне засвоєння теми передбачає участь у рольових іграх, аналіз конкретних ситуацій та обговорення кейсів. Це дозволить глибше зрозуміти особливості комунікації у спортивному середовищі та набути навичок ефективного спілкування.

Питання для самоконтролю

1. Що таке емоційний інтелект? Чому він важливий у діловому спілкуванні в спортивній індустрії?
2. Які компоненти формують емоційний інтелект?
3. Як емоційний інтелект впливає на взаємодію між тренером і спортсменом?
4. Які основні невербальні сигнали можна використовувати для визначення емоційного стану співрозмовника?
5. Як розпізнати емоційне напруження за невербальними проявами під час ділового спілкування?
6. Які стратегії можна використовувати для керування власними емоціями у стресових ситуаціях?
7. Чому важливо враховувати культурні особливості при інтерпретації невербальної комунікації в спорті?
8. Окресліть основні чинники, що впливають на ефективність комунікації у спортивних колективах.
9. Як комунікаційні бар'єри можуть вплинути на результативність спортивної команди?
10. Які особливості має ділове спілкування між керівником спортивної організації та тренерським штабом?
11. Як впливає соціальний статус учасників на якість комунікації у спортивному середовищі?
12. Які чинники можуть ускладнювати комунікацію між представниками різних вікових груп у спортивній індустрії?
13. Як спортивна культура впливає на комунікаційні процеси в клубах різних країн?
14. Які методи можна застосовувати для подолання комунікаційних конфліктів у спортивному колективі?
15. Яких основних правил необхідно дотримуватися під час переговорів зі спонсорами у спортивній сфері?
16. Які техніки активного слухання допомагають поліпшити взаєморозуміння між партнерами у спорті?
17. Як комунікативна компетентність керівника впливає на мотивацію спортсменів?
18. Які особливості має комунікація під час публічних виступів спортивних функціонерів?
19. Як використовувати зворотний зв'язок для підтримки ефективної комунікації в спортивному колективі?

20. Які комунікативні техніки можуть підвищити лояльність уболівальників до спортивного клубу?

Тести

1. *Що таке емоційний інтелект?*

- а) здатність керувати своїми емоціями та розуміти емоції інших;
- б) уміння впливати на рішення інших людей;
- в) розвиток фізичних здібностей;
- г) здатність аналізувати статистичні дані.

2. *Який із компонентів емоційного інтелекту передбачає саморегуляцію?*

- а) самоусвідомлення;
- б) мотивація;
- в) емпатія;
- г) управління емоціями.

3. *Яке значення мають невербальні сигнали в діловому спілкуванні в спорті?*

- а) передають емоції та настрій;
- б) показують фізичний стан спортсмена;
- в) демонструють соціальний статус;
- г) не мають значення.

4. *Що означає термін «контакт очей» у діловому спілкуванні?*

- а) виявлення зацікавленості та поваги;
- б) оцінка фізичної форми;
- в) демонстрація влади;
- г) ігнорування співрозмовника.

5. *Який жест найчастіше асоціюється з відкритістю в комунікації?*

- а) схрещені руки;
- б) усмішка;
- в) опущений погляд;
- г) зчеплені пальці.

6. *Який чинник найбільше впливає на комунікацію в спортивній команді?*

- а) лідерство;
- б) фізична підготовка;
- в) погодні умови;
- г) економічний стан.

7. *Який з цих чинників може знижувати ефективність комунікації у спортивній організації?*

- а) конфлікти;
- б) мотивація;
- в) соціальна підтримка;
- г) спільна мета.

8. *Як культурні особливості впливають на ділове спілкування у спорті?*

- а) можуть призвести до непорозумінь;
- б) завжди забезпечують ефективну комунікацію;

- в) не мають значення;
- г) виключно сприяють порозумінню.

9. Який підхід сприяє налагодженню комунікації у багатонаціональній команді?

- а) ігнорування культурних відмінностей;
- б) залучення культурних посередників;
- в) нав'язування єдиного стилю спілкування;
- г) відмова від ділового спілкування.

10. Яка стратегія допомагає уникнути комунікаційних бар'єрів у команді?

- а) активне слухання;
- б) ігнорування думок колег;
- в) розподіл завдань без пояснень;
- г) одноособове прийняття рішень.

11. Який принцип комунікації є основним для тренера при роботі з командою?

- а) зворотний зв'язок;
- б) одностороннє інформування;
- в) уникання конфліктів;
- г) ігнорування емоцій гравців.

12. Що допомагає поліпшенню мотивації спортсменів під час спілкування?

- а) підтримка та похвала;
- б) критика на публіці;
- в) ігнорування результатів;
- г) нав'язування власної думки.

13. Який формат комунікації сприяє оперативному вирішенню проблем у команді?

- а) командна нарада;
- б) одностороння доповідь;
- в) листування;
- г) соціальні мережі.

14. Чого необхідно уникати при комунікації з партнерами спортивної організації?

- а) недооцінка їхнього внеску;
- б) прозорість у спілкуванні;
- в) підтримка зв'язку;
- г) взаємна повага.

15. Яка комунікативна стратегія сприяє побудові довготривалих партнерських відносин?

- а) довіра та взаємна підтримка;
- б) ігнорування зобов'язань;
- в) односторонні вимоги;
- г) формальна співпраця.

16. Яка модель комунікації є найефективнішою в спортивній команді?

- а) діалог;
- б) монолог;
- в) наказовий стиль;
- г) письмове інформування.

17. Який елемент комунікації важливий для підтримання командного духу?

- а) взаємна підтримка;
- б) жорстка критика;
- в) ізоляція окремих гравців;
- г) домінування лідера.

18. Як уникнути конфліктів у діловому спілкуванні?

- а) проявляти емпатію;
- б) ігнорувати думку опонента;
- в) дотримуватися суворої ієрархії;
- г) уникати зворотного зв'язку.

19. Що є основою конструктивного діалогу?

- а) активне слухання;
- б) перебивання співрозмовника;
- в) односторонні вказівки;
- г) критика особистих якостей.

20. Який підхід сприяє підтримці позитивного мікроклімату в спортивній організації?

- а) колективне прийняття рішень;
- б) ігнорування проблем;
- в) жорстка дисципліна;
- г) особисті амбіції.

Завдання для самостійної роботи

Завдання 1. Розробіть план тренінгу з розвитку емоційного інтелекту для спортивних менеджерів.

Приклад виконання завдання:

Тема: Розробка плану тренінгу з розвитку емоційного інтелекту для спортивних менеджерів.

Мета: Розробка структурованого та ефективного плану тренінгу, спрямованого на підвищення рівня емоційного інтелекту в спортивних менеджерів.

Вимоги до виконання завдання:

Цільова аудиторія: спортивні менеджери, тренери, керівники спортивних клубів.

Цілі тренінгу:

1. Підвищення обізнаності щодо емоційного інтелекту.
2. Формування навичок емоційного самоконтролю та мотивації.
3. Поліпшення комунікативних навичок та управління конфліктами.

Структура плану тренінгу:

1. Вступ (актуальність теми, мета тренінгу, очікувані результати).

Основні блоки тренінгу:

1. Теоретичний блок (визначення, складові емоційного інтелекту).

2. Практичний блок (вправи на розвиток саморегуляції та емоційної стійкості).

3. Інтерактивний блок (рольові ігри, кейс-стаді, обговорення реальних ситуацій).

4. Заклучна частина (рефлексія, зворотний зв'язок).

Методи та інструменти:

1. Лекції з мультимедійними презентаціями.

2. Групові дискусії та аналіз кейсів.

3. Психологічні тести та самооцінка.

4. Практичні вправи на емоційну стійкість.

Очікувані результати:

1. Учасники тренінгу навчаться краще усвідомлювати та контролювати власні емоції.

2. Здобудуть навички ефективного спілкування та роботи з командою.

3. Отримують рекомендації для подальшого розвитку емоційного інтелекту.

Форма виконання завдання:

✓ Презентація плану тренінгу (слайдова презентація).

✓ Короткий опис теоретичних основ (2-3 сторінки).

✓ Перелік практичних вправ із методичними рекомендаціями.

Завдання 2. Проаналізуйте реальну ситуацію комунікаційного конфлікту в спортивній організації та запропонуйте шляхи його вирішення.

Приклад виконання завдання:

Тема: Аналіз комунікаційного конфлікту в спортивній організації.

Завдання: Вибір та дослідження реального прикладу комунікаційного конфлікту, що виник у спортивній організації (наприклад, між гравцями, тренерським штабом, керівництвом або вболівальниками).

Опишіть ситуацію:

1. Які сторони брали участь у конфлікті?

2. Які були причини та передумови конфлікту?

3. Як конфлікт вплинув на діяльність організації або її імідж?

4. Проаналізуйте комунікаційні бар'єри, які могли спричинити конфлікт (наприклад, культурні, мовні, управлінські чи психологічні аспекти).

5. Запропонуйте шляхи вирішення конфлікту, зважаючи на специфіку спортивної організації:

✓ Які комунікаційні стратегії можна застосувати?

✓ Як поліпшити комунікацію між сторонами на майбутнє?

✓ Які уроки можна винести з цього випадку для попередження подібних конфліктів?

Рекомендації:

1. Використовуйте теоретичні підходи до управління конфліктами.

