

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

"ЗАТВЕРДЖУЮ"

Проректор з навчально-методичної роботи

Каріна НЕМАШКАЛО



"Взаємодія в бізнесі"
робоча програма навчальної дисципліни

Галузь знань	<i>усі</i>
Спеціальність	<i>усі</i>
Освітній рівень	<i>перший (бакалаврський)</i>
Освітня програма	<i>усі</i>

Статус дисципліни
Мова викладання, навчання та оцінювання

вибіркова
українська

Завідувач кафедри економіки підприємства
та організації бізнесу

Анастасія ПАНЧУК

Харків
2021

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри економіки підприємства та організації бізнесу
Протокол № 5 від 16.11.2021 р.

Розробник:

Ушкальов В. В., к.е.н., доц. кафедри економіки підприємства та організації бізнесу

Лист оновлення та перезатвердження
робочої програми навчальної дисципліни

Навчальний рік	Дата засідання кафедри – розробника РПНД	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри

Анотація навчальної дисципліни

Сучасний бізнес є складним явищем, успішність діяльності у якому вже не може гарантуватися досконалою організацією виробництва, техніко-технологічними можливостями чи особистими якостями персоналу. Успіх у сучасному бізнесі обумовлює значна кількість різноманітних чинників, більшість з яких зосереджена в зовнішньому середовищі організації. Це ускладнює, а часто – й унеможливує застосування традиційних управлінських технологій щодо управління чинниками успішності, й обумовлює необхідність пошуку нових управлінських підходів, які б надавали можливість відійти від пасивних форм пристосування до зовнішнього середовища, дозволяли б зменшити невизначеність результату та підвищити керованість зовнішніх чинників. Парадигма управління об'єктом має бути змінена на парадигму управління впливами та взаємними впливами об'єктів бізнес-середовища.

Базуючись на ретельному аналізі особливостей контрагентів та чіткому уявленні про цілі власної організації, організація взаємодії в бізнесі зосереджена на пошуку методів прийняття взаємовигідних рішень та комунікаційних процесах, що їх забезпечують. Взаємодія в бізнесі передбачає досконале володіння фахівцем як засобами аналізу й прогнозування поведінки зовнішніх контрагентів, так і комунікативними навичками щодо формування довіри, встановлення ділових контактів, проведення переговорів, забезпечення результативної взаємодії. В результаті вивчення навчальної дисципліни повинно стати формування ефективної аналітично-прогностичної та інтеракційної моделі фахівця у сфері бізнесу.

Навчальна дисципліна «Взаємодія в бізнесі» є вибірковою навчальною дисципліною та вивчається згідно з навчальним планом підготовки фахівців економічних спеціальностей першого освітнього рівня (бакалаврського) всіх форм навчання.

Актуальність та роль дисципліни в системі професійної підготовки майбутніх фахівців обумовлюється необхідністю формування у них уявлень про закономірності взаємодії контрагентів у бізнес-середовищі, про методи аналізу їх особливостей, прогнозування поведінки та реалізацію взаємодії, що підвищували б ефективність та результативність діяльності організації. Також актуальним є розвиток здатності до спільної діяльності, ефективної професійної комунікації, оволодіння навичками самоорганізації. Все це вимагає оволодіння сучасним управлінським інструментарієм та методологією «м'якого впливу» в управлінні взаємодіючими автономними соціотехнічними системами.

Мета навчальної дисципліни: формування у студентів знань теорії та практики управління взаємодією із зовнішніми контрагентами, розуміння сутності та особливостей рефлексивних технологій, формування на цій основі професійних компетентностей з прийняття управлінських рішень та ділової комунікації, що необхідні для забезпечення ефективної діяльності організацій в оточуючому середовищі.

Для досягнення мети поставлені такі основні завдання:

- опанування теоретичними положеннями організації взаємодії в бізнесі;
- оволодіння методами та принципами аналізу, прогнозування та реалізації взаємодії;
- формування вмій та навичок здійснення ділової комунікації в процесах взаємодії із зовнішніми контрагентами;
- розвиток умінь та професійно важливих якостей, необхідних для забезпечення результативної взаємодії.

Об'єктом навчальної дисципліни є управління взаємодією автономних соціотехнічних та економічних систем.

Предметом навчальної дисципліни є теоретико-методологічні, методичні та організаційно-економічні аспекти управління взаємодією.

