

Міністерство освіти і науки України
Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова

О. С. Філатова

НЕТВОРКІНГ

Навчально-методичні рекомендації до
практичних занять та самостійної
роботи студентів

Миколаїв

2024

УДК 316.45

Ф 51

Рецензент

Костирко Т. М. – канд. наук із соц. комунікацій, доцент (Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова)

Затверджено навчально-методичною радою Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова (протокол № 1 від 21 лютого 2024 року)

Філатова О. С.

Ф 51 Нетворкінг : навч.-метод. рек. та вказівки до самостійної роботи студентів / О. С. Філатова. – Миколаїв : НУК, 2024. – 44 с.

У навчально-методичних рекомендаціях та вказівках до самостійної роботи висвітлено найважливіші питання програмного матеріалу з курсу «Нетворкінг». Головну увагу зосереджено на завданнях, що дають змогу закріпити теоретичні знання й виробити практичні навички опанування студентами мистецтва спілкування та створення взаємозв'язків, які максимально підвищують ефективність вирішення актуальних життєвих та професійних завдань.

Призначені для студентів спеціальності 061 Журналістика, які навчаються за освітньо-професійною програмою «Реклама та зв'язки з громадськістю».

УДК 316.45

© Філатова О. С., 2024
© НУК імені адмірала Макарова, 2024

ЗМІСТ

Пояснювальна записка	4
Критерії оцінювання знань	6
Плани практичних занять	9
Вказівки до самостійного вивчення окремих тем курсу	20
Питання і завдання для контрольної роботи	22
Питання до заліку	23
Тестові завдання для самоконтролю та взаємоконтролю	25
Короткий словник термінів та понять	29
Рекомендовані джерела інформації	42

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Курс «Нетворкінг» – обов'язковий компонент освітньо-професійної програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» спеціальності 061 Журналістика. Дисципліна «Нетворкінг» спрямована на опанування студентами мистецтва спілкування та створення взаємозв'язків, які максимально підвищують ефективність вирішення актуальних життєвих та професійних завдань.

Метою навчальної дисципліни є здобуття практичних вмінь і навичок публічного мовлення і спілкування, застосовування нетворкінгових тактик і підходів, створення особистої стратегії до, під час і після нетворкінгу.

Студенти повинні оволодіти такими фаховими компетентностями:

- ✓ навички використання інформаційних і комунікаційних технологій;
- ✓ здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності;
- ✓ здатність формувати інформаційний контент;
- ✓ здатність ефективно просувати створений медійний продукт;
- ✓ здатність створювати тексти і документи, розробляти оптимальні за складом та функціональністю мультимедійні компоненти для використання у рекламі та PR.

Передумовами для вивчення дисципліни є дисципліни «Іміджологія та іміджменінг», «Ораторське мистецтво та спічрайтинг», «Професійне мовлення і практична стилістика».

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у студентів таких результатів навчання:

- ✓ застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції;
- ✓ використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань;
- ✓ вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою;
- ✓ генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації;
- ✓ використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.

Питання до практичних занять сформульовано за проблемним принципом,

щоб розкрити специфіку, основні принципи та технології нетворкінгу, вивчити правила побудови ефективних відносин, а також спонукати студентів до дискусії та самостійних відкриттів. Із метою розвитку умінь і навичок самостійної науково-дослідницької діяльності до кожного заняття подається система запитань і завдань як орієнтована основа аналітичних дій. Їх виконання сприятиме усвідомленню сутності та природи онлайн- та офлайн-нетворкінгових комунікацій тощо.

Окремі теми виносяться на самостійне опрацювання, але тільки ті, що допомагають краще орієнтуватися в сервісах для нетворкінгу, як організувати успішний захід тощо. Задля самоперевірки знань і умінь студентів пропонуються тести, подається широкий список критичної літератури.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ

Досягнення студента оцінюються за 100-бальною системою Університету.

Підсумкова оцінка навчального курсу включає в себе оцінки з поточного контролю і оцінки заключного іспиту. У кожного компонента своя частка в загальній системі оцінок. У проміжних оцінках студент може набрати до 60 балів (від 60 балів до 100 балів у разі заліку). Під компонентом проміжних оцінок розуміються поточні оцінки протягом семестру (активність, участь в дискусіях; виконання завдань та інше).

Залік відбувається в усній формі. Студент відповідає на 2 питання.

Максимальна кількість балів за кожне питання – 10 балів.

Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти із зазначеної теми (у тому числі, самостійно опрацьованого матеріалу) під час роботи на практичних заняттях та набутих практичних навичок під час виконання індивідуальних завдань.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90–100	A	5 (відмінно)	зараховано
82–89	B	4 (добре)	
74–81	C		
64–73	D	3 (задовільно)	
60–63	E		
35–59	FX	2 (незадовільно з можливістю повторного складання)	не зараховано з можливістю повторного складання
1–34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

		дисципліни	
--	--	------------	--

Відповіді на практичних заняттях	Критерії оцінювання
5	Відповідь правильна, повна, логічна; містить аналіз, систематизацію, узагальнення, аргументовані висновки; використані міждисциплінарні зв'язки.
4	Відповідь в цілому правильна, достатньо повна, логічна; допущені неточності у формулюванні головних смислів та в аналізі.
3	Відповідь частково правильна, містить неточності, недостатньо обґрунтована.
2	Відповідь має суттєві помилки, несформульовані аргументи; використовується невірна термінологія.
1	Відповідь містить значну кількість суттєвих помилок, не обґрунтована.
0	Студент не дає відповіді.

Виконання індивідуальних завдань	Критерії оцінювання
5	Завдання виконано правильно, відповідь повна, логічна, містить аналіз, узагальнення, використані міждисциплінарні зв'язки, містить аргументовані висновки.
4	Завдання виконано в цілому правильно, відповідь достатньо повна, логічна; допущені несуттєві помилки й неточності у викладенні матеріалу.
3	Завдання виконано частково правильно, відповідь містить неточності, недостатньо обґрунтована.
2	Завдання має суттєві помилки, аргументи несформульовані, неправильно використовуються терміни тощо.
1	Завдання має значну кількість суттєвих помилок, не обґрунтовано.
0	Студент не дає відповіді.

Контрольна робота	Критерії оцінювання
9–10	Відповідь правильна, повна, логічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення, аргументовані висновки; використані міждисциплінарні зв'язки.
7–8	Відповідь в цілому правильна, достатньо повна, логічна; допущені несуттєві помилки та неточності у викладенні матеріалу.
5–6	Відповідь частково правильна, містить неточності, недостатньо обґрунтована.
3–4	Відповідь має суттєві помилки, аргументи несформульовані, використовуються невірна термінологія.
1–2	Відповідь містить значну кількість суттєвих помилок, не обґрунтована.
0	Студент не дає відповіді.