2. Проаналізуйте досвід інших спортивних організацій у подібних ситуаціях.

3. Підготуйте висновки та пропозиції у вигляді короткої презентації або письмового звіту (2-3 сторінки).

Завдання 3. Здійсніть аналіз випадку (case-study), де ділове спілкування сприяло або перешкоджало успіху спортивного проєкту.

Приклад виконання завдання:

Тема: Аналіз випадку ділового спілкування в спортивному проєкті.

Завдання:

1. Оберіть реальний або віртуальний спортивний проєкт (наприклад, організація турніру, партнерська угода, комунікація з уболівальниками тощо).

2. Опишіть ситуацію, в якій ділове спілкування стало ключовим чинником успіху або перешкодою на шляху до досягнення цілей.

3. *Здійсніть аналіз:*

✓ Які форми ділового спілкування використовувались (переговори, презентації, звітність)?

✓ Які основні помилки або вдалі стратегії комунікації можна виокремити?

✓ Як можна було поліпшити комунікацію для досягнення кращих результатів?

4. Зробіть висновки щодо ролі ділового спілкування у спортивних проєктах.

5. Підготуйте презентацію з основними висновками та рекомендаціями.

Форма виконання завдання: PDF-документ і презентація (PowerPoint або аналог). Обсяг роботи – 3-5 сторінок тексту та 5-7 слайдів презентації.

Завдання 4. Розробіть презентацію з порадами для тренерів з ефективного ділового спілкування в конфліктних ситуаціях.

Приклад виконання завдання:

Тема: Розробка презентації з порадами для тренерів з ефективного ділового спілкування у конфліктних ситуаціях.

Мета: Підготовка візуально привабливої та інформативної презентації, що допоможе тренерам навчити спортсменів і персонал клубу ефективно комунікувати у стресових і конфліктних ситуаціях.

Завдання:

Дослідження теми:

1. Зберіть інформацію про методи ефективного ділового спілкування у конфліктних ситуаціях.

2. Проаналізуйте кращі практики комунікації в спортивних командах.

Структура презентації:

1. Вступ (актуальність теми та мета презентації).

2. Основні принципи ділового спілкування в конфліктних ситуаціях.

3. Практичні поради для тренерів (із прикладами).

4. Рекомендації щодо побудови комунікаційної стратегії в команді.

5. Висновки та поради для впровадження на практиці.

Візуальне оформлення:

- ✓ Дотримання брендбуку клубу (кольори, шрифти, логотип).
- ✓ Використання інфографіки та ілюстрацій для кращого сприйняття.
- ✓ Лаконічність тексту та акценти на ключових ідеях.

Презентація:

- ✓ Створіть слайди з урахуванням балансу між текстом і графікою.
- ✓ Доповніть цитатами або прикладами з реального життя.
- ✓ Підготуйте короткі тези для усного супроводження презентації.

Критерії оцінювання:

- + змістовність та актуальність матеріалу;
- + візуальна привабливість та відповідність брендбуку;
- + практичність порад і зрозумілість викладу;
- + дотримання структури та логічність подачі.

Завдання 5. Створіть комунікаційну стратегію для спортивного заходу з урахуванням різних цільових аудиторій.

Приклад виконання завдання:

Тема: Розробка комунікаційної стратегії для спортивного заходу.

Завдання: Створення комунікаційної стратегії для спортивного заходу (наприклад, футбольного турніру), яка враховує різні цільові аудиторії.

Ключові аспекти:

Аналіз цільової аудиторії:

1. Ідентифікуйте основні групи цільової аудиторії (вболівальники, партнери, медіа, місцева громада тощо).

2. Опишіть потреби, інтереси та очікування кожної групи.

Цілі комунікації: Визначте основні комунікаційні цілі заходу (підвищення впізнаваності, залучення глядачів, зміцнення іміджу тощо).

Комунікаційні канали: Оберіть ефективні канали комунікації для кожної цільової групи (соціальні мережі, ЗМІ, офіційний сайт, email-розсилки, зовнішня реклама).

Ключові повідомлення: розробіть меседжі, що відповідають інтересам кожної аудиторії.

План реалізації:

- ✓ Складіть поетапний план реалізації комунікаційної стратегії.
- ✓ Розподіліть відповідальність між учасниками команди.

Оцінка ефективності: Запропонуйте методи оцінки результатів комунікації (аналітика соцмереж, опитування, кількість згадок у ЗМІ тощо).

Форма виконання завдання: Готова комунікаційна стратегія у вигляді презентації або текстового документа (оптимальний обсяг – до 12 слайдів/сторінок), що містить детальний план дій для кожної аудиторії.

Тема 5. Стратегії та тактики усного ділового спілкування в професійному середовищі

Мета вивчення теми: ознайомитися із засадами усного ділового спілкування; розглянути стратегії усного ділового спілкування в різних контекстах; набути навичок усного ділового спілкування в професійному середовищі з подальшим аналізом їх ефективності.

Питання для самостійного вивчення

1. Теоретичні засади усного ділового спілкування.
2. Стратегії усного ділового спілкування в різних контекстах.
3. Практичне застосування стратегій та аналіз ефективності.

Ключові терміни та поняття: *ділове спілкування, комунікаційний процес, усна комунікація, вербальна комунікація, невербальна комунікація, комунікативна компетентність, комунікативна стратегія, комунікативна тактика, мовленнєвий етикет, канали комунікації, комунікативний бар'єр, активне слухання, інтерактивність спілкування, стратегія співпраці, стратегія конфліктного спілкування, стратегія переговорів, маніпулятивна стратегія, стратегія впливу, тактика аргументації, тактика переконання, тактика уникнення, тактика підтримки контакту, презентаційна стратегія, дискусійна стратегія, емпатійне спілкування, ефективність комунікації, аналіз комунікативних стратегій, ораторське мистецтво, риторичні прийоми, публічний виступ, модерація обговорення, фасилітація, планування комунікативного процесу.*

Методичні вказівки до вивчення теми

Вивчення *першого питання* необхідно розпочати з ознайомлення з основними поняттями усного ділового спілкування.

Ділове спілкування – це процес обміну інформацією між професіоналами, що спрямований на досягнення певної мети.

Зверніть увагу на такі основні характеристики: формальність, лаконічність, чіткість та логічність висловлювань.

Далі потрібно детально розглянути основні принципи усного ділового спілкування: принцип толерантності, принцип конструктивності та принцип результативності.

Акцентуйте увагу на важливості дотримання норм професійної етики та культури мови.

Окрім того, потрібно розглянути особливості комунікативної поведінки в різних професійних контекстах, зокрема в управлінській, освітній та комерційній сферах.

При опрацюванні *другого питання* необхідно ознайомитися з різноманітними стратегіями усного ділового спілкування. Та розглянути їх

сутнісні характеристики. Передусім необхідно чітко усвідомити різницю між стратегіями впливу, співпраці та захисту інтересів.

Важливо визначити особливості застосування цих стратегій у контексті ділових переговорів, презентацій та нарад.

Акцентуйте увагу на адаптації комунікативних стратегій залежно від соціально-культурних та професійних особливостей аудиторії та визначте найбільш характерні ознаки ефективних стратегій: аргументованість, структурованість та емоційна стабільність.

Для успішного опанування *третього питання* потрібно детально розібрати практичне використання стратегій усного ділового спілкування. Для цього необхідно здійснити моделювання ситуацій ділового діалогу та аналіз реальних комунікативних кейсів.

При оцінці ефективності комунікативних стратегій важливо розглянути результати досягнення комунікативної мети, рівень взаєморозуміння між учасниками та відповідність обраної стратегії конкретній ситуації.

Зверніть увагу на методи зворотного зв'язку як індикатор успішності комунікації.

Питання для самоконтролю

1. Що таке усне ділове спілкування? Які його основні характеристики?
2. Окресліть функції усного ділового спілкування у професійному середовищі.
3. Перелічіть основні принципи ефективного усного ділового спілкування.
4. Назвіть та охарактеризуйте види усного ділового спілкування.
5. Поясніть різницю між формальним і неформальним усним діловим спілкуванням.
6. Як впливає культура на стратегії усного ділового спілкування?
7. Які етичні норми потрібно враховувати при усному діловому спілкуванні?
8. Які основні стратегії усного ділового спілкування використовуються в переговорах?
9. Які особливості застосування стратегій ділового спілкування в конфліктних ситуаціях?
10. Які тактики потрібно використовувати для переконання співрозмовника у професійному контексті?
11. Як обрати стратегію ділового спілкування залежно від статусу співрозмовника?
12. У чому полягає стратегія активного слухання, і як вона впливає на ефективність ділового діалогу?
13. Як побудувати комунікаційну стратегію при виступі перед великою аудиторією?
14. Які стратегії використовуються при веденні телефонних переговорів?
15. Які методи оцінки ефективності усного ділового спілкування існують?

16. Як аналізувати ефективність переговорів в контексті комунікативних стратегій?

17. Які показники свідчать про успішність ділової презентації?

18. Як адаптувати комунікаційні стратегії до змінних обставин у професійному середовищі?

19. Які помилки найчастіше виникають при реалізації стратегій усного ділового спілкування?

20. Як можна поліпшити навички усного ділового спілкування на основі зворотного зв'язку?