Характеристика навчальної дисципліни

Курс	2
Семестр	4
Кількість кредитів ECTS	5
Форма підсумкового контролю	залік

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни

Пререквізити	Постреквізити
Філософія	Менеджмент
Мікроекономіка	Маркетинг
Макроекономіка	Управління персоналом
Економічна теорія	Економіка і організація інноваційної діяльності

Компетентності та результати навчання за дисципліною

Навчальна дисципліна "Взаємодія в бізнесі" забезпечує набуття здобувачами освіти інтегральної компетентності – набуття здатності визначати засади та засоби формування ефективної взаємодії із суб'єктами бізнес-середовища.

Компетентності	Результати навчання
Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин	<p>Розуміти роль, переваги та можливості взаємодії у бізнесі</p> <p>Оцінювати рівень довіри до ділових партнерів та формувати необхідний рівень довіри у ділових відносинах</p> <p>Здійснювати оцінку інтересів та якостей ділового партнера, та на їх основі прогнозувати ділову поведінку</p> <p>Попереджати конфлікти в діловій взаємодії та володіти методами розв'язання конфліктів</p> <p>Визначати маніпуляції в діловій комунікації та елімінувати їх в процесі ділової взаємодії</p> <p>Володіти методами проведення ділових переговорів</p>
Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур	<p>Оцінювати інтереси, якості та наміри клієнтів та формувати з ними взаємовигідні відносини</p> <p>Оцінювати інтереси, якості та наміри інвесторів та формувати з ними взаємовигідні відносини</p> <p>Оцінювати інтереси, якості та наміри постачальників та формувати з ними взаємовигідні відносини</p> <p>Здійснювати лобювання та захист інтересів організації у взаємодії з владними структурами</p> <p>Формувати взаємовигідні стосунки з місцевими спільнотами</p> <p>Оцінювати ефективність заходів з управління взаємодією</p>

Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Основи управління взаємодією в бізнесі

Тема 1. Взаємодія в бізнесі

1.1. Поняття та сутність управління взаємодією. Роль управління взаємодією у забезпеченні успішності діяльності організації. Менеджмент взаємодії як чинник підвищення адаптивності організації. Менеджмент взаємодії як управління можливостями. Переваги та недоліки взаємодії. Цілі взаємодії.

1.2. *Особливості менеджменту взаємодії.* Відмінності традиційного управління та менеджменту від менеджменту взаємодії: відмінності в об'єкті, суб'єкті, цілях та владних повноваженнях. Управління стосунками із зовнішніми контрагентами. Управління можливостями. «М'який» вплив. Децентралізоване управління.

1.3. *Завдання, функції та процеси менеджменту взаємодії.* Завдання менеджменту взаємодії. Функції менеджменту взаємодії в комерційній організації. Управлінські процеси в менеджменті взаємодії. Особливості управлінської комунікації в менеджменті взаємодії.

Тема 2. Психологічні аспекти взаємодії

2.1. *Комунікативні аспекти взаємодії.* Зміст та форма комунікації. Цілі комунікації. Інформативність та інформація. Бар'єри комунікації. Моделі комунікації. Техніки роботи з інформацією. Комунікативна компетентність та майстерність.

2.2. *Перцептивні аспекти взаємодії.* Міжособистісне сприйняття. Ефект першого враження. Імідж. Відношення. Атракція. Вплив установки. Рівні сумісності: психофізіологічна, характерологічна, ціннісна.

2.3. *Інтерактивні аспекти взаємодії.* Соціальна обумовленість взаємодії. Теорія міжособистісних відносин В. Шугца. Види міжособистісних потреб. Типи поведінки. Теорія міжособистісних відносин Т. Лірі. Транзактна теорія взаємодії Е. Берна. Внутрішні та зовнішні чинники інтеракції.

2.4. *Соціальні аспекти взаємодії.* Групові феномени. Конформізм. Вплив меншості на більшість. Статус. Нормативна та наднормативна поведінка. Соціальні ролі. Соціальні очікування. Соціальний контроль.

Тема 3. Оцінка та формування довіри в бізнесі

3.1. *Довіра як чинник результативності взаємодії.* Поняття довіри. Роль довіри у формуванні економічних відносин. Атрибути довіри. Переваги та загрози довіри в бізнесі. Види довіри. Рівні довіри.

3.2. *Структура та оцінка довіри.* Складові довіри. Підходи до вимірювання довіри. Розрахунок коефіцієнта довіри за Д. Майстером, Ч. Грінном, Р. Галфордом. Достовірність, надійність, близькість та рівень орієнтації на власні інтереси під час оцінки довіри.