Залік	Критерії оцінювання
20–18	Відповідь правильна, повна, логічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення, використані міждисциплінарні зв'язки, містить аргументовані висновки.
17–14	Відповідь в цілому правильна, достатньо повна, логічна; допущені несуттєві помилки та неточності у викладенні матеріалу.
13–10	Відповідь частково правильна, містить неточності, не обґрунтована.
9–5	Відповідь має суттєві помилки, аргументи несформульовані, використовується неправильна термінологія.
4-1	Відповідь містить значну кількість суттєвих помилок, не обґрунтована.
0	Студент не дає відповіді.

ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ

Практичне заняття № 1. Сутність та природа нетворкінгу Теоретичні питання

1. Природа нетворкінгу.
2. Теоретичні основи концепції нетворкінгау.
3. Теорія «шести рукоштовань».

Питання для обговорення

1. Яка мета та інструментарій нетворкінгу? Наведіть приклади зі студентського життя та професійної діяльності.
2. Чому базу своїх знайомств потрібно формувати відразу як людина визначилася з професією? Наведіть аргументи.
3. Чи можна нетворкінг вважати одним із способів управління міжособистісною комунікацією? Наведіть аргументи.
4. Як ви розумієте прислів'я «хто не планує своєї перемоги, той планує чужу». Який зв'язок зміст прислів'я має з нетворкінгом?
5. Нетворкінг і дружба – рівнозначні поняття чи ні? Вони пов'язані між собою чи ні? Поясніть свої міркування.
6. Як впливає на нетворкінг невміння комунікувати з людьми?
7. Що спеціалісти мають на увазі, коли говорять: «Людина в процесі нетворкінгу створює себе сама»? Поясніть свої міркування прикладами з професійної діяльності медійника.

Дискусія

1. Чи погоджуєтеся з думкою, що «зв'язки вирішують все».
2. Чи не здається вам, що нетворкінг – це маніпуляція людьми?
3. Якщо ви будете стосунки з людьми відповідно до вашого «таємного» плану, чи не стають такі стосунки «фальшивими»?

Література

1. Брич, В. Я. Нетворкінг: поняття та особливості застосування в управлінні персоналом / В. Я. Брич, Х. А. Снігур. – Режим доступу : http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2017/2017_5/jrn/pdf/21.pdf
2. Вікрі, К. Нетворкінг для інтровертів. Поради для комфортної та ефективної комунікації / К. Вікрі. – Київ : Vivat, 2020. – 224 с.
3. Петерсил, Г. 10 советов для прорыва в нетворкинге / Г. Петерсил // Synergy Global Forum. – 2015. – Режим доступу : https://www.youtube.com/watch?v=gtvD3MW_Rqs
4. Завадська, О. М. Нетворкінг бізнесу: поняття та особливості / О. М. Завадська // Економічні науки. Серія : Регіональна економіка. – 2019. – Вип. 16. – С. 18–23. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnre_2019_16_4

5. НЕТВОРКІНГ. Як створити мережу корисних знайомств. – Режим доступу : <https://www.youtube.com/watch?v=6zBTeUrhPek>

6. Сом, С. Монетизація спілкування або як правильно заводити бізнес-знайомства / С. Сом. – Режим доступу : <https://biz.nv.ua/ukr/experts/networking-hto-i-yak-povinen-spilkuvatisya-vid-imeni-kompaniji-50069579.html>

7. Степаненко, К. Головні секрети нетворкінгу, або як навчитися дружити з користю для кар'єри / К. Степаненко. – Режим доступу : <https://lifestyle.segodnya.ua/ua/lifestyle/glavnye-sekrety-netvorkinga-ili-kak-nauchitsya-druzhit-s-polzoy-dlya-karery-684113.html>

Практичне заняття № 2. Види та рівні нетворкінгу

Теоретичні питання

1. Види нетворкінгу.
2. Типи вибудовування мережі корисних знайомств.
3. Рівні нетворкінгу.
4. Принципи нетворкінгу.

Питання для обговорення

1. Назвіть форми проведення онлайн- і офлайн-нетворкінгу.
2. Які форми проведення профільних івентів варто використати для нетворкінгу?
3. Чому мову тіла називають природною частиною спілкування? Наведіть аргументи. Продемонструйте на прикладах.
4. Чому перше враження про людину часто буває помилковим?
5. Що означає четвертий принцип нетворкінгу «будьте щедрі»? Наведіть приклади «щедрості» та аргументуйте свою думку.

Індивідуальні завдання

Завдання 1. Запропонуйте формат проведення внутрішнього нетворкінгу, який спрямований на зміцнення позицій кадрового бренду компанії/фірми та створення зовнішнього кадрового резерву.

Завдання 2. Наведіть приклади з вашої освітньої / професійної діяльності позитивного, негативного та змішаного нетворкінгу.

Література

1. Брич, В. Я. Нетворкінг: поняття та особливості застосування в управлінні персоналом / В. Я. Брич, Х. А. Снігур. – Режим доступу : http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2017/2017_5/jrn/pdf/21.pdf
2. Вікрі, К. Нетворкінг для інтровертів. Поради для комфортної та ефективної

комунікації / К. Вікрі. – Київ : Vivat, 2020. – 224 с.

3. Петерсил, Г. 10 советов для прорыва в нетворкинге / Г. Петерсил // Synergy Global Forum. – 2015. – Режим доступу : https://www.youtube.com/watch?v=gtvD3MW_Rqs

4. Завадська, О. М. Нетворкінг бізнесу: поняття та особливості / О. М. Завадська // Економічні науки. Серія : Регіональна економіка. – 2019. – Вип. 16. – С. 18–23. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnre_2019_16_4

5. Фартович, Д. Що таке нетворкінг простими словами: як заводити корисні знайомства + основні правила нетворкінгу / Д. Фартович. – Режим доступу : <https://fintramplin.com/networking/>

6. Феррацці, К. Ніколи не їжте наодинці та інші секрети успіху завдяки широкому колу знайомств / К. Феррацці, Т. Рез. – Харків : КСД, 2022. – 352 с. – Режим доступу : https://shron1.chtyvo.org.ua/Ferratstsi_Keit/Nikoly_ne_izhte_

Практичне заняття № 3–4.