Тести

1. *Яке з наведених визначень найточніше відображає поняття усного ділового спілкування?*

- а) обмін письмовими повідомленнями;
- б) процес комунікації в професійному середовищі за допомогою усного мовлення;
- в) обговорення особистих питань на робочому місці.

2. *Яка з наведених характеристик є основною для усного ділового спілкування?*

- а) легковажність;
- б) лаконічність;
- в) емоційність.

3. *Що є основною метою усного ділового спілкування?*

- а) формування особистих зв'язків;
- б) передача професійної інформації та забезпечення ефективної взаємодії;
- в) організація дозвілля.

4. *Який основний принцип ділового спілкування?*

- а) емпатія;
- б) ієрархія;
- в) конкуренція.

5. *Що є ключовим чинником при виборі форми ділового спілкування?*

- а) мета комунікації;
- б) особисті вподобання;
- в) технічне оснащення.

6. *Яка стратегія є найбільш доречною під час переговорів із партнерами?*

- а) конфронтаційна;
- б) компромісна;
- в) ігнорування.

7. *Яка стратегія передбачає досягнення власних цілей за будь-яку ціну?*

- а) конкурентна;
- б) співробітництва;
- в) уникнення.

8. *У яких випадках доцільно використовувати стратегію уникнення?*

- а) під час вирішення складних конфліктів;

- б) якщо питання незначне або не стосується основної діяльності;
- в) коли необхідно домогтися своєї точки зору будь-яким способом.

9. Яка стратегія найбільш ефективна при колективному прийнятті рішень?

- а) домінування;
- б) співробітництва;
- в) ігнорування.

10. Який стиль спілкування вважається найефективнішим у діловому середовищі?

- а) авторитарний;
- б) демократичний;
- в) маніпулятивний.

11. Як оцінити ефективність обраної стратегії усного ділового спілкування?

- а) за емоційною реакцією учасників;
- б) за досягненням поставленої мети;
- в) за кількістю залучених осіб.

12. Який чинник є вирішальним при виборі стратегії ділового спілкування?

- а) емоційний стан спікера;
- б) контекст та мета спілкування;
- в) позиція керівництва.

13. Що свідчить про успішне використання стратегії співробітництва?

- а) поява нових конфліктів;
- б) взаємне задоволення сторін результатом;
- в) ухилення від обговорення.

14. Який показник свідчить про невдалий вибір стратегії спілкування?

- а) зростання ефективності;
- б) погіршення взаєморозуміння;
- в) досягнення компромісу.

15. Яка стратегія найбільш підходить для уникнення ескалації конфлікту?

- а) уникнення;
- б) конкурентна;
- в) співробітництва.

16. Як краще взаємодіяти з колегами в конфліктній ситуації?

- а) залишити ситуацію без уваги;
- б) відверто обговорити проблему;
- в) застосувати агресію.

17. Що є ключовим при використанні тактики активного слухання?

- а) ігнорування деталей;
- б) зворотний зв'язок;
- в) монолог.

18. Який результат свідчить про ефективне ділове спілкування?

- а) відсутність результату;

б) досягнення домовленостей;

в) поява нових конфліктів.

19. Яка стратегія найкраще підходить для презентації ідей?

а) конкурентна;

б) переконання;

в) захисна.

20. Який метод є найбільш ефективним для підвищення взаєморозуміння в команді?

а) ігнорування;

б) спільне обговорення;

в) домінування.

Завдання для самостійної роботи

Завдання 1. Розробіть пам'ятку з рекомендаціями для молодих фахівців щодо використання стратегій усного ділового спілкування з прикладами конкретних ситуацій.

Приклад виконання завдання:

Тема: Розробка пам'ятки з рекомендаціями для молодих фахівців щодо використання стратегій усного ділового спілкування.

Мета: Підготовка пам'ятки, яка міститиме основні рекомендації з використання стратегій усного ділового спілкування, що допоможуть молодим фахівцям ефективно взаємодіяти в професійному середовищі.

Завдання:

✓ **Теоретична частина:**

1. Коротко опишіть основні стратегії усного ділового спілкування (наприклад, переконання, аргументація, активне слухання).

2. Окресліть принципи ефективної комунікації (чіткість, лаконічність, доброзичливість тощо).

✓ **Практична частина:**

1. Наведіть приклади конкретних ситуацій ділового спілкування:

✓ Презентація проєкту перед колегами.

✓ Ділова нарада з обговоренням результатів роботи.

✓ Відповідь на критику або зауваження керівника.

✓ Поясніть, які стратегії та прийоми варто використовувати в кожній ситуації.

Візуальна складова:

✓ Структуруйте пам'ятку у вигляді коротких блоків або списків.

✓ Додайте інфографіку або схеми для візуалізації стратегій.

Формат виконання завдання: документ у форматі PDF (оптимальний обсяг – 2-3 сторінки) або презентація (оптимальний обсяг – 12 слайдів).

Критерії оцінювання:

✚ змістовність і структурованість матеріалу;

✚ відповідність рекомендацій конкретним діловим ситуаціям;

✚ візуальна привабливість та інформативність пам'ятки.

Завдання 2. Розробіть інтерактивний тест на виявлення комунікативних навичок і стратегій у діловому спілкуванні з прикладами типових відповідей.

Приклад виконання завдання:

Тема: Розробка інтерактивного тесту на виявлення комунікативних навичок і стратегій у діловому спілкуванні.

Мета: Створення інструменту для оцінювання комунікативних навичок співробітників у діловому контексті, з можливістю надання рекомендацій на основі результатів.

Завдання:

Аналіз потреб:

1. Дослідіть типові комунікативні навички в діловому середовищі (переговори, презентації, обговорення конфліктних ситуацій).
2. Виділіть основні комунікативні стратегії (активне слухання, аргументація, побудова конструктивного діалогу).

Розробка структури тесту:

1. Підготуйте 10-15 питань із варіантами відповідей (4-5 варіантів на кожне питання).
2. Розділіть тест на тематичні блоки:
 - ✓ Навички активного слухання.
 - ✓ Стратегії ведення переговорів.
 - ✓ Управління конфліктами.
 - ✓ Ефективна презентація та аргументація.

Приклади типових питань:

Навички активного слухання:

Як ви реагуєте на незгоду співрозмовника?

- а) ігнорую;
- б) слухаю та намагаюся зрозуміти точку зору;
- в) змінюю тему;
- г) перебиваю співрозмовника та висловлюю свою думку.

Стратегії ведення переговорів:

Що ви робите, якщо пропозиція партнера вам не підходить?

- а) категорично відмовляюся;
- б) пропоную альтернативний варіант;
- в) приймаю, щоб уникнути конфлікту;
- г) висловлюю незгоду без пояснень.

Інтерактивність:

3. Оформіть тест у вигляді веб-додатка або інтерактивної презентації.

4. Передбачте автоматичне оцінювання з коментарями щодо результатів.

Рекомендації на основі результатів:

Надайте рекомендації з розвитку комунікативних навичок залежно від кількості набраних балів.

Очікуваний результат:

Готовий інтерактивний тест, який дозволяє швидко та ефективно оцінити комунікативні навички співробітників та надати рекомендації для їх поліпшення.

Завдання 3. Підготуйте рольову гру, в якій працівники використовують різні стратегії спілкування під час обговорення робочого проєкту. Зробіть аналіз комунікативних помилок.

Приклад виконання завдання:

Завдання: Підготуйте рольову гру, в якій працівники використовують різні стратегії спілкування під час обговорення робочого проєкту. Зробіть аналіз комунікативних помилок.

Мета: Розвиток навичок ефективного спілкування в команді та вміння аналізувати комунікативні помилки.

Інструкція:

1. Об'єднайтесь у групи по 4-5 осіб.
2. Розподіліть ролі:
 - ✓ Керівник проєкту (відповідальний за організацію та координування).
 - ✓ Креативний менеджер (пропонує нові ідеї).
 - ✓ Аналітик (аналізує ризики та пропонує альтернативи).
 - ✓ Фахівець із комунікацій (підтримує конструктивний діалог).
 - ✓ Скептик (критикує та ставить під сумнів запропоновані ідеї).

Ситуація:

Команда обговорює новий проєкт із поліпшення комунікації між відділами компанії. Необхідно запропонувати план дій, враховуючи різні підходи та стратегії спілкування.

Завдання:

1. Проведіть обговорення (10-15 хвилин).
2. Застосуйте різні комунікативні стратегії (активне слухання, аргументацію, переконання, компроміс тощо).
3. Після обговорення складіть список основних комунікативних помилок, що виникли під час діалогу.

Аналіз:

1. Визначте, які стратегії спрацювали найкраще, а які призвели до непорозумінь.
2. Зробіть висновки щодо того, як уникнути комунікативних помилок у майбутньому.

Критерії оцінювання:

- ✓ Різноманітність використаних комунікативних стратегій.
- ✓ Виявлення та аналіз помилок у комунікації.
- ✓ Аргументованість висновків та пропозицій.
- ✓ Активність і злагодженість команди.

Рекомендації:

1. Звертайте увагу на невербальну комунікацію (жести, міміка, інтонація).
2. Підтримуйте конструктивну критику, щоб уникнути конфліктів.
3. Використовуйте техніку парафразування для уточнення думок.