3.3. *Методи формування довіри.* Методи формування довіри, орієнтовані на свідомість. Методи формування довіри, орієнтовані на підсвідомість. Техніки віддзеркалювання: прямі, перехресні, опосередковані. Методи формування симпатії. Невербальні прояви поваги та уваги. Логічні рівні за Р. Ділтсом.

Тема 4. Управління емоціями в діловій взаємодії

4.1. *Емоції в діловому спілкуванні.* Поняття емоції. Місце емоцій в структурі комунікації. Емоції та емоційні процеси: афекти, настрої, почуття, переживання. Системність емоцій. Функції емоцій в регуляції поведінки та діловій взаємодії. Класифікації емоцій.

4.2. *Базові емоції та їх невербальні ознаки.* Роль базових емоцій в життєдіяльності та процесах комунікації. Види базових емоцій та їх невербальні ознаки. Кроскультурність базових емоцій. Адаптивні функції емоцій радості, гніву, суму, відрази, страху, подиву, презирства. Природні та фальшиві емоції. Ознаки фальшивих емоцій.

4.3. *Управління емоційними станами.* Поняття емоційного інтелекту. Модель емоційних станів в управлінні поведінкою. Завдання управління емоційними станами. Види емоційних станів. Відмінності емоційних станів та невербальні прояви. Критерії ідентифікації емоційних станів. Методи управління емоційними станами. Самоконтроль та саморегуляція емоцій. Прийоми цілеспрямованої зміни емоційних станів.

Тема 5. Конфлікти у діловій взаємодії та шляхи їх подолання

5.1. Поняття, структура та функції конфлікту. Функції конфліктів. Конфліктна ситуація. Інцидент. Конфліктоген. Види конфліктогенів. Ознаки конфлікту. Причини конфліктів. Схема розвитку конфлікту. Основні фази конфлікту.

5.2. Підходи до подолання конфліктів. Структурний підхід до розв'язання конфлікту. Структурні елементи конфлікту. Сторони конфлікту. Предмет конфлікту. Образ конфліктної ситуації. Мотиви конфлікту. Позичії конфлікуючих сторін. Методи та засоби впливу на структурні елементи конфлікту. Стратегічний підхід до розв'язання конфлікту. Види стратегій розв'язання конфлікту: «переможець – переможець», «переможець – переможений», «переможений – переможець», «переможений – переможений», стратегія компромісу. Умови ефективності застосування стратегій. Чинники розв'язання конфлікту. Дії в конфліктній ситуації.

5.3. Навички комунікації в конфлікті. Самоконтроль у конфліктній ситуації. Реакція на емоції. Критика. Реакція на критику в конфлікті. Правила безконфліктного спілкування. Інструменти управління поведінкою. «Триходівка» для нейтралізації гніву. Пауза як інструмент управління конфліктом. Правила критики. Прийоми конструктивного реагування на критику.

Тема 6. Профайлінг у діловій взаємодії

6.1. Поняття та сутність профайлінгу. Профайлінг як засіб оцінки та прогнозування поведінки ділового партнера. Цілі профайлінгу. Складові профайлінгу. Завдання профайлінгу. Інструменти профайлінгу. Оцінка невербальної поведінки. Оцінка вербальної поведінки. Оцінка особливостей контексту, що обумовлюють поведінку. Етапи побудови психологічного профілю людини. Емоційне профілювання. Діагностика цілей та цінностей. Діагностика характеру. Лінгвістичний та пресупозиційний аналіз мови

6.2. Метапрограмний профайлінг. Поняття метапрограми. Поняття метапрограмного профайлінгу. Види метапрограм. Характеристики та індикатори основних метапрограм. Метапрограма «активність – пасивність». Метапрограма мотивації «наближення – віддалення». Метапрограма «внутрішня референція – зовнішня референція». Метапрограма самоорганізації «альтернативи – рецепти». Метапрограма фокусу уваги «загальне – часткове». Метапрограма аналізу «схожість – відмінність». Види стратегій переконання.

Тема 7. Маніпуляції, обман та способи їх виявлення

7.1. Джерела, механізм та форми обману у бізнесі. Джерела обману в бізнесі. Механізм обману. Основні форми брехні. Замовчування шляхом опущення інформації. Сутність, характеристика та особливості видів замовчування: відсутність відповіді; «амнезія»; ігнорування; «філософська» відповідь; тиск на совість; тиск на жалість; демонстрація нерозуміння; скарги на контекст; компліменти; комунікація про комунікацію. Сутність, характеристика та особливості видів спотворення інформації: посилені виправдання; «атака питаннями»; тирада; виверт замість прямої відповіді; подання правди у вигляді брехні; правда з приховування істинних причин емоцій; легенда чи напівправа.