Правила нетворкінгу. Питання для обговорення

1. Доведіть, що нетворкінг – це процес. Наведіть аргументи.
2. Чому для формування нових зв'язків людині потрібно вийти зі «звичного кола»? Наведіть аргументи.
3. Чому будувати стосунки слід завчасно? Наведіть аргументи.
4. Продовжіть думку «Для ... необхідно визначити свою мету і відповідно до неї розробити план створення».
5. Запропонуйте алгоритм дій для отримання позитивного результату знайомства.
6. Які засоби і способи слід використовувати для знайомства? Чому?
7. Чи потрібно звертатися за допомогою до високостатусних людей?
8. Чому треба знайомити старих і нових друзів між собою та запрошувати до спілкування обох?
9. Чи потрібно періодично підтримувати контакти з людьми? Чому?
10. Чому в нетворкінгу важливо не тільки брати, а й віддавати? Наведіть аргументи.
11. Якої дистанції варто дотримувати під час бесіди? Аргументуйте свою думку.
12. Серед порад фахових нетворкерів є кумедна порада тримати одну руку вільною і чистою. Про що йдеться в цій пораді і чому це важливо?
13. Чи не втратила сьогодні свого прикладного значення візитка? Аргументуйте свою думку.
14. У чому користь нетворкінгу для студентів? Які форми нетворкінгу ви використовували під час навчання?

Індивідуальні завдання

Завдання 1. Уявіть собі, що ви спілкуєтеся з колегами на конференції. Вам необхідно продемонструвати свою «родзинку», розповівши дивовижну історію про себе (з професійного життя, навчання, хобі тощо).

Завдання 2. Використовуючи формат elevator pitch (30 сек), розкажіть про себе так, щоб зацікавити «потрібну» вам людину.

Завдання 3. Підготуйте алгоритм власної історії, яка добре «продасть» свого автора та створить його позитивний імідж.

Приклади

- Чим ви займаєтеся?
- Я адвокат. Дарую людям свободу – спеціалізуюся на питаннях розлучення та шлюбних договорів.
- Де працюєте?
- Керівник освітнього центру «...». Вчора запустили курс, що покращує пам'ять і вже сьогодні дзвонили батьки дітей і звітували про перші результати. Я така щаслива!
- Де живеєте?
- У Винниках, це передмістя Львова. Саме наші Винники цікаві тим, що тут провів свої дитячі та юнацькі роки засновник мазохізму Леопольд Захер фон Мазох.

Завдання 4.

Запропонуйте кілька фраз, із яких можна почати розмову в кулуарах	
1 підгрупа	2 підгрупа
Тема «їжа»	Тема «спорт»

Завдання 5.

Запропонуйте кілька компліментарних фраз, із яких можна почати розмову в кулуарах	
1 підгрупа	2 підгрупа
Тема «організація заходу»	Тема «оформлення нетворкінг-зони»

Завдання 6. Ви хочете завершити розмову, в той час, як ваш співбесідник має намір її продовжити. Наведіть кілька фраз, якими можна завершити розмову.

Завдання 7. Поясніть помилки під час спроби зав'язати потрібний діловий або особистий контакт. Які три спроби іншої людини бути вам корисною було втрачено під час цього діалогу?

- Хтось стоїть поряд з вами і намагається бути ввічливим та приємним, починаючи розмову.
- Чим ви займаєтеся?
- Лікар.
- Де працюєте?
- У лікарні.
- Де живеєте?
- Львів.

Завдання 8. Під час знайомства ви отримали візитки від «потрібних» людей. Запропонуйте варіант, як нагадати про себе протягом першого після зустрічі тижня?

Література

1. Вікрі, К. Нетворкінг для інтровертів. Поради для комфортної та ефективної комунікації / К. Вікрі. – Київ : Vivat, 2020. – 224 с.
2. Вікрі, К. Як заводити корисні знайомства, якщо ви це ненавидите / К. Вікрі. – Режим доступу : <https://www.bbc.com/ukrainian/vert-cap-48256436>
3. Петерсил, Г. 10 советов для прорыва в нетворкинге / Г. Петерсил // Synergy Global Forum. – 2015. – Режим доступу : https://www.youtube.com/watch?v=gtvD3MW_Rqs
4. Доусон, Р. Майстерність спілкування в будь-якій ситуації / Р. Доусон. – Режим доступу : http://litmisto.org.ua/?page_id=2934
5. Мещерякова, К. Нетворкінг: як заводити корисні зв'язки в офлайн та онлайн / К. Мещерякова. – Режим доступу : <https://www.gen.tech/post/vse-pro-networking->
6. НЕТВОРКІНГ. Як створити мережу корисних знайомств. – Режим доступу : <https://www.youtube.com/watch?v=6zBTeUrhPek>
7. Пищик, К. Чашка кави – одне знайомство. Золоті правила нетворкінгу / К. Пищик. – Режим доступу : <https://biz.nv.ua/ukr/experts/networking-golovni-pravila-i-knigi-yak-znayti-vazhlivi-znayomstva-poradi-50133288.html>

Практичне заняття № 5–6. Офлайн/онлайн-нетворкінг: специфіка організації та проведення

Питання для обговорення

1. Чому на заходи краще приходити раніше і не уникати кулуарів?
2. Від чого залежить час самопрезентації та її зміст?
3. Яке «паливо» для розмови спеціалісти рекомендують використовувати на початку спілкування?
4. Як почати розмову навіть з готовими до спілкування людьми, якщо ви невпевнені в собі? Аргументуйте свою думку.
5. Як не почувати себе ніяково та не нав'язуватись?
6. Чи потрібно закріплювати нове знайомство у digital? Які форми є ефективними?
7. Чи потрібен фоллоу ап після знайомства? Чому?
8. Визначте порядок організації нетворкінг-заходу.
9. Як вибрати місце для нетворкінгу?
10. Назвіть основні інструменти для знайомства під час профільних заходів (пов'язаних із вашою професійною діяльністю).
11. Який час є найкращим для проведення нетворкінгу?
12. У чому специфіка організації та проведення онлайн-нетворкінгу?
13. Як «розтопити лід» між учасниками онлайн-нетворкінгу?
14. Які додаткові вимоги до самопрезентації під час онлайн-нетворкінгу?
15. Яку домашню роботу варто провести перед участю в заході?

Індивідуальні завдання

Завдання 1. Для організованого вами заходу (форму проведення оберіть самостійно) запропонуйте чек-лист із пунктами як налагодити комунікацію між учасниками.

Завдання 2. Запропонуйте нетворкінг-захід, що відображає ваш досвід навчання чи професійної діяльності відповідно до порядку його організації. Визначте інструменти для знайомства його учасників: зразки бейджів, візитки.

Завдання 3. Запропонуйте та проведіть гру для того, щоб «розтопити лід» між учасниками онлайн-нетворкінгу.

Завдання 4. «Оживіть» процедуру знайомства! Надайте їм мінімальну інформацію один про одного! Про що?