Завдання 4. Складіть діалог між керівником і підлеглим із використанням технік активного слухання. Додайте аналіз діалогу з точки зору ефективності.

Приклад виконання завдання:

Завдання: Підготуйте діалог між керівником і підлеглим, використовуючи техніки активного слухання. Діалог має містити не менше 10 реплік з обох сторін. Після кожної репліки додайте короткий коментар щодо використаної техніки активного слухання (наприклад, перефразування, уточнення, віддзеркалення емоцій).

Мета: Оцінка навичок використання технік активного слухання в професійному спілкуванні для підвищення ефективності комунікації та розвитку лідерських якостей.

Приклад діалогу:

Керівник:

- Доброго дня, Олено! Хотів би обговорити з тобою результати останнього проєкту. Як ти сама оцінюєш свою роботу?

(*Техніка:* Відкрите питання – сприяє активному залученню співрозмовника).

Підлегла:

- Доброго дня! Мені здається, що ми виконали план, але були деякі труднощі на етапі узгодження з клієнтом.

(*Техніка:* Саморефлексія – стимулює відкритість).

Керівник:

- Тобто ти вважаєш, що основна проблема була саме на етапі узгодження?

(*Техніка:* Уточнення – допомагає конкретизувати думку співрозмовника).

Підлегла:

- Так, було важко узгодити зміни в графіку.

(*Техніка:* Підтвердження – демонструє згоду та розуміння).

Керівник:

- Розумію, що ти відчувала стрес через це. Як ти думаєш, що можна було б зробити інакше?

(*Техніка:* Віддзеркалення емоцій – демонструє розуміння переживань).

Підлегла:

- Можливо, варто було б заздалегідь проговорити можливі затримки з клієнтом.

(*Техніка:* Рефлексія – пошук рішень на основі досвіду).

Аналіз діалогу:

У цьому діалозі керівник активно слухає підлеглу, ставить відкриті запитання, уточнює інформацію та демонструє емпатію. Це сприяє створенню довірчої атмосфери та мотивує підлеглу до саморефлексії. Такий підхід підвищує ефективність комунікації, адже працівник відчуває підтримку та готовність керівника вислухати й допомогти.

Критерії оцінювання:

-  використання не менше п'яти технік активного слухання;
-  логічна структура та послідовність діалогу;
-  адекватний аналіз комунікації з точки зору ефективності;
-  відображення емпатії та підтримки в комунікації.

Завдання 5. Здійсніть порівняльний аналіз стратегій переконання та маніпуляції в діловому спілкуванні. Узагальніть його результати та оформіть висновки у вигляді таблиці з прикладами застосування кожної стратегії.

Тема 6. Сучасні форми письмової та електронної комунікації

Мета вивчення теми: ознайомитися з теоретичними засадами письмової та електронної комунікації; розглянути практичні аспекти їх застосування в сучасному професійному середовищі; набуті навичок порівняльного аналізу письмових та електронних комунікаційних форм для ефективного використання у професійній діяльності.

Питання для самостійного вивчення

1. Теоретичні засади письмової та електронної комунікації.
2. Практичні аспекти застосування письмової та електронної комунікації.
3. Порівняльний аналіз письмової та електронної комунікації в сучасному професійному середовищі.

Ключові терміни та поняття: *комунікація, письмова комунікація, електронна комунікація, текстовий контент, комунікативна стратегія, мовна норма, лексика електронної комунікації, тональність повідомлення, жанр комунікації, електронний етикет, офіційна кореспонденція, неофіційне спілкування, медіаграмотність, інтерактивність, цифровий сленг, формалізація мови, гіпертекст, електронний документ, автентифікація, ефективність комунікації, швидкість передачі інформації, формальність стилю, архівування листування, протокол комунікації, дистанційність, конфіденційність, гібридні форми комунікації.*

Методичні вказівки до вивчення теми

Вивчення *першого питання* необхідно розпочати з ознайомлення з основними поняттями письмової та електронної комунікації.

Зверніть увагу на основні визначення, що характеризують ці форми комунікації, зокрема на поняття текстового повідомлення, електронного листа та цифрового документа.

Далі потрібно детально розглянути історичний розвиток письмової комунікації та її трансформацію в цифрову епоху. Передусім необхідно чітко усвідомити, що письмова комунікація передбачає створення текстів у фізичній (паперовій) або електронній (цифровій) формі з метою передачі інформації.

Зверніть увагу на характерні ознаки письмової та електронної комунікації: структурованість, наявність мовних норм, формальність викладу та використання електронних ресурсів. Необхідно виокремити найбільш характерні ознаки кожного типу комунікації та порівняти їх між собою.

При опрацюванні *другого питання* необхідно засвоїти основні види письмових та електронних документів: офіційно-ділові листи, електронні листи, звіти, меморандуми, повідомлення у месенджерах та ін.

Акцентуйте увагу на вимогах до складання електронних документів, включаючи правила оформлення, етикет електронного листування та використання цифрових підписів.

Важливо розглянути питання безпеки інформації в електронному спілкуванні, адже це передбачає акцентування уваги на захисті даних та особистої інформації.

Окрім того, потрібно приділити увагу використанню сучасних комунікаційних платформ та інструментів для створення письмових та електронних повідомлень.

Розглядаючи *третьє питання*, передусім необхідно чітко усвідомити, що письмова комунікація в традиційному форматі носить передусім офіційний характер, тоді як електронна комунікація часто поєднує формальні та неформальні елементи.

Необхідно виокремити найбільш характерні ознаки кожного виду комунікації у професійному середовищі та порівняти їх, акцентуючи увагу на таких параметрах, як швидкість передачі інформації, рівень формальності, можливість збереження та обробки даних.

Відзначте основні переваги й недоліки кожного з видів комунікації у контексті сучасних професійних відносин, що дозволить критично оцінити їх ефективність у різних робочих ситуаціях.

Питання для самоконтролю

1. Які основні характеристики письмової комунікації?
2. Чим відрізняється електронна комунікація від традиційної письмової?
3. Окресліть основні функції, які виконує письмова комунікація в професійному середовищі.
4. Перелічіть чинники, які впливають на ефективність письмової комунікації.
5. Назвіть основні види електронної комунікації та охарактеризуйте їх специфіку.
6. Які проблеми можуть виникати під час електронного листування?
7. Як впливають культурні аспекти на письмову та електронну комунікацію?
8. Які основні правила оформлення ділових електронних листів?
9. У чому полягає роль етикету в електронній комунікації?
10. Як впливає розвиток технологій на трансформацію письмової комунікації?
11. Які формати письмових документів найчастіше використовуються в діловій комунікації?
12. Як правильно структурувати діловий електронний лист?
13. Які помилки найчастіше трапляються в професійному електронному

листуванні?

14. Які інструменти сприяють оптимізації електронного спілкування на підприємстві?

15. Чому важливо дотримуватись офіційного стилю у письмовій та електронній комунікації?

16. Як забезпечити конфіденційність інформації в електронному листуванні?

17. Які програми та платформи використовуються для сучасної електронної комунікації?

18. Поясніть, як уникнути конфліктів у письмовій комунікації в робочих чатах та електронних листах?

19. Визначте основні переваги електронної комунікації порівняно з традиційною письмовою.

20. Які ризики пов'язані з електронною комунікацією порівняно з паперовою документацією?

Тести

1. *Яка основна мета письмової комунікації?*

- а) обмін невербальною інформацією;
- б) фіксація та передача інформації;
- в) усна передача повідомлення.

2. *Що з наведеного є формою електронної комунікації?*

- а) листівка;
- б) електронна пошта;
- в) телефонний дзвінок.

3. *Яка з перелічених характеристик притаманна письмовій комунікації?*

- а) миттєвість;
- б) тривале збереження інформації;
- в) інтерактивність.

4. *Який з аспектів є перевагою електронної комунікації?*

- а) довговічність;
- б) миттєва доставка;
- в) відсутність технічних вимог.

5. *Як називається документ, що регламентує ділову письмову комунікацію?*

- а) Закон України «Про захист персональних даних»;
- б) діловий етикет;
- в) стандарт корпоративного листування.

6. *Який формат найчастіше використовується для ділової електронної кореспонденції?*

- а) PDF;
- б) DOCX;
- в) E-mail.

7. *Що є важливим елементом структури електронного листа?*

- а) зображення;

- б) підпис;
- в) дата написання.

8. Який формат тексту є рекомендованим для офіційних письмових повідомлень?

- а) розмовний;
- б) офіційно-діловий;
- в) художній.

9. Як необхідно оформлювати електронний лист для міжнародного партнерства?

- а) державною мовою;
- б) англійською мовою або мовою партнера;
- в) не має значення.

10. Яка з наведених порад є актуальною при написанні електронного листа?

- а) використовувати багато емодзі;
- б) чіткість і лаконічність;
- в) переписування довгих цитат.

11. Яка перевага електронної комунікації над письмовою?

- а) захищеність;
- б) можливість миттєвого реагування;
- в) відсутність технічних збоїв.

12. Яка основна проблема електронної комунікації порівняно з письмовою?

- а) складність архівування;
- б) нестабільність зв'язку;
- в) небезпека витоку даних.

13. Що є спільним для письмової та електронної комунікації?

- а) використання вербальної форми;
- б) можливість інтерактивного спілкування;
- в) відсутність формальності.