7.2. Розпізнавання обману. Розпізнавання обману як виявлення невідповідностей у вербальній та невербальній поведінці. Сенсорна чутливість та її роль у розпізнаванні обману. Шляхи підвищення сенсорної чутливості. Методи розпізнавання обману, що засновані на логіці. Горизонтальний аналіз. Вертикальний аналіз інформації. Психологічні методи розпізнавання обману: ключі очного доступу, калібрування емоцій.

7.3. Маніпуляції та їх попередження. Поняття маніпуляції. Види маніпуляцій. Запитання-капкани та їх цілі. Види запитань-капканів. Перевірка компетентності. Демонстрація

знань. Питання, що збивають з теми. Провокаційні запитання. Етапи маніпулятивного впливу на поведінку. Протидія маніпуляціям. Засоби протидії маніпуляціям: моніторинг емоцій; психологічне самбо; конструктивна критика; цивілізована конфронтація.

Змістовий модуль 2. Управління взаємодією із зацікавленими сторонами

Тема 8. Ділові переговори

8.1. Поняття та роль ділових переговорів. Сутність та роль переговорного процесу в бізнесі. Особливості ділових переговорів. Етапи ділових переговорів. Завдання етапів ділових переговорів. Ділові переговори як процес продажу вигід. Етапи процесу продажу вигід.

8.2. Види ділових переговорів. Принципові переговори, жорсткі переговори, «війна». Особливості принципів переговорів. Особливості жорстких переговорів. Особливості переговорів виду «війна». Цілі та методи ведення переговорів різних видів.

8.3. Забезпечення ділових переговорів. Інформаційне забезпечення. Матеріально-технічне забезпечення. Організаційне забезпечення. Соціально-психологічне забезпечення. Збір інформації про ділового партнера: аспекти та методи. Методи аналізу структури ділової інформації про партнера: професійна роль; особисті якості; зона контакту; розрив контакту; зона небезпеки; зона натиску; зона впливу; зона діагностики; діловий стиль. Інструменти підготовки до ділових переговорів. «Переговорна решітка». Переговорний стиль та його критерії. Принципи врегулювання протиріч.

Тема 9. Взаємодія з клієнтами

9.1. Цілі та особливості взаємодії з клієнтами. Значення клієнтів для організації. Роль та значення взаємодії з клієнтами. CRM як концепція управління взаємовідносинами з клієнтами. Інтереси клієнта в контексті взаємодії. Інтереси компанії щодо взаємодії з клієнтами. Типові запити клієнтів.

9.2. Підготовка до роботи з клієнтами. Критерії готовності до взаємодії. Зміст інформації щодо підготовки. Структура знань про власну ділову пропозицію. Знання власних переваг як основа аргументації ділової пропозиції. Знання власних недоліків як база з подолання можливих заперечень. Структура знань про ринок збуту та підходи до оцінки: контингент клієнтів, потреби та мотиви, частота, обсяг та умови придбання, специфічні особливості. Структура знань про конкурентів. Оцінка пропозиції.

9.3. Технології продажів. Етапи продажу. Зміст та технології встановлення контакту. Методи орієнтації в ситуації клієнта та виявлення його інтересів. Техніки збору інформації. Презентація пропозиції та продаж вигід. Технології відповідей на заперечення. Завершення контакту: цілі, варіанти, прийоми. Елементи програми лояльності. Оцінка ефективності програм лояльності. Оцінка поведінки. Оцінка ставлення.

Тема 10. Взаємодія з інвесторами

10.1. Цілі та особливості взаємодії з інвесторами. Види інвесторів та їх особливості. Інтереси інвестора. Інтереси компанії щодо інвестора. Типові фінансові запити інвесторів. Критерії прийняття інвестиційних рішень інвестором. Ключові критерії.

10.2. Підготовка до роботи з інвесторами. Зміст підготовки до роботи з інвесторами. Цілі управління взаємовідносинами з інвесторами. Критерії контролю за діловими ризиками. Підготовка до управління зв'язками з інвесторами через ЗМІ. Підготовка пропозицій щодо утримання інвесторів. Типові форми шахрайства в фінансових звітах при інформуванні інвесторів.