- ✓ про сферу діяльності;
- ✓ про захоплення;

- ✓ про таланти;
- ✓ про досягнення;
- ✓ про те, за яких обставинах ви познайомилися.

Приклади

Це Тетяна – редактор модного глянцевого журналу «...».

Це Сергій – він захоплюється шахами і постійно у всіх виграє! Це Олексій – в нього талант художника, хоча працює в сфері ІТ.

Це Анна – минулого року її визнали «Кращою журналісткою року». Це Андрій, ми познайомилися під час мандрівки Бразилією.

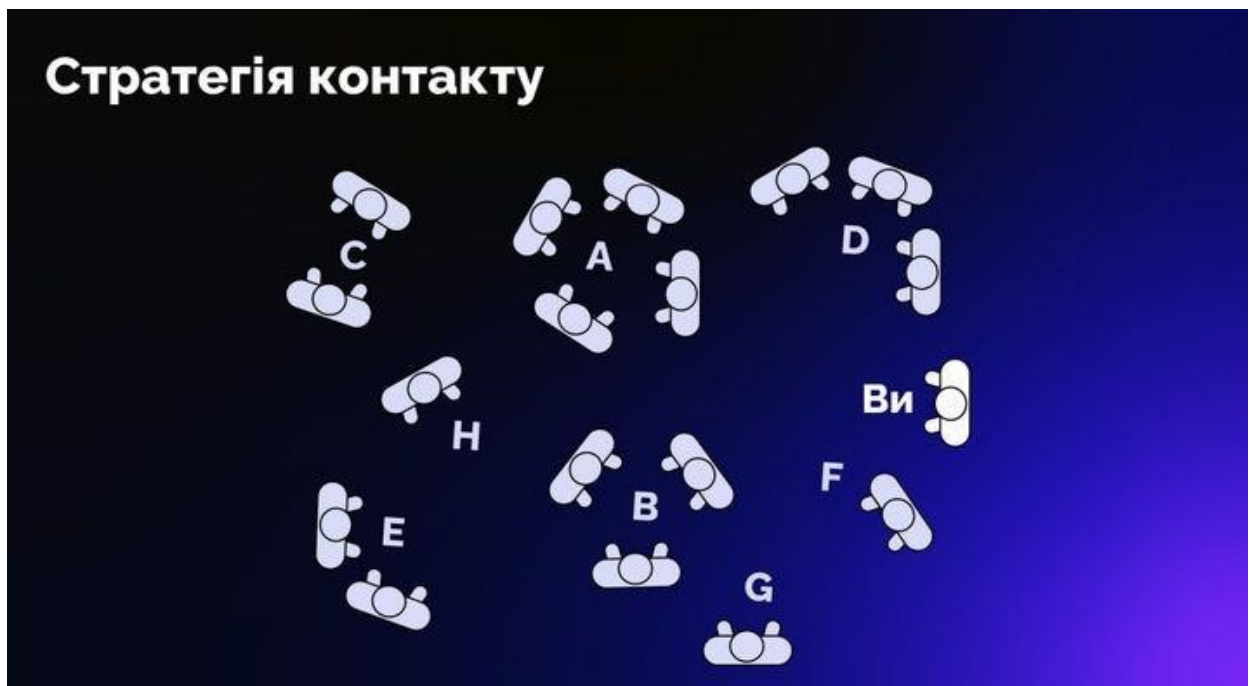
Які з цих груп будуть найбільш відкриті до спілкування з вами?

Завдання 5. Уявіть: хтось в компанії щось розкажує і раптом підходить офіціант прийняти замовлення. У цей час падає на підлогу тарілка чи з'являється нова людина в кімнаті. Що роблять люди? Перемикаються на нову подію чи людину. А історія чи анекдот, як і їх оповідач, залишаються без уваги.

І тут ви – принц / принцеса на білому коні – рятуєте перервану розповідь і заробляєте собі балів / плюсів к карму (хто на що орієнтований) як в бізнесі, так і в житті.

Як це зробити? Назвіть 2–3 варіанти виходу з ситуації.

Завдання 6. Які з цих груп будуть найбільш відкриті до спілкування з вами?



Література

1. Вікрі, К. Як заводити корисні знайомства, якщо ви це ненавидите / К. Вікрі. – Режим доступу : <https://www.bbc.com/ukrainian/vert-cap-48256436>
2. Пищик, К. Чашка кави – одне знайомство. Золоті правила нетворкінгу / К. Пищик. – Режим доступу : <https://biz.nv.ua/ukr/experts/networking-golovni-pravila-i-knigi-yak-znayti-vazhlivi-znayomstva-poradi-50133288.html>
3. Сервіси для нетворкінгу. – Режим доступу : <https://nauka.gov.ua/information/servisy-dlia-netvorkinhu/>
4. Степаненко, К. Головні секрети нетворкінгу, або як навчитися дружити з користю для кар'єри / К. Степаненко. – Режим доступу : <https://lifestyle.segodnya.ua/>
5. Фартович, Д. Що таке нетворкінг простими словами: як заводити корисні знайомства + основні правила нетворкінгу / Д. Фартович. – Режим доступу : <https://fintramplin.com/networking/>
6. Феррацці, К. Ніколи не їжте наодинці та інші секрети успіху завдяки широкому колу знайомств / К. Феррацці, Т. Рез. – Харків : КСД, 2022. – 352 с. Режим доступу : https://shron1.chtyvo.org.ua/Ferratstsi_Keit/Nikoly_ne_izhte_
7. Як взяти участь у семінарі і не пошкодувати про це. Чек-лист проти тренінгових розчарувань. – Режим доступу : <https://natashaburilo.medium.com/>
8. Як заводити корисні знайомства для роботи та кар'єри: правила та фішки нетворкінгу. – Режим доступу : <https://itexpert.work/uk/pravyla-netvorkingu/>
9. 26 порад, як організувати успішний захід. – Режим доступу : https://ngo.zt.ua/org_zahid/

Практичне заняття № 7.

Нетворкінгові онлайн-комунікації. Питання для обговорення

1. Якими правилами для онлайн-нетворкінгу потрібно керуватися в соціальних мережах?
2. Визначте роль цифрових технологій у встановленні нових зв'язків: Facebook, Twitter, LinkedIn та YouTube... Наведіть приклади з власних/професійних сторінок тощо.
3. Як посилити свою цінність для нетворкінгу? Наведіть приклади.
4. Поясніть, чому найтісніші зв'язки зав'язуються під час спільної діяльності, хай навіть віртуальної. Наведіть приклади такої співпраці.
5. Як визначити пральний час для спілкування?