14. Яка комунікація вважається більш формальною у професійному середовищі?

- а) письмова;
- б) електронна;
- в) усна.

15. Який з методів комунікації є більш доцільним для термінових повідомлень?

- а) листування на папері;
- б) електронна пошта;
- в) чат-месенджери.

17. Яке з указаних тверджень є правильним?

- а) електронна комунікація повністю витіснила письмову;
- б) письмова комунікація зберігає своє значення в офіційних питаннях;
- в) письмова комунікація використовується лише в побуті.

18. Яка структура характерна для ділового листа?

- а) заголовок, текст, підпис;

- б) привітання, основна частина, завершення;
- в) інтро (вступ), основний зміст листа, висновки.

19. Який з указаних документів є прикладом письмової комунікації?

- а) звіт про діяльність компанії;
- б) онлайн-чат у месенджері;
- в) відеоконференція.

20. Який принцип електронної комунікації важливий у професійному середовищі?

- а) інтерактивність;
- б) лаконічність та чіткість;
- в) анонімність.

Завдання для самостійної роботи

Завдання 1. Розробіть рекомендації для професіоналів з оптимального використання письмової та електронної комунікації.

Приклад виконання завдання:

Тема: Розробка рекомендацій з оптимального використання письмової та електронної комунікації для професіоналів.

Мета: Напрацювання рекомендацій, що сприятимуть ефективному використанню письмових та електронних засобів комунікації в професійному середовищі.

Завдання:

Аналіз існуючих практик:

1. Дослідіть сучасні тенденції в письмовій та електронній комунікації.
2. Визначте основні проблеми та виклики у використанні кожного виду комунікації.

Формування рекомендацій:

1. Розробіть поради з оптимального використання письмової комунікації (листи, звіти, документи).
2. Надайте рекомендації щодо ефективного використання електронної комунікації (електронна пошта, месенджери, платформи для спільної роботи).
3. Розробіть універсальні принципи вибору між письмовою та електронною комунікацією залежно від контексту.

Оформлення результатів:

1. Представте рекомендації у вигляді звіту (5-7 сторінок), що містить теоретичне обґрунтування та практичні приклади.
2. Підготуйте коротку презентацію (5 слайдів) з основними висновками та порадами.

Критерії оцінювання:

-  логічність та структурованість викладу;
-  глибина аналізу та актуальність рекомендацій;
-  практичність та чіткість викладених порад;
-  якість оформлення звіту та презентації.

Завдання 2. Кейс-стаді. Розробіть сценарій комунікаційної кризи через неправильне використання електронної пошти.

Приклад виконання завдання:

Завдання: Розробіть сценарій комунікаційної кризи, спричиненої неправильним використанням електронної пошти в компанії.

Опис ситуації: Менеджер з комунікацій випадково надіслав конфіденційну інформацію про новий продукт компанії на загальний список розсилки замість обмеженої групи топ-менеджерів. Інформація швидко поширилася в інтернеті, що призвело до негативної реакції з боку клієнтів і партнерів.

Завдання:

Аналіз ситуації:

1. Опишіть, які помилки призвели до виникнення кризи.
2. Оцініть потенційні наслідки для репутації компанії та довіри з боку клієнтів.

План дій:

1. Розробіть покроковий план реагування на кризу.
2. Визначте основних стейкхолдерів, яких потрібно проінформувати.
3. Сформуйте офіційну заяву компанії з вибаченням.

Комунікаційні канали:

1. Визначте, через які канали комунікації буде розповсюджена офіційна позиція компанії (соціальні мережі, пресреліз, електронна розсилка тощо).

Моніторинг та аналіз:

1. Запропонуйте методи моніторингу реакції громадськості після оприлюднення офіційної заяви.
2. Розробіть інструменти для оцінки ефективності комунікаційних заходів.

Попередження подібних криз:

- ✓ Запропонуйте заходи для попередження подібних помилок у майбутньому (тренінги, політики безпеки, подвійна перевірка адресатів).

Форма виконання завдання: Презентація або документ із детальним описом кожного етапу кризи та плану реагування. Додайте можливі варіанти розвитку подій та відповідні комунікаційні стратегії.

Завдання 3. Кейс-стаді. Розгляньте ситуацію неправильного використання електронної комунікації та надайте рекомендації щодо її оптимізації.

Приклад виконання завдання:

Кейс-стаді: Неправильне використання електронної комунікації.

Опис ситуації:

Компанія «Tech Solutions» впровадила нову систему електронної комунікації для внутрішнього спілкування співробітників. Основною метою було поліпшення взаємодії між відділами та оптимізація робочих процесів.

Однак через два місяці після впровадження система не виправдала очікувань:

✓ Співробітники регулярно отримують велику кількість некоректно адресованих листів.

✓ Збільшилася кількість дублювання інформації, що призводить до плутанини.

✓ Відділи витрачають більше часу на сортування листів і відповіді на повідомлення.

✓ Важливі повідомлення губляться серед неактуальної кореспонденції.

✓ Співробітники скаржаться на інформаційне перенавантаження.

Завдання:

Аналіз проблеми:

1. Визначте основні причини неправильного використання електронної комунікації в компанії.

2. Які наслідки це має для ефективності роботи співробітників?

Розробка рекомендацій:

1. Запропонуйте три основні шляхи оптимізації електронної комунікації.

2. Розробіть рекомендації для менеджменту щодо покращення комунікаційних практик.

3. Опишіть, як можна мінімізувати інформаційне перенавантаження.

Реалізація:

1. Складіть короткостроковий план дій для впровадження змін.

2. Укажіть, які ресурси та інструменти можуть знадобитися для реалізації запропонованих заходів.

Очікуваний результат:

✓ Поліпшення ефективності електронної комунікації, зменшення кількості дублювань інформації та скорочення часу на обробку повідомлень.

Завдання 4. Здійсніть опитування колег щодо переваг і недоліків кожного типу комунікації та представте результати у формі графіка.

Завдання:

Тема: Дослідження типів комунікації.

Мета: Ознайомлення з думкою колег щодо переваг і недоліків кожного типу комунікації (усна, письмова, електронна, невербальна) та наочне представлення результатів.

Етапи виконання:

1. Розробіть анкету для опитування колег, включивши питання про переваги та недоліки кожного типу комунікації.

2. Проведіть опитування серед колег із різних відділів.

3. Проаналізуйте отримані дані та виділіть ключові тенденції.

4. Представте результати у вигляді графіка (стовпчаста діаграма, діаграма Венна або кругова діаграма).

5. Підготуйте короткий висновок із основними спостереженнями та рекомендаціями.

Форма виконання завдання: Презентація або звіт з графіком та висновками.

Завдання 5. Надайте характеристику двох форматів комунікації (письмової та електронної) з точки зору конфіденційності.

Завдання: Порівняльна характеристика форматів комунікації з точки зору конфіденційності.

Мета: Аналіз різних форматів комунікації з точки зору захисту інформації та конфіденційності.

Інструкція:

1. Проаналізуйте два формати комунікації:

- ✓ Письмова комунікація (документи, листи тощо).
- ✓ Електронна комунікація (електронні листи, чати, месенджери).

2. Складіть порівняльну характеристику цих форматів, звертаючи увагу на такі аспекти:

- ✓ Ризики витоку інформації.
- ✓ Захищеність передавання даних.
- ✓ Можливість збереження та архівування.
- ✓ Доступ до інформації сторонніх осіб.

Результат оформіть у вигляді таблиці або текстового опису, чітко вказавши переваги й недоліки кожного формату з точки зору конфіденційності.

Критерії оцінювання:

- + повнота та обґрунтованість аналізу;
- + логічність структури порівняльної характеристики;
- + дотримання академічного стилю письма;
- + відповідність висновків фактичним даним.

Додатково: Наведіть приклади ситуацій, у яких один із форматів комунікації буде більш захищеним порівняно з іншим.

Тема 7. Міжнародна співпраця в спортивному бізнесі: основи та перспективи

Мета вивчення теми: розглянути особливості міжнародної співпраці в спортивному бізнесі; ознайомитися з основними принципами ефективної комунікації з іноземними партнерами; розвинути навички формування стратегій успішної співпраці на міжнародному спортивному ринку.

Питання, які виносяться на самостійне опрацювання

1. Основи міжнародної співпраці в спортивному бізнесі.
2. Ефективна комунікація з іноземними партнерами у сфері спорту.
3. Стратегії успішної співпраці на міжнародному спортивному ринку.

Ключові терміни та поняття: міжнародний бізнес, глобалізація, спортивна індустрія, міжнародний ринок, глобальні спортивні бренди, ліцензування, франчайзинг, партнерські угоди, спонсорство, дистрибуція спортивної продукції, правове регулювання міжнародного бізнесу, етика бізнесу, міжкультурна комунікація, локалізація контенту, ділове листування, етикет у міжнародному бізнесі, міжкультурні комунікаційні моделі,

міжнародний діловий етикет, дипломатичні навички, віртуальні переговори, культурний інтелект, міжнародні спортивні події, імідж бренду на міжнародному ринку, управління міжнародними командами

Методичні вказівки до вивчення теми

Вивчення *першого питання* необхідно розпочати з ознайомлення з поняттям міжнародної співпраці у сфері спортивного бізнесу.