10.3. Управління зв'язками з інвесторами. Зв'язки з інвесторами (IR) як концепція управління взаємодією. Завдання Презентація проекту. Завдання IR. Види угод з інвестором. Ключові питання угоди з інвесторами. Інструменти управління IR: річний та щоквартальний звіт, інтернет-сторінка для інвесторів, інформаційні повідомлення, презентації.

Тема 11. Взаємодія з постачальниками

11.1. Цілі та особливості взаємодії з постачальниками. Supplier Management (SM) як концепція управління взаємодією з постачальниками. Види постачальників. Інтереси постачальника. Інтереси компанії щодо постачальника. Ключові критерії щодо постачальників. Ключові критерії постачальників.

11.2. Підготовка до роботи з постачальниками. Структура підготовки до роботи з постачальниками. Типові завдання щодо постачальників. Типові завдання роботи з постачальниками. Ризики та загрози у роботі з постачальниками. Типові критерії оцінки постачальників. Критерії вибору постачальника.

11.3. Управління зв'язками з постачальниками. Supplier Relationship Management (SRM) як технологія побудови довгострокових відносин з постачальниками. Стратегії задоволення потреб постачальника. Організаційні процеси щодо реалізації стратегій. Оцінка ризиків роботи з постачальниками. Умови реалізації партнерських взаємовідносин. Укладання домовленостей та оформлення відносин з постачальником. Зміст етапів роботи з постачальниками.

Тема 12. Взаємодія з владними структурами

12.1. Цілі та особливості взаємодії з владними структурами. Значення взаємодії з владними структурами. Government Relations (GR) як концепція побудови взаємовідносин з органами влади. Відмінності GR-менеджменту від лобіювання. Функції GR-менеджменту. Види владних структур. Інтереси органів влади. Інтереси компанії щодо органів влади. Типові запити органів влади. Можливості, що виникають в наслідок взаємодії з органами влади.

12.2. Підготовка до роботи з органами влади. Зміст підготовки до роботи з органами влади. Оцінка відповідності діяльності законодавству. Внутрішні процеси та проблеми правового поля організації. Стратегії щодо забезпечення потреб органів влади. Внутрішні процеси забезпечення стратегій взаємодії з органами влади. Етапи розробки GR-програми.

12.3. Забезпечення взаємодії з органами влади. Методи GR-менеджменту. Засоби впливу на органи влади. Письмові звернення. Виступи в ЗМІ. Фінансова підтримка суспільних, ділових чи політичних організацій. Участь у роботі комісій та комітетів. Розробка законопроектів. Проведення опитувань.

Тема 13. Оцінка ефективності взаємодії

13.1. Поняття ефективності взаємодії. Індикатори, критерії та показники оцінки ефективності взаємодії. Моделі та концепції оцінки ефективності взаємодії. Рівні ефективності.

13.2. Підходи до оцінки ефективності взаємодії. Методи оцінки ефективності взаємодії. Визначення цілей оцінки ефективності. Вибір ключових показників ефективності. Обґрунтування бази порівняння. Економічні, іміджеві, соціальні аспекти оцінки ефективності взаємодії. Оцінка ефективності окремих заходів взаємодії.

13.3. Призма ефективності. Напрями підвищення ефективності взаємодії. Індивідуальні характеристики та компетентності у підвищенні ефективності взаємодії. Підвищення групових процесів. Підвищення ефективності когнітивних та соціальних процесів у взаємодії. Підвищення ефективності взаємодії шляхом впливу на контекст взаємодії.

Перелік практичних занять, а також питань та завдань до самостійної роботи наведено у таблиці "Рейтинг-план" навчальної дисципліни".

Методи навчання та викладання

Для успішного оволодіння матеріалом навчальної дисципліни в навчальному процесі використовуються:

1. Пояснювально-ілюстративний метод (лекції 2, 8, 12).
2. Репродуктивний метод (практичні завдання та завдання самостійної роботи).
3. Метод проблемного викладу (лекції 1, 6).
4. Дослідницький метод (практикум-експеримент за темами 3, 4, 5, 7, 9, 11, 13).

У вивченні теоретичного матеріалу застосовуються: проблемні лекції, дискусії, бесіди, презентації.

Оволодіння практичними вміннями та навичками відбувається шляхом застосування експериментальних та дослідницьких методів, роботи в малих групах, кейс-стаді, інтроспективної рефлексії, індивідуальних проектів, тренінгів.