Індивідуальні завдання

Завдання 1. Ви хочете підписатися на сторінку людини, з якою потрібно налагодити зв'язки. Запропонуйте коротке повідомлення, чому вам цікаві людина та її контент.

Завдання 2. Проаналізуйте свою сторінку в соцмережах як зразок самопрезентації.

Завдання 3. Напишіть коментар до посту на сторінці фейсбук Медіа Хаб НУК або Центру зв'язків із громадськістю НУК імені адмірала Макарова.

Завдання 4. На особистій сторінці у соцмережах визначте ключові слова професійного контенту, які можуть слугувати для онлайн-нетворкінгу.

Завдання 5. Проаналізуйте заголовки контенту ваших однокласників у соцмережах та з'ясуйте, чи відповідають вони вимогам (оригінальність, лаконічність, чіткість, зрозумілість, конкретність).

Література

1. Петерсил, Г. 10 советов для прорыва в нетворкинге / Г. Петерсил // Synergy Global Forum. – 2015. – Режим доступу : https://www.youtube.com/watch?v=gTvD3MW_Rqs
2. Доусон, Р. Майстерність спілкування в будь-якій ситуації / Р. Доусон. – Режим доступу : http://litmisto.org.ua/?page_id=2934
3. Мещерякова, К. Нетворкінг: як заводити корисні зв'язки в офлайн та онлайн / К. Мещерякова. – Режим доступу : <https://www.gen.tech/post/vse-pro->

networking-online-offline

4. Сервіси для нетворкінгу. – Режим доступу :
<https://nauka.gov.ua/information/servisy-dlia-netvorkinhu/>

5. Як взяти участь у семінарі і не пошкодувати про це. Чек-лист проти тренінгових розчарувань. – Режим доступу :
<https://natashaburilo.medium.com/%D1%8F%D0%BA-%D0%B2%D0%B7%D1>

[8F%D1%82%D0%B8-%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%8C-%D1%83-%D1%81%D0%B5%D0%BC%D1%96%D0%BD%D0%B0%D1%80%D1%96-%D1%96-%D0%BD%D0%B5-%D0%BF%D0%BE%D1%88%D0%BA%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B8-%D0%BF%D1%80%D0%BE-%D1%86%D0%B5-52d2bd3b9b74](https://natashaburilo.medium.com/%D1%8F%D0%BA-%D0%B2%D0%B7%D1%8F%D1%82%D0%B8-%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%8C-%D1%83-%D1%81%D0%B5%D0%BC%D1%96%D0%BD%D0%B0%D1%80%D1%96-%D1%96-%D0%BD%D0%B5-%D0%BF%D0%BE%D1%88%D0%BA%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B8-%D0%BF%D1%80%D0%BE-%D1%86%D0%B5-52d2bd3b9b74)

6. Як заводити корисні знайомства для роботи та кар'єри: правила та фішки нетворкінгу. – Режим доступу : <https://itexpert.work/uk/pravylyla-netvorkingu/>

7. 26 порад, як організувати успішний захід. – Режим доступу :
https://ngo.zt.ua/org_zahid/

8. 82+ важливих питань для нетворкінгу для підвищення успіху в кар'єрі. –
Режим доступу : <https://ahaslides.com/uk/blog/networking-questions/>

ВКАЗІВКИ

ДО САМОСТІЙНОГО ВИВЧЕННЯ ОКРЕМИХ ТЕМ КУРСУ

Серед основних форм організації навчального процесу у закладах вищої освіти – навчальних занять, виконання індивідуальних завдань, практичної підготовки та контрольних заходів – важливу роль має самостійна робота студентів. Цей вид діяльності здійснюється під час аудиторних та позааудиторних занять під керівництвом викладача чи без його безпосередньої участі.

Курс вивчення нетворкінгу передбачає самостійну роботу, бо йдеться, перш за все, про опанування студентами мистецтва спілкування та створення взаємозв'язків, які максимально підвищують ефективність вирішення актуальних життєвих та професійних завдань. Самостійна робота забезпечує системність знань та засобів навчання, володіння прийомами аналітичного осмислення матеріалу, мобільність і критичність мислення, здібність до творчої діяльності.

Навчальний матеріал, передбачений робочою програмою для засвоєння в процесі самостійної роботи, виноситься на підсумковий контроль поряд з навчальним матеріалом, який опрацьовувався при проведенні аудиторних занять. Самостійне вивчення студентом програмного матеріалу полягає у вивченні окремих теоретичних питань, критичних джерел із запропонованого списку та укладанні конспективних матеріалів для підготовки до практичних занять, контрольної роботи, заліку.

Алгоритм самостійного вивчення окремих тем курсу «Нетворкінг»

- опрацювати як обов'язкову, так і додаткову літературу, звертаючись при цьому до інтернетресурсів;
- підготувати план викладу матеріалу, звертаючи увагу на логіку висвітлення питання та способи аргументації власних думок;
- аналізувати проблему, застосовуючи методологічні принципи системного підходу до її аналізу;
- підтвердити теоретичні положення конкретними прикладами;
- логічно та аргументовано викладати свої думки в усній/письмовій формі;
- виконати усі передбачені навчальною програмою завдання.

Контроль самостійної роботи студентів включає: а) відповіді на контрольні або тестові питання; б) перевірку вирішення проблемних ситуацій/ питань; в)

перевірку виконаних індивідуальних завдань.

Теми для самостійного опрацювання

№ з/п	Назва теми
1.	Корисні знайомства для роботи та кар'єри
2.	Сервіси для нетворкінгу
3.	Майстерність вербальної комунікації для нетворкінгу
4.	Впевненість і харизма при спілкуванні з особистостями різного типу
5.	Нетворкінг бізнесу: поняття та особливості
6.	Особливості бізнес-знайомства
7.	Етика та етикет у процесі нетворкінгу
8.	Невербальні засоби комунікації в процесі нетворкінгу
9.	Евент-практики і нетворкінг-комунікації
10.	Роль неформальних комунікацій в медійній сфері

ПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДО КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

1. Охарактеризуйте правила поведінки під час онлайн-нетворкінгу.
2. Охарактеризуйте правила поведінки під час офлайн-нетворкінгу.
3. Назвіть та охарактеризуйте сервіси для нетворкінгу в медійній сфері.
4. Охарактеризуйте LinkedIn – соціальна мережа для пошуку та встановлення ділових контактів
5. Поясніть вислів «зв'язки вирішують усе».
6. Помилки в нетворкінгу.
7. Навіщо займатися нетворкінгом? Чи треба займатися нетворкінгом під час навчання в університеті?
8. Правила нетворкінгу в офлайні.
9. Правила нетворкінгу в онлайні.
10. Поясніть вислів К.Феррацці «ніколи не їжте наодинці».
11. У чому специфіка комунікації в умовах цифрової ери.
12. Охарактеризуйте принципи нетворкінгу, які допоможуть завести корисні знайомства.
13. Чому для спілкування важливі впевненість і харизма? Обґрунтуйте свою думку.
14. Що означає четвертий принцип нетворкінгу «будьте щедрі»? Наведіть приклади «щедрості» та аргументуйте свою думку.
15. Наведіть приклади з вашої освітньої/професійної діяльності позитивного, негативного та змішаного нетворкінгу.
16. Запропонуйте алгоритм дій для отримання позитивного результату знайомства.
17. Назвіть та охарактеризуйте засоби і способи, які варто слід використовувати для знайомства?
18. Визначте порядок організації нетворкінг-заходу.
19. Доведіть, що нетворкінг – це процес. Наведіть аргументи.
20. Доведіть, що для формування нових зв'язків людині потрібно вийти зі «звичного кола»? Наведіть аргументи.