Міжнародна співпраця передбачає взаємодію між суб'єктами бізнесу з різних країн із метою досягнення спільних комерційних цілей та розвитку спортивних проєктів.

Далі потрібно детально розглянути основні форми міжнародної співпраці: спільні підприємства, стратегічні альянси, франчайзинг і ліцензування. Зверніть увагу на переваги й ризики кожної форми.

Відзначте роль міжнародних спортивних організацій (наприклад, УЄФА, ФІФА) у забезпеченні співпраці між клубами різних країн. Виокремте найбільш характерні ознаки ефективної міжнародної співпраці в бізнесі спортивної індустрії.

При опрацюванні *другого питання* необхідно засвоїти принципи міжкультурної комунікації та з'ясувати їх значення у спортивному бізнесі.

Ефективна комунікація з іноземними партнерами передбачає акцентування уваги на мовних бар'єрах, культурних відмінностях і способах їх подолання.

Акцентувати увагу необхідно на використанні дипломатичного етикету та правил ведення переговорів у міжнародному контексті.

Важливо розглянути приклади успішної комунікації між спортивними клубами та спонсорами різних країн.

При опрацюванні *третього питання* передусім необхідно чітко усвідомити важливість стратегічного планування при виході на міжнародний ринок спортивних послуг. У ході подальшого вивчення питання потрібно детально розглянути основні стратегії, серед яких:

- ✓ адаптація до місцевих ринків;
- ✓ глобалізація;
- ✓ глокалізація.

Окрім того, потрібно приділити увагу аналізу ризиків міжнародної співпраці та способам їх мінімізації. Відзначити також необхідність створення гнучких бізнес-моделей для успішного функціонування на глобальному ринку.

Питання для самоконтролю

1. Що таке міжнародна співпраця в спортивному бізнесі? Чому вона є важливою?
2. Назвіть основні форми міжнародної співпраці у спортивній індустрії.
3. Які чинники впливають на вибір моделі співпраці в спортивному

бізнесі?

4. Поясніть, як міжнародні спортивні організації впливають на розвиток бізнесу в спортивній індустрії.

5. Чим відрізняються моделі співпраці у футбольній індустрії від інших видів спорту?

6. Які основні виклики виникають при організації міжнародних спортивних заходів?

7. Як впливають культурні відмінності на міжнародну співпрацю у спорті?

8. Яку роль відіграють міжнародні спортивні бренди в розвитку бізнесу клубів?

9. Охарактеризуйте вплив глобалізації на міжнародну співпрацю в спортивній індустрії.

10. Які нормативні акти регулюють міжнародну співпрацю у спорті?

11. Перелічіть основні принципи ефективної комунікації з іноземними партнерами у спортивному бізнесі.

12. Як адаптувати комунікаційну стратегію з урахуванням культурних відмінностей?

13. Які інструменти можна використовувати для поліпшення комунікації між спортивними клубами та міжнародними партнерами?

14. Які основні проблеми комунікації можуть виникнути при співпраці з міжнародними спортивними організаціями?

15. Як роль перекладача може вплинути на переговорний процес у міжнародних угодах?

16. Яким чином упровадження цифрових технологій полегшує комунікацію в міжнародному спортивному бізнесі?

17. Перерахуйте найбільш ефективні стратегії міжнародної співпраці в спортивній індустрії.

18. Як залучення іноземних інвестицій сприяє розвитку спортивних клубів?

19. Які чинники потрібно враховувати при виборі стратегії виходу на міжнародний спортивний ринок?

20. Як використання брендингу та спонсорства сприяє міжнародній співпраці у спорті?

Тести

1. Які чинники впливають на міжнародну співпрацю в спортивному бізнесі?

а) культурні особливості;

б) правові аспекти;

в) економічні чинники;

г) усі відповіді правильні.

2. Що є ключовим елементом міжнародної співпраці у спортивній індустрії?

а) створення локальних філій;

- б) партнерські угоди;
- в) реклама в соціальних мережах;
- г) медіа-контракти.

3. *Яка з указаних нижче моделей найчастіше використовується у міжнародному спортивному бізнесі?*

- а) ліцензування;
- б) франчайзинг;
- в) спільні підприємства;
- г) прямі інвестиції.

4. *Яка з навичок найбільше сприяє ефективній міжнародній комунікації?*

- а) знання іноземних мов;
- б) використання технологій;
- в) уміння працювати в команді;
- г) маркетинговий аналіз.

5. *Який метод комунікації найчастіше використовується у міжнародному спортивному бізнесі?*

- а) відеоконференції;
- б) листування поштою;
- в) соціальні мережі;
- г) традиційні зустрічі.

6. *Що є бар'єром у міжнародній комунікації?*

- а) культурні розбіжності;
- б) доступ до фінансів;
- в) відсутність партнерів;
- г) низька якість обладнання.

7. *Який підхід до співпраці є найбільш ефективним на міжнародному ринку?*

- а) локалізація;
- б) уніфікація послуг;
- в) стандартизація продукції;
- г) монополізація.

8. *Що є головним чинником успішного виходу спортивного бренду на міжнародний ринок?*

- а) адаптація до місцевої культури;
- б) агресивна реклама;
- в) використання єдиної стратегії;
- г) виключення партнерства.

9. *Який інструмент дозволяє мінімізувати ризики при міжнародній співпраці?*

- а) підписання контрактів;
- б) усні домовленості;
- в) соціальні ініціативи;
- г) спільні тренування.

10. *Який формат партнерства вважається найбільш стійким на міжнародному рівні?*

- а) спільне підприємство;

- б) ліцензійна угода;
- в) аутсорсинг;
- г) оренда об'єктів.

11. *Яка стратегія допомагає створити довгострокове партнерство на міжнародному ринку?*

- а) спільні цінності;
- б) постійна ротація партнерів;
- в) мінімізація контактів;
- г) одностороння відповідальність.

12. *Що є найважливішим у процесі переговорів з іноземними партнерами?*

- а) взаємна вигода;
- б) прийняття виключно власних умов;
- в) швидке завершення переговорів;
- г) виключення компромісів.

13. *Який інструмент допомагає аналізувати ринки перед виходом на міжнародний рівень?*

- а) SWOT-аналіз;
- б) маркетинговий буклет;
- в) мотиваційний лист;
- г) соціальні мережі.

14. *Який формат угоди сприяє гнучкості співпраці?*

- а) меморандум про взаєморозуміння;
- б) жорсткий контракт;
- в) угода про безпеку;
- г) одностороння декларація.

15. *Який підхід сприяє збереженню партнерських відносин у міжнародному спорті?*

- а) прозорість комунікації;
- б) ігнорування локальних особливостей;
- в) використання тільки власних ресурсів;
- г) повна автономія.

16. *Що є важливим чинником при виборі міжнародного партнера?*

- а) репутація;
- б) близькість до офісу;
- в) спортивний профіль;
- г) наявність ліцензії.

17. *Як уникнути непорозумінь при співпраці з іноземними партнерами?*

- а) застосовувати прозорі договори;
- б) довіряти інтуїції;
- в) залучати третіх осіб;
- г) проводити мінімум зустрічей.

18. *Який формат звітування оптимальний для міжнародних проєктів?*

- а) щомісячний звіт;
- б) усний звіт;

в) річний підсумок;

г) непланові звіти.

19. Яка стратегія сприяє зміцненню міжнародних відносин?

а) підтримка соціальних ініціатив;

б) ігнорування локальних проблем;

в) зосередженість тільки на прибутку;

г) скорочення комунікації.

20. Який елемент сприяє сталому розвитку міжнародних проєктів?

а) спільне планування;

б) індивідуальний підхід;

в) одноразові угоди;

г) тимчасові контракти.

Завдання для самостійної роботи

Завдання 1. Розробіть інфографіку, що відображає культурні відмінності в ділових стратегіях спортивних компаній різних країн.

Приклад виконання завдання:

Тема: Аналіз культурних аспектів у ділових стратегіях спортивних компаній.

Завдання: Розробіть інфографіку, яка відображає культурні відмінності в підходах до ділових стратегій спортивних компаній із різних країн.

Ключові аспекти для аналізу:

1. *Комунікація та переговори:* Як культурні особливості впливають на ведення переговорів?

2. *Управління персоналом:* Різниця в підходах до лідерства та командної роботи.

3. *Маркетинг та реклама:* Відмінності у створенні бренду та просуванні.

4. *Підтримка соціальних ініціатив:* Як спортивні компанії з різних країн підходять до соціальної відповідальності?

5. *Фінансове планування:* Відмінності у стратегіях інвестування та управління ресурсами.

Формат інфографіки:

Тип: Порівняльна таблиця або діаграма.

Структура:

✓ Назва та короткий вступ.

✓ Графічне зображення (діаграми або піктограми).

✓ Ключові висновки (короткі тези).

Країни для порівняння (на вибір):

✓ США;

✓ Німеччина;

✓ Японія;

✓ Україна;

✓ Бразилія.

Критерії оцінювання:

✓ Інформативність і точність представлених даних.

- ✓ Візуальна привабливість і зрозумілість інфографіки.
- ✓ Логічність структури та відповідність темі.

Завдання 2. Кейс-стаді: Успішне партнерство. Дослідіть реальний приклад міжнародної співпраці у спортивній індустрії (наприклад, футбольні клуби Європи та Азії). Складіть схему взаємодії.