Порядок оцінювання результатів навчання

Органічною складовою навчального процесу є систематичний, комплексний контроль й оцінювання якості набутих студентами компетентностей відповідно до вимог державних стандартів освіти, а також адаптації до загальноєвропейських вимог, визначених Європейською системою залікових кредитів (далі ECTS).

Система оцінювання знань, умінь та навичок студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, семінарські та практичні заняття, а також самостійну роботу та виконання індивідуального завдання. Контрольні заходи включають поточний, проміжний і підсумковий контроль.

Порядок поточного оцінювання знань з дисципліни.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних та практичних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи.

Поточний контроль успішності навчальної діяльності студента здійснюється за складовими (максимально можлива кількість балів за видами робіт):

тестування знань за лекційним матеріалом – 15 балів;

виконання практичних завдань – 26 бали;

виконання самостійних завдань – 29 балів.

Результати поточного контролю використовуються для оперативного усунення системних прогалин у засвоєнні навчального матеріалу, а також при обранні схем розвиваючих вправ та завдань. Використання результатів поточного контролю також дозволяє підвищити рівень індивідуалізації у роботі зі студентом та об'єктивізувати навчальні успіхи як основу для розвитку його самоконтролю. Таким чином, поточний контроль є необхідним елементом забезпечення зворотного зв'язку між викладачем і студентом у процесі формування автономності та самостійності останнього, а також у процесі удосконалення системи освітніх заходів за дисципліною.

Проміжний контроль.

Проміжний контроль рівня сформованості компетентностей за дисципліною здійснюється у формі колоквиуму, що передбачає проведення тестування, вирішення завдань стереотипного та діагностичного рівнів та вирішення евристичного завдання. Проміжний контроль здійснюється двічі за семестр.

Сума балів, яку студент може набрати за умови успішного проходження першого та другого колоквиумів – по 15 балів відповідно.

Тестове завдання містить 20 запитань одиничного і множинного вибору щодо перевірки знань основних категорій та теоретичних положень навчальної дисципліни. Тестове завдання формується шляхом випадкового включення до контрольних запитань, що містяться

у засобах діагностики до кожної теми. Тести до тестового завдання обираються з урахуванням рівномірної представленості трьох рівнів складності, а також представленості різних форм їх структури.

Завдання першого рівня складності передбачають володіння студентом понятійно-категоріальним апаратом дисципліни, та орієнтовані на репродуктивні дії під час вибору представлених варіантів.

Завдання другого рівня складності вимагають розуміння системних зв'язків категорій та понять, а також взаємопов'язаності й логічної послідовності різноманітних явищ предметної площини поведінкової економіки.

Завдання третього рівня складності передбачають вибір правильного варіанту на основі синтезу наявної теоретичної інформації та її застосування до практичної ситуації, яка подана в завданні. Успішне розв'язання завдань цього рівня свідчить про сформованість аналітичних умінь та компетентностей щодо оцінки та управління економічною поведінкою.

Для оцінювання рівня відповідей студентів на тестові завдання використовуються такі критерії:

- оцінка 8 балів – 18–20 правильних відповідей;
- 7 балів – 15–17 правильних відповідей;
- 6 балів – 12–14 правильних відповідей;
- 5 балів – 10–11 правильних відповідей;
- 4 бали – 8–9 правильних відповідей;
- 3 бали – 5–7 правильних відповідей;
- 2 бали – 3–4 правильних відповідей;
- 1 бал – 1–2 правильних відповідей;
- 0 балів – 0 правильних відповідей.

Тести для проміжного контролю обираються із загального переліку тестів до тем, що вивчаються в межах модулів навчальної дисципліни.

Завдання стереотипного та діагностичного рівнів становлять ситуативні задачі за тематикою навчальної дисципліни. Успішне розв'язання стереотипного завдання надає можливість студенту отримати 2 бали.

Критеріями оцінювання є:

- правильність вибору методу рішення – 1 бал;
- логічність висновку – 1 бал.

Максимальна оцінка за успішне розв'язання діагностичного завдання оцінюється в 2 бали.

Критерії оцінювання правильності вирішення діагностичного завдання:

- правильність вибору методу вирішення – 1 бал;
- правильність та логічність висновків – 1 бал.

Вирішення евристичного завдання передбачає виявлення рівня сформованості у студента теоретичних знань та здатності до практичного застосування набутих умінь, оцінки проблемної ситуації, відбору релевантної інформації та вибору оптимального шляху розв'язання комплексної проблеми в межах тематики навчальної дисципліни. Кількість балів за умови успішного розв'язання студентом евристичного завдання – 3 бали.