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАЛІКУ

1. Сутність та природа нетворкінгу.
2. Функції нетворкінгу.
3. Види і рівні нетворкінгу.
4. Основні принципи нетворкінгу.
5. Правила побудови ефективних відносин.
6. Сучасні технології нетворкінгу.
7. Онлайн-нетворкінг: специфіка організації та проведення.
8. Офлайн-нетворкінг: специфіка організації та проведення.
9. Нетворкінгові онлайн-комунікації.
10. Евент-практики і нетворкінг-комунікації.
11. Невербальні засоби комунікації в процесі нетворкінгу.
12. Роль неформальних комунікацій в медійній сфері.
13. Етика та етикет у процесі нетворкінгу.
14. Майстерність вербальної комунікації для нетворкінгу.
15. Впевненість і харизма при спілкуванні з особистостями різного типу.
16. Нетворкінг бізнесу: поняття та особливості.
17. Роль цифрових технологій для нетворкінгу.
18. Теоретичні основи концепції нетворкінгу.
19. Теорія «шести рукошестикань».
20. Внутрішній нетворкінг для зміцнення кадрового бренду компанії/фірми.
21. Нетворкінг в публічних професіях. Визначення поняття.
22. Вміння домовлятися.
23. Основні незмінні якості успішного парламентаря.
24. Алгоритм підготовки переговорів будь-якого рівня.
25. Переговори про заробітну плату та умови роботи
26. Індивідуальний підхід до переговорного процесу
27. Бар'єри переговорів та домовленостей.
28. Дискусія. Зворотній зв'язок аудиторії.
29. Networking organizer.
30. Розділи networking планеру.
31. Створення особистого networking органайзера.
32. Нетворкінг-планер на 52 тижні року.
33. Створення розділів «додавання цінності».
34. Нетворкінг-контакти.
35. Нетворкінг і розвиток особистого бренду.
36. Позитивний, негативний, змішаний нетворкінг.
37. Внутрішній та зовнішній нетворкінг.
38. Цикл побудови нетворкінгу в онлайні.
39. Письмова онлайн-комунікація.
40. Самопрезентація під час онлайн-нетворкінгу.

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ ТА ВЗАЄМОКОНТРОЛЮ

1. Авторами теорії «шести рукостискань» є:
 - а) Джеффрі Треверс, Стенлі Мілгрем;
 - б) Дарсі Різак, Кетрін Стотхарт;
 - в) Радислав Гандапас, Стенлі Мілгрем;
 - г) Альфред Нобель, Генрі Форд.

2. Визначте неправильну дефініцію поняття «нетворкінг»:
 - а) нетворкінг – це процес збору, зберігання і поширення інформації, корисної для вас і людей у вашій мережі;
 - б) нетворкінг є утворенням спільноти і об'єднує професіоналів своєї області;
 - в) нетворкінг – є об'єднання високо професійних особистостей;
 - г) нетворкінг – це мистецтво просування досягнень інших осіб.

3. Хто автор книжки «Зв'язки вирішують все»?
 - а) Кейт Феррацці;
 - б) Томмі Сполдінг;
 - в) Берт Андерсон;
 - г) Дарсі Різак.

4. Назвіть типи нетворкінгу:
 - а) змішаний, об'єктивний, діловий;
 - б) комерційний, приватний, особистий;
 - в) позитивний, негативний, змішаний;
 - г) комерційний, приватний, діловий.

5. Принцип «я більше віддаю, ніж беру» є визначальним для:
 - а) позитивного нетворкінгу;
 - б) комерційного;
 - в) змішаного;
 - г) ділового.

6. Завданням внутрішнього нетворкінгу є:
 - а) виявляти неформальні комунікаційні мережі між підприємствами;
 - б) зміцнювати організаційні зв'язки всередині організації;
 - в) вибудовуванні корисних зв'язків поза організацією;
 - г) сприяти встановленню дружніх відносин керівників.

7. Нетворкінг як процес передбачає такі етапи:
 - а) встановлення, підтримка зв'язків та утримання зв'язків;
 - б) встановлення та утримування зв'язків;

- в) використання та посилення зв'язків;
 - г) підтримка зв'язків та утримання зв'язків.
8. Продовжіть думку: «щоб познайомитися з новими людьми, необхідно вийти...»
- а) ... з домашнього кола;
 - б) ... зі звичного кола;
 - в) ... зі звичних уподобань;
 - г) ... з установлених стандартів.
9. Чому на заходи краще приходити раніше й не ховатися в кулуарах?
- а) щоб не гаяти час на заході;
 - б) що створити нові контакти швидко;
 - в) щоб встигнути на каву-брейк;
 - г) щоб встигнути познайомитися.
10. У процес встановлення і підтримання корисних зв'язків необхідно
- а) самому/самій інвестувати власний час, досвід, інші ресурси;
 - б) самому/самій брати максимум інформації від інших людей;
 - в) самому/самій звертатися до нових знайомих;
 - г) самому/самій шукати нових знайомих.
11. Які теми створюють міцний емоційний зв'язок між людьми?
- а) тема стосунків між чоловіком і дружиною;
 - б) тема добробуту і дітей;
 - в) політична тема;
 - г) волонтерська тема.
12. Віртуальним резюме або портфоліо особистості вважаються:
- а) виступ на конференції;
 - б) онлайн-тренінг;
 - в) соціальні мережі;
 - г) онлайн-зустріч професійних ком'юніті.
13. Базова структура інтро:
- а) ім'я та прізвище, посада та компанія, експертність, професійний досвід;
 - б) ім'я та прізвище, вік, посада та компанія, особисті вподобання;
 - в) ім'я та прізвище, вподобання, захоплення, посада та компанія;
 - г) ім'я та прізвище, посада та компанія, сімейний стан, професійний досвід.
14. Фоллоуапнути нового знайомого після заходу означає:
- а) надіслати корисне посилання чи назву книги, що обговорювалася;
 - б) зателефонувати при першій нагоді;
 - в) подарувати візитку та не нагадувати про себе без потреби;

г) зайвий раз не турбувати свого нового знайомого.