Приклад виконання завдання:

Кейс-стаді: Успішне партнерство у спортивній індустрії.

Завдання:

1. Оберіть реальний приклад міжнародної співпраці у спортивній індустрії (наприклад, партнерство європейського футбольного клубу з азійським брендом).
2. Дослідіть такі аспекти:
 - ✓ Цілі та мотиви партнерства для обох сторін.
 - ✓ Основні умови та формати співпраці.
 - ✓ Вигоди та досягнення кожного з партнерів.
 - ✓ Виклики та труднощі, з якими стикнулися учасники співпраці.
3. На основі зібраної інформації складіть схему взаємодії, що відображає:
 - ✓ Основні ролі та зобов'язання кожної сторони.
 - ✓ Канали комунікації та маркетингові активності.
 - ✓ Ключові показники ефективності партнерства (KPI).
4. Презентуйте результати у форматі короткої доповіді з візуалізацією (схемою або інфографікою).

Форма виконання завдання:

- ✓ Презентація (PowerPoint). Оптимальний обсяг – до 10 слайдів.
- ✓ Візуалізація схеми взаємодії на окремому слайді.
- ✓ Список використаних джерел.

Критерії оцінювання:

- ✚ глибина та повнота аналізу;
- ✚ якість візуалізації та схеми;
- ✚ здатність критично оцінювати успіх партнерства;
- ✚ логічність та структурованість доповіді.

Завдання 3. Креативний бриф. Напишіть бриф на створення рекламної кампанії з іноземним спонсором.

Приклад виконання завдання:

Тема: Креативний бриф на створення рекламної кампанії з іноземним спонсором.

Вступ: Загальна інформація про проєкт.

Назва проєкту: Рекламна кампанія з іноземним спонсором для ФК «Шахтар».

Спонсор: [Назва компанії].

Термін реалізації: [Дати проведення кампанії].

Мета кампанії: Підвищення впізнаваності бренду спонсора серед українських уболівальників та формування позитивного іміджу співпраці з ФК «Шахтар».

Цільова аудиторія:

Основна: Уболівальники ФК «Шахтар» (чоловіки та жінки віком 18-45 років).

Додаткова: Прихильники футболу в Україні та за кордоном, бізнес-партнери клубу, медіа.

Цілі та завдання:

1. Привернути увагу нових клієнтів до бренду спонсора через активності клубу.
2. Створити асоціацію спонсора з успіхом та перемогами ФК «Шахтар».
3. Підвищити кількість згадок бренду в медіа та соціальних мережах.

Ключове повідомлення: «Разом до перемоги! ФК «Шахтар» та [Назва спонсора] об'єднують зусилля заради великих досягнень!».

Ідея кампанії: Показати, як підтримка спонсора надихає команду на нові досягнення через емоційні відео, інтерактивні пости та активації на стадіоні.

Канали комунікації:

- ✓ Соціальні мережі (Instagram, Facebook, YouTube, TikTok).
- ✓ Офіційний сайт клубу.
- ✓ Пряма реклама на матчах (банери, рекламні ролики на екранах).
- ✓ Спільні акції та розіграші призів від клубу та спонсора.
- ✓ Мерч із брендуванням.

Формати контенту:

- ✓ Відеоролики з гравцями та представниками спонсора.
- ✓ Постери з ключовим повідомленням та логотипами.
- ✓ Інтерактивні сторіз та вікторини в соціальних мережах.
- ✓ Спеціальні випуски на YouTube-каналі клубу.

Показники ефективності:

- ✓ Зростання впізнаваності бренду спонсора на 20%.
- ✓ Кількість переглядів відеороликів – не менше 100 000.
- ✓ Залучення до активацій – не менше 10 000 учасників.
- ✓ Позитивні відгуки в соціальних мережах – понад 80%.

Тон комунікації: Емоційний, мотивуючий, надихаючий на підтримку команди та її спонсора.

Бюджет: [Указати суму та здійснити орієнтовний розподіл].

Контакти для співпраці: [Ім'я відповідальної особи, телефон, електронна адреса].

Завдання 4. Розробіть схему проведення ділових зустрічей у Бразилії. Візьміть до уваги культурні особливості цієї країни-партнера.

Завдання 5. Здійсніть порівняння комунікаційних стилів. Складіть таблицю, подавши в ній порівняльну характеристику комунікаційних особливостей клубів із різних культурних середовищ.

Завдання 6. Ознайомтесь з порадами для ефективного спілкування.

 Спілкування неможливе без встановлення контакту зі співрозмовником. Для цього продемонструйте співрозмовникові зацікавленість

і готовність до розмови виразом обличчя і положенням тіла.

✚ Слухайте активно: подавайте співрозмовникові сигнали, що ви слухаєте його уважно і намагаєтеся зрозуміти. Для цього час від часу повторюйте своїми словами найбільш важливі висловлювання співрозмовника. Робіть це з позитивною або питальною інтонацією, робіть короткі зауваження на кшталт: «так, розумію», «точно», «цікаво», «чудово».

✚ Будьте спостережливими, уважно стежте за емоціями, настроєм співрозмовника.

✚ Не перебивайте співрозмовника, дайте йому можливість висловити свою думку до кінця. Саме думку, а не фразу чи пропозицію.

✚ Щоб співрозмовник правильно зрозумів вашу основну думку, не захоплюйтеся загальними словами або занадто довгими фразами. Що конкретніше буде висловлена ідея, то простіше іншій людині зрозуміти її.

✚ Говоріть достатньо голосно і чітко (це додасть вашій мові впевненості).

✚ Під час розмови підтримуйте зоровий контакт зі співрозмовником, використовуйте адекватні невербальні сигнали, які можуть сказати співрозмовникові більше, ніж слова (жести, рухи, вираз обличчя, міміку тощо).

Доповніть від себе цей перелік порад.

📖 ГЛОСАРІЙ

А

Актуалізація – спосіб (система способів), який ґрунтується на співробітництві, повазі до себе та до інших, намаганні вирішити проблему на основі об'єктивності та взаємної вигоди сторін спілкування.

Актуалізатор – людина, яка прислуховується до інших і враховує інші інтереси, прагне до самоактуалізації та унікальності; поважає гідність інших, переконливо передає свої думки та бажання, добре ставиться до людей і допомагає їм знайти власний шлях розвитку.

Атракція – форма пізнання іншої людини, заснована на формуванні стійкого позитивного почуття до неї.

В

Вербальні засоби – різні мовні конструкції, шаблони, фразеологічні звороти, характерні для ділового спілкування.

Д

Ділова бесіда – спеціально організована предметна розмова, що спрямована на вирішення управлінських завдань; це один із найчастіше використовуваних видів комунікативної взаємодії в управлінському спілкуванні.

Ділова бесіда – це розмова між суб'єктами ділових відносин, але насамперед це міжособистісне спілкування.

Ділове спілкування (офіційне, формальне) – це цілеспрямоване спілкування, що регулює офіційні відносини комунікантів у різних професійних галузях.

Ділове спілкування – це особливий вид спілкування, що здійснюється в спільній професійно-предметній діяльності, зміст якого визначається соціально значущим предметом спілкування, а також взаємним психологічним впливом.

Ділові листи – це поширений вид документації, один зі засобів обміну інформацією; основний засіб встановлення офіційних, службових контактів між федераціями, клубами, організаціями, установами, фірмами та закладами, а також між організаціями та приватними особами.

Ділові переговори – це процес взаємодії між двома або більше сторонами, які прагнуть знайти точки дотику та досягти угоди.

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

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

Діловий прийом (business official reception) – це зібрання запрошених гостей на честь завершення переговорів, підписання контракту, ювілею і презентації компанії; проводиться з метою поглиблення і розширення ділових контактів, продовження переговорів, залучення нових

партнерів тощо.

Діловий протокол (business minutes) – це регламентований порядок зустрічей і проведів делегацій, проведення бесід, переговорів і прийомів, ведення ділового листування, підписання договорів, угод тощо.

Дискусія – це процес просування та вирішення проблем шляхом зіставлення, порівняння, зіткнення, взаємозбагачення предметних позицій учасників.

Е

Емпатія – це емоційне співпереживання іншій людині. Через емоційний відгук спортсмени, тренери пізнають внутрішній стан інших членів спортивного колективу.

Етика ділових відносин – це система знань про моральні аспекти ділових відносин, що визначає систему моральних цінностей, критеріїв і параметрів відносин між керівником і співробітниками, а також відносин в організації загалом.

З

Запит – це вимога, прохання дати які-небудь відомості або офіційне роз'яснення з приводу чогось.

Засоби спілкування – це різні знакові системи, які людина використовує у процесі комунікації; системна мовних знаків, а також міміка, жести, погляд, поза тощо.

І

Ідентифікація – це соціально-психологічний процес пізнання суб'єктом чи суб'єктами спортивною діяльності інших під час безпосередніх чи опосередкованих контактів із ними, у ході якого здійснюється порівняння чи зіставлення внутрішніх станів або становища партнерів, і навіть зразків для наслідування.

Інформативна комунікація – це процес передачі інформації про світ, у якому живуть комунікатор і реципієнт.

К

Каузальна атрибуція – це механізм інтерпретації вчинків та почуттів іншої людини (каузальна атрибуція – прагнення до з'ясування причин поведінки суб'єкта).