Критеріями оцінювання успішності вирішення студентом евристичного завдання є:

- правильність у відборі релевантної інформації;
- логіка побудови алгоритму дій;
- точність розрахунку та оцінки наслідків реалізації рішення.

Дотримання студентом кожного із критеріїв оцінюється в 1 бал.

Проведення заліку з дисципліни.

Умовою отримання заліку з дисципліни є виконання студентом у відповідні терміни передбачених видів аудиторної та індивідуальної навчальної роботи та сума балів за їх здійснення не менше 60-ти.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D	задовільно	
60 – 63	E		
35 – 59	FX	незадовільно	не зараховано

Рейтинг-план навчальної дисципліни

Тема	Форми та види навчання		Форми оцінювання	Мак бал
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Загальні основи економічної поведінки				54
Тема 1	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Тема 1. Взаємодія в бізнесі	Тестування	1
	Практичне заняття	Модерація: "Чинники успішності взаємодії у бізнесі"	Практична перевірка	2
	<i>Самостійна робота</i>			
	Завдання для самостійного опрацювання	Опрацювання матеріалу теми. Завдання: «Роль взаємодії у бізнесі»	Есе	5
Тема 2	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Тема 2. Психологічні аспекти взаємодії	Тестування	1
	Практичне заняття	Практикум: "Аналіз комунікації"	Практична перевірка	2
	<i>Самостійна робота</i>			
	Завдання для самостійного опрацювання	Опрацювання матеріалу теми. Завдання: «Визначення цілей комунікації»	Оцінка результатів робіт	2
	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Тема 2. Психологічні аспекти взаємодії	Тестування	1
	Практичне заняття	Практикум: "Аналіз інтеракцій"	Практична перевірка	2
	<i>Самостійна робота</i>			
	Завдання для самостійного опрацювання	Опрацювання матеріалу теми. Завдання: «Визначення міжособистісних потреб»	Оцінка результатів робіт	2

Тема 3	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Тема 3. Оцінка та формування довіри в бізнесі	Тестування	1
	Практичне заняття	Практикум: "Методи формування довіри"	Практична перевірка	2
	<i>Самостійна робота</i>			
	Завдання для самостійного опрацювання	Опрацювання матеріалу теми. Завдання: «Індикатори довіри»	Оцінка результатів робіт	2
Тема 4	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Тема 4. Управління емоціями в діловій взаємодії	Тестування	1
	Практичне заняття	Практикум: "Управління емоційними станами"	Практична перевірка	2
	<i>Самостійна робота</i>			
	Завдання для самостійного опрацювання	Опрацювання матеріалу теми. Завдання: «Калібрування емоцій ділового партнера»	Оцінка результатів робіт	2
Тема 5	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Тема 5. Конфлікти у діловій взаємодії та шляхи їх подолання	Тестування	1
	Практичне заняття	Практикум: "Організація ділових переговорів"	Практична перевірка	2
	<i>Самостійна робота</i>			
	Завдання для самостійного опрацювання	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за темою. Завдання: «Аналіз конфлікту»	Оцінка результатів робіт	2
Тема 6	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Тема 6. Профайлінг у діловій взаємодії.	Тестування	1
	Практичне заняття	Практикум: "Побудова метапрограмного профілю"	Практична перевірка	2
	<i>Самостійна робота</i>			
	Завдання для самостійного опрацювання	Опрацювання матеріалу теми. Завдання: «Метапрограмний аналіз»	Оцінка результатів робіт	2
Тема 7	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Тема 7. Маніпуляції, обман, способи їх виявлення та подолання	Тестування	1
	Практичне заняття	Колоквіум за модулем 1	КОЛОКВІУМ	15
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Управління взаємодією із зацікавленими сторонами				46
Тема 8	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Тема 8. Ділові переговори	Тестування	1
	Практичне заняття	Тренінг: "Структура, стратегія та тактика переговорного процесу"	Практична перевірка	2
	<i>Самостійна робота</i>			
	Завдання для самостійного опрацювання	Опрацювання матеріалу теми. Завдання: «Подолання маніпуляцій»	Оцінка результатів робіт	2