15. Які заходи необхідні для організації нетворкінг-заходу:

- а) визначитися з кількістю гостей та складом запрошених;
- б) визначитися з співведучим/модератором та часом;
- в) підібрати музичний супровід;
- г) визначитися з «якістю» запрошених».

16. Якщо на заході близько 100 учасників, то оптимальний час нетворкінгу...

- а) 15 хвилин;
- б) 60 хвилин;
- в) 25 хвилин;
- г) 40 хвилин.

17. Під час онлайн-нетворкінгу діджитал-візитівками є:

- а) соціальні мережі;
- б) ютуб;
- в) офіційний сайт;
- г) онлан-тренінг.

18. Як «розтопити лід» між учасниками онлайн-заходу?

- а) провести гру, розминку;
- б) розповісти про прочитану книжку;
- в) оголосити перерву та запросити до розмови в чаті;
- г) обговорити професійну тему.

19. Для того, щоб стати впізнаваним в соцмережах, необхідно:

- а) писати грамотні коментарі та пости в цільових групах;
- б) постити фото знайомих; в) вітати з днем народження;
- г) розповідати про своє матеріальне становище.

КОРОТКИЙ СЛОВНИК ТЕРМІНІВ ТА ПОНЯТЬ

Термін, поняття	Тлумачення
Аватар	невелике статичне або анімоване зображення, що використовується для персоналізації користувача різних онлайн-сервісів (месенджерів, форумів, чатів, порталів, блогів, соціальних мереж тощо). Аватар може бути присутнім на сторінці інформації про користувача, супроводжувати його повідомлення тощо. Разом із іменем користувача (або псевдонімом-ніком) аватар відображає реальні або вигадані якості їхнього власника, риси характеру, переконання, соціальний статус з метою повідомлення про них іншим користувачам та створення бажаного враження.
Аудиторія	соціальна спільнота, об'єднана взаємодією з комунікатором (індивідом або групою), які володіють інформацією та доносять її до цієї спільноти. Слово використовується також для позначення загалу слухачів чи глядачів засобів масової інформації.
Акаунт	обліковий запис, що містить відомості, необхідні для ідентифікації користувача під час підключення до системи, інформацію для авторизації і обліку (ім'я користувача та пароль, спеціальне секретне питання/кілька питань, рідше – біометричні характеристики. Може містити додаткові анкетні дані користувача: ім'я, прізвище, по батькові, псевдонім, стать, вік, дата народження, адреса e-mail, номер телефону, номер ICQ, ідентифікатор Skype тощо.

Бейдж	елемент уніформи чи амуніції у формі значка, наліпки чи картки, призначений для інформування даних чи ідентифікації особи його носія.
Блог, блог	веб-сайт, основний вміст якого – записи, що регулярно додаються, та зображення й мультимедіа. Блог можна використовувати як портфоліо чи резюме, як записник чи просто місце збереження корисної інформації..
Блогер, блогер	Людина, яка веде блог, тобто займається діяльністю, що передбачає розміщення відповідного контенту у вигляді записів, думок, а також аудіо- та відеоматеріалів.
Блогосфера, блогосфера	сукупність всіх блогів.
Візуалізація	унаочнення, створення умов для візуального спостереження.
Бізнес-нетворкінг	встановлення ділових контактів, які можуть виявитися корисними для вирішення певних бізнес-завдань.
Вай-фай	технологія бездротової мережі, що дає можливість користуватися інтернетом, не під'єднуючи мережевий кабель безпосередньо до гаджету.
Вебінар	формат проведення зустрічей, семінарів, тренінгів та інших заходів за допомогою Інтернету.
Візитка	картка з контактною інформацією про людину, компанію, установу, де вказується прізвище, ім'я та по батькові власника, назва установи тощо для вручення під час знайомства.
Волонтер	людина, яка безкоштовно й добровільно використовує власний час та можливості заради

	суспільно-важливої місії, допомагає тим, хто опинився в складній життєвій ситуації.
Воркшоп	практичне групове заняття, під час якого майстер демонструє групі свої уміння, а учасник самостійно здобуває практичні навички та вміння.
Гаджет	електронний пристрій або інший засіб, що поєднує в собі високі технології та цілком реальне застосування. Типи гаджетів: мобільний телефон, смартфон, портативна гральна приставка, мультимедійний програвач, GPS-навігатор, електронна книга.
Дайджест	вид електронної розсилки, у якій підписник періодично отримує всі публікації за певний період (а не кожен публікацію в окремому електронному листі).
Діалог	форма мовлення між двома особами, що складається з реплік (запитання/відповідь). Використовується з метою обміну інформацією.
Документ	одне із джерел інформації для журналіста (разом з інтерв'ю та власними спостереженнями) – письмове свідчення, доказ, акт, що має юридичну силу.
Досвід	сукупність накопичених знань, умінь, вражень та вмінь, які людина здобуває протягом свого життя через сприймання, вивчення, взаємодію з навколишнім світом.
Досьє	зібрання документів, що стосуються якого-небудь питання, якої-небудь справи; або папка з такими документами.
Емоційність	багатовимірною якістю особистості, що характеризує зміст, якість і динаміку переживань людини.

Епітет	образне означення, влучна характеристика особи.
	предмета або явища, яка підкреслює їх суттєву ознаку, дає ідейно-емоційну оцінку.
Етикет	сукупність правил поведінки, що регулює прояви людських взаємин та поведінки в громадських місцях (поведінка в громадських місцях, форми звертання, привітання, манери поведінки, одяг тощо).
Етика	наука, що вивчає мораль, норми поведінки, сукупність моральних правил певної суспільної чи професійної групи (наприклад, лікарська етика, етика державного службовця тощо).
Інтерактив	поняття, що розкриває характер і ступінь взаємодії між об'єктами. Використовується в теорії інформації, інформатиці та програмуванні, в соціології та системі телекомунікацій тощо.
Журналіст	професійний літератор, постійний співробітник, штатний працівник періодичного видання, інформаційного органу, редакції радіомовлення або студії телебачення, організатор творчого процесу
Журналістика	1) одна з форм суспільно-політичної діяльності, літературно-публіцистична праця в газетах, журналах, видавництвах, радіомовленні й телебаченні; 2) професія журналіста; 3) наука, що вивчає закони літературно-публіцистичної творчості, розробляє методи введення й організації роботи засобів масової інформації; 4) система періодичних видань.
Журналістська етика	система норм моральної поведінки журналіста, яка визначає характер і завдання його професії, регламентує відносини з членами суспільства, надає журналістській творчості