Комунікація – це процес двостороннього обміну інформацією суб'єктів спортивною діяльності, що веде до взаємного розуміння.

Контракт – це письмова угода, договір, за яким сторони, що його уклали, мають взаємні зобов'язання.

Контрсугестія – це негативна відповідь на сугестію (навіювання) і її заперечення.

М

Маніпуляція – це спосіб, який дає змогу досягти своєї мети без урахування інтересів іншої сторони, використовуючи останню.

Маніпулятор – це людина, яка свідомо або несвідомо вдається до всіляких хитрощів, обманних дій, щоб контролювати ситуацію та досягти своєї мети.

Міжособистісне спілкування – це процес взаємодії між людьми, під час якого відбувається сприйняття, взаємовплив на співрозмовника, виявляються психологічні особливості кожного суб'єкта, забезпечуються потреби людей у соціальних контактах та емоційних стосунках.

Н

Навіювання – це психологічний вплив однієї людини на іншу або на групу людей, що передбачає некритичне сприйняття висловлених думок і волі.

Наслідування – це особлива форма поведінки людей, що полягає у відтворенні нею дій інших осіб.

Невербальне спілкування – це вид спілкування, для якого характерне використання безсловесних засобів передачі інформації.

О

Особистісно-групове спілкування – це процес взаємодії окремої особистості та групи людей.

Особистісне спілкування (дружнє, неформальне) – це обмін інформацією особистого (приватного) характеру.

П

Переконання – це спосіб впливу, коли одна людина звертається до свідомості, почуттів і досвіду іншої людини з тим, щоб сформувані у неї нові настанови.

Р

Рекламація (претензія) – це документ, в якому міститься претензія до сторони, яка порушила прийняті за контрактом зобов'язання, та вимога про відшкодування збитків.

Рефлексія – це психологічний механізм організації самоаналізу, який здійснюється через внутрішню роботу особистості, спрямовану на осмислення себе, своєї поведінки, власних дій і станів, самопізнання власного духовного світу, самоаналіз практичного життєвого досвіду, подій.

С

Службова (ділова) нарада – це один із найпоширеніших способів обговорення та вирішення проблем на виробництві.

Соціальна перцепція у спорті – це сприйняття соціальних об'єктів, під якими зазвичай маються на увазі люди й соціальні групи, тобто спортсмени, тренери, судді, уболівальники, інші спортивні колективи.

Спілкування – це процес взаємодії між людьми, в ході якого виникають, виявляються і формуються міжособистісні відносини.

Спортивний контракт – це письмова угода між спортивним клубом і спортсменом, яка регулює залучення спортсмена до процесу підготовки та участі в спортивних змаганнях за клуб.

Стиль спілкування – це сукупність найбільш типових рис поведінки у спілкуванні; система різноманітних прийомів взаємодії партнерів у спілкуванні, які мають особливу спрямованість.

У

Усне ділове спілкування – це словесна, а не письмова взаємодія однієї службової особи з іншою чи колективом (ділова бесіда, ділова розмова телефоном, ділові переговори тощо); передбачає різноманітні способи взаємодії між співрозмовниками за допомогою вербальних (словесних) і невербальних (поза, жести, міміка, одяг, знаки, символи) засобів.

Ф

Форма ділового спілкування – це спосіб реалізації комунікативного процесу.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Бабічев А. В., Фрідман О. А. Ділове спілкування та презентаційні навички : метод. реком. до практичних занять. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2023. 24 с.
2. Беліченко А. Г., Воронкова В. Г., Мельник В. В. Етика ділового спілкування : навч. посіб. для ВНЗ; рекомендовано МОН України. Київ : Магнолія 2006. 2024. 312 с.
3. Гриценко Т. Б. Етика ділового спілкування. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 344 с.
4. Кирилова О. В., Малієнко І. О. Специфіка сучасної спортивної комунікації (на основі комунікаційної моделі Г. Лассвела). Дніпро : Дніпровський національний університет імені О. Гончара, 2020. 12 с.
5. Ковальов Б. Л., Павлик А. В., Федина С. М. Бізнес-комунікації : конспект лекцій. Суми : Сумський державний університет, 2020. 113 с.
6. Кузьмін О. В., Роман Т. О., Акімова Л. М., Чемакіна О. В. Електронні системи в галузі : навч. посіб. Київ : Гельветика, 2020. 168 с.
7. Ларі Кінг, Білл Гілберт. Як розмовляти будь з ким, будь-коли і будь-де. Секрети успішного спілкування. Київ : Моноліт-Bizz, 2023. 204 с.
8. Мірошніченко Д. А., Зленко А. М. Діловий етикет : навч. посіб. Бориспіль : Ризографіка, 2019. 216 с.
9. Орехова Т. В., Савченко М. В., Хаджинов І. В., Атаманчук З. А., Варламова М. Л. Міжнародний бізнес : навч. посіб. Вінниця : ДонНУ імені Василя Стуса, 2023. 464 с.
10. Професійне спілкування в галузі : методичні рекомендації до практичних занять для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальності «Фізична культура і спорт» освітньо-професійної програми «Спорт» / уклад.: А. В. Симонік, Т. В. Воронкова, А. В. Свасьєв, К. В. Царенко. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2025. 66 с.
11. Симонік А. В., Воронкова Т. В., Верітов О. І., Свасьєв А. В. Професійне спілкування в галузі : курс лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальності «Фізична культура і спорт» освітньо-професійної програми «Спорт». Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2024. 110 с.
12. Шибаніна О. В., Тищенко С. І., Хилько І. І. Міжкультурні комунікації : опорний конспект лекцій. Миколаїв : МНАУ, 2021. 52 с.
13. Шульгіна Л. М. Бізнес-комунікації : навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. 151 с.

📖 ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Авраменко О. О., Яковенко Л. В., Шийка В. Я. Ділове спілкування : навч. посіб. Івано-Франківськ : «Лілея НВ», 2015. 160 с.
2. Берестенко О. Г. Культура професійного спілкування : навч.-метод. посіб. Луганськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2013. 299 с. URL: https://elearn.nubip.edu.ua/pluginfile.php/639007/mod_resource/content/0/%D0%91%D0%B5%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%87%D0%BA%D0%BE%20%D0%9E.%D0%93.%20%D0%9F%D1%96%D0%B4%D1%80%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%BA.pdf
3. Біда О. А., Чичук А. П., Гуттерер Є. В. Формування у здобувачів вищої освіти культури професійного спілкування. *Наукові записки. Серія: Педагогічні науки*, 2023, № 211, с. 16–22.
4. Войтенко О. А., Жигалкевич Ж. М. Ділові контакти як метод маркетингового дослідження. *Marketing: збірник наукових праць XVII Міжнародної науково-практичної конференції*. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2023. С. 50–51.
5. Гаврилук О., Талах Т. Ділові комунікації в системі наукових досліджень. *Економіка та суспільство*. 2023. № 52. С. 68–74.
6. Етика ділових відносин : навч. посіб. / О. Й. Лесько, М. Д. Прищак, О. Б. Залюбівська та ін. Вінниця : ВНТУ, 2011. 309 с.
7. Залюбівська О. Б., Рузакова Г. Г. Етика ділових стосунків : навч. посіб. Вінниця : ВНТУ, 2011. 310 с.
8. Кисельова О. І. Особливості трудових відносин зі спортсменами-професіоналами. *Lex Sportiva*, 2023. № 2. С. 13–19.
9. Ковальов Б. Л., Павлик А. В. Бізнес-комунікації : конспект лекцій. Суми : Сумський державний університет, 2020. 113 с.
10. Прищак М. Д., Залюбівська О. Б., Слободянюк О. М. Ділове спілкування : навч. посіб. Вінниця : ВНТУ, 2015. 128 с.
11. Професійне спілкування в галузі : методичні рекомендації до практичних занять для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальності «Фізична культура і спорт» освітньо-професійної програми «Спорт» / уклад.: А. В. Симонік, Т. В. Воронкова, А. В. Свасьєв, К. В. Царенко. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2025. 66 с.
12. Симонік А. В., Воронкова Т. В., Верітов О. І., Свасьєв А. В. Професійне спілкування в галузі : курс лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальності «Фізична культура і спорт» освітньо-професійної програми «Спорт». Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2024. 110 с.
13. Солодчук С. Є. Професійне спілкування як предмет дослідження у психології. URL: <http://www.apppsychology.org.ua/data/jrn/v9/i13/35.pdf>
14. Тодорова Н. Ю. Кроскультурний менеджмент : навч. посіб. URL: https://ea.donntu.edu.ua/bitstream/123456789/2021/1/CCM_Todorova.pdf

Навчально-методичне видання
(українською мовою)

Укладачі:

Симонік Анастасія Володимирівна
Воронкова Тетяна Володимирівна
Сватсьєв Андрій Вячеславович
Царенко Катерина Валеріївна

ПРОФЕСІЙНЕ СПІЛКУВАННЯ В ГАЛУЗІ

Методичні рекомендації до самостійної роботи
для здобувачів ступеня вищої освіти магістра
спеціальності «Фізична культура і спорт»
освітньо-професійної програми «Спорт»

Рецензент *Р. В. Клопов*
Відповідальний за випуск *М. В. Маліков*
Коректор *Н. В. Мацюх*