Тема 9	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Тема 9. Взаємодія з клієнтами	Тестування	1
	Практичне заняття	Практикум: "Формування ділової пропозиції"	Практична перевірка	2
	<i>Самостійна робота</i>			
	Завдання для самостійного опрацювання	Опрацювання матеріалу теми. Завдання: «Стратегія лояльності»	Оцінка результатів робіт	2
	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Тема 9. Взаємодія з клієнтами	Тестування	1
	Практичне заняття	Практикум: "Технології продажів"	Практична перевірка	2
Тема 10	<i>Самостійна робота</i>			
	Завдання для самостійного опрацювання	Опрацювання матеріалу теми. Завдання: «По-долання заперечень»	Оцінка результатів робіт	2
	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Тема 10. Управління взаємодією з інвесторами	Тестування	1
Тема 10	Практичне заняття	Кейс-метод: "Залучення інвестицій"	Практична перевірка	2
	<i>Самостійна робота</i>			
	Завдання для самостійного опрацювання	Опрацювання матеріалу теми. Завдання: «Од-нохвилинна презентація»	Оцінка результатів робіт	2
Тема 11	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Тема 11. Управління взаємодією з постачальниками	Тестування	1
	Практичне заняття	Практикум: "Процесний підхід до взаємодії"	Практична перевірка	2
	<i>Самостійна робота</i>			
Тема 11	Завдання для самостійного опрацювання	Опрацювання матеріалу за темою. Завдання: «Мотивація постачальника»	Оцінка результатів робіт	2
	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Тема 12. Управління взаємодією з владними структурами	Тестування	1
Тема 12	Практичне заняття	Практикум: "Лобювання інтересів та соціальна відповідальність"	Практична перевірка	2
	<i>Самостійна робота</i>			
	Завдання для самостійного опрацювання	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою. Завдання 10 «Відповідь на запит»	Звіт з виконання завдання	2
Тема 13	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Тема 13. Оцінка ефективності взаємодії	Тестування	1
	Практичне заняття	Колоквіум за модулем 2	КОЛОКВІУМ	15

Рекомендована література

Основна

1. Ушкальов В. В. Взаємодія в бізнесі: конспект лекцій. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 130 с.
2. Методичні рекомендації до виконання практичних завдань з навчальної дисципліни «Взаємодія в бізнесі» для студентів першого (бакалаврського) рівня. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 48 с.

Додаткова

3. Васильєва О. А. Психологія ділового спілкування: навчально-методичний посібник. Ізмаїл: ІДГУ, 2018. 177 с.
4. Олійник О. Ділове спілкування: навчальний посібник. Красноармійськ: КП ДонНТУ, 2009. 380 с.
5. Руль Ю. В., Мартинова Т. О. Психологія профайлінгу: навч. посіб. Київ: ДП Вид. дім “Персонал”, 2018. 236 с.
6. Covey S. M. R. The SPEED of Trust: The One Thing that Changes Everything. New York: Free Press, 2006. 384 p.
7. Dilts R. B., DeLozier J. A., Deborah Sue Bacon Dilts D. S. B. NLP II: The Next Generation: Enriching the Study of the Structure of Subjective Experience. Santa Cruz: Dilts Strategy Group, 2018. 437 p.
8. Ekman P. Emotion in the Human Face. San Jose: Malor Books, 2021. 650 p.
9. Goulston M. Just Listen. Discover the Secret to Getting Through to Absolutely Anyone. New York: AMACOM, 2015. 256 p.
10. Hall M. L., Bodenhamer B. G. The Structure of Personality: Modeling Personality Using NLP and Neuro-Semantics. New York: Crown House Publishing, 2010. 472.
11. MacKenzie J. Psychopath Free (Expanded Edition): Recovering from Emotionally Abusive Relationships With Narcissists, Sociopaths, and Other Toxic People. Berkley: Berkley, 2015. 304 p.
12. Mehrmann E. Schneller zum Ziel durch klare Kommunikation Profitipps fuer den beruflichen Alltag. Nuernberg: Bildung und Wissen Verlag, 2002. 171 p.
13. Morris D. Peoplewatching: The Desmond Morris Guide to Body Language. New York: Vintage, 2002. 544 p.
14. Neely A., Adams C., Kennerley M. The Performance Prism: The Scorecard for Measuring and Managing Business Success. Edinburgh: Pearson Education Limited, 2002. 208 p.

Інформаційні ресурси

15. Взаємодія в бізнесі. Інформаційне забезпечення курсу. URL: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=8304>
16. Paul Ekman Group. The official site of Paul Ekman. URL: <https://www.paulekman.com>
17. Robert Cialdini PhD. The official site of Dr. Robert Cialdini. URL: <https://www.robertcialdinibf.com>