Заголовок	окреме слово, речення, словосполучення або комбінація інших символів, що передують фрагменту тексту, позначаючи його назву
Засоби масової інформації (ЗМІ)	спеціалізовані носії масової інформації (газети, журнали, програми радіо- та телебачення), що призначені для розповсюдження соціально значущої інформації невизначеній масовій аудиторії на широкому інформаційному просторі.
Звіт	інформаційне повідомлення про роботу та перебіг заходу, у якому брала участь певна група людей, що вирішували суспільно важливі питання.
Івент	культурно-масовий, розважальний, спортивний, освітній, науковий, політичний чи бізнесовий захід, подія.
Ініціатива	активна діяльність фізичної чи юридичної особи, спрямована на досягнення певної мети.
Ініціатор	особа, група осіб або організація, яким належить почин у якій-небудь справі; зачинатель.
Інстаграм	американська соціальна мережа, в якій користувачі діляться різноманітними матеріалами, спілкуватися з друзями, вести бізнес-сторінку.
Інтерв'ю	жанр, що подає суспільно вагому новину у вигляді відповідей особи на запитання журналіста.
Інтернет	всесвітня система взаємополучених комп'ютерних мереж, що дозволяє зберігати, передавати інформацію та базується на Інтернет-протоколах, визначених міжнародними стандартами.
Інформація	сукупність коротких некоментованих повідомлень; конкретний жанр невеликої за обсягом замітки, що повідомляє про певну новину.
Кава-брейк	коротка перерва (15–40 хв.) під час наукової чи

	бізнес-конференції для прийому їжі та неформального спілкування.
Квест	аматорське спортивно-інтелектуальне змагання, основою якого є послідовне виконання заздалегідь підготовлених завдань командами або окремими гравцями.
Коментар	роз'яснювальні або критичні міркування чи витлумачення певних подій і фактів громадського, наукового, культурного життя. Коментар пояснює зміст певної події, політичного чи історичного документа, незрозумілі місця тексту
Комплімент	особлива форма похвали, поваги, визнання або захоплення; приємні слова або відгук, відфільтровані лестощі. Загалом, простий, але потужний засіб, що допомагає встановлювати добрі стосунки з іншими людьми.
Контакт	зіткнення, зв'язок, взаємодія.
Компанія	група осіб, які проводять разом час; синонім до слова організація – торговельне або промислове товариство, що об'єднує підприємців, спілка.
Комунікація	це процес обміну інформацією (фактами, ідеями, поглядами, емоціями тощо) між двома або більше особами, спілкування за допомогою вербальних і невербальних засобів із метою передавання та одержання інформації.
Ком'юніті	спільнота; спілка людей, які об'єднанні в одному місці однією темою/інтересом.
Контент	обсяг інформації, вміщений в певному тексті, сукупності текстів; показчик рубрик (глав, розділів) документа або програми, а також передмови, додатків, післямови, показчиків, яким можна

	користуватися як змістом книги з метою навігації по мережі; сукупність змісту текстів певного часопису.
--	---

Конференція	збори, нарада груп осіб, окремих осіб, організації для обговорення певної проблематики, яка визначена заздалегідь.
Копірайтинг	професійна діяльність, написання рекламних і презентаційних текстів (пряма або прихована реклама товару, компанії, послуги тощо).
Креативність	запозичення з англійської мови, що корелює з поняттям творчі здібності та позначає здатність людини продукувати нові оригінальні ідеї.
Критика	розгляд, аналіз, обговорення яких-небудь явищ життя чи мистецьких творів з метою дати оцінку, з'ясувати сутність і природу явища; важлива складова журналістики, що виявляється в усіх її тематичних напрямках: політичному, соціальному, економічному, культурному
Куки	інформація, яку можуть отримувати вебсторінки для оптимізації користування; реп'яшки (український відповідник).
Кулуари	підсобні приміщення, коридори і бічні зали в будівлі парламенту, установ, театрів, концертних залів. Використовуються для відпочинку учасників засідань і відвідувачів в перервах, антрактах; також для неофіційних зустрічей і обміну думками, роботи журналістів.
Лайк	функція в комунікаційному програмному забезпеченні, призначеному для соціальних мереж, блогів, інтернет-форумів, сервісів соціальних закладок, новинних сайтів тощо, яка використовується для вираження позитивної оцінки ставлення користувачів до того чи іншого контенту; вподобайка (український відповідник).

Лайфхак	сленговий термін, що означає певну хитрість або корисну пораду, яка допомагає ефективно розв'язувати побутові проблеми, тим самим заощаджуючи час.
Логотип	графічний або текстовий символ, який представляє якийсь конкретний суб'єкт або об'єкт, наприклад, компанію, організацію, приватну особу або продукт.
Масова комунікація	сукупність технічних засобів та каналів поширення масової інформації.
Ментор	використовується як синонім слів «учитель», «порадник», «наставник», «консультант». Ментор – це людина з досвідом у певній сфері, яка передає свої знання та вміння іншим. Завдання ментора – допомагати людині досягнути індивідуального зростання.
Модератор	людина, яка стежить за станом певного медіаресурсу, попутно модеруючи коментарі, записи, пости або щось ще. По суті, модератор вирішує, пропускати якусь інформацію або ж ні. Також він може незначно змінити цю саму інформацію.
Монолог	роздуми персонажа вголос, розмова з самим собою
Нетворкінг	діяльність, спрямована на обмін інформацією між людьми, об'єднаними спільними професійними чи особистими інтересами, що зазвичай відбувається в неформальних умовах.
Нетворкер	особа, яка використовує мережу професійних або/і соціальних контактів для розвитку своєї кар'єри.
Нікнейм	особисте, переважно вигадане ім'я, яким називають себе користувачі інтернету в різноманітних чатах,

	форумах, месенджерах тощо.
Партнер	компаньйон, спільник, напарник.
Підтекст	внутрішній, прихований зміст якого-небудь висловлювання.
Полілог	багатоголосся, розмова, в якій одночасно бере участь багато людей.
Порівняння	троп, який полягає у зіставленні одного предмета з іншим для того, щоб глибше розкрити, яскравіше змалювати його.
Пост	допис, замітка у блозі, в соціальних мережах.
Постер	художньо оформлений плакат для рекламних чи декоративних цілей із зображенням актора, музиканта чи спортсмена тощо.
Прес-конференція	бесіда, зустріч державних, політичних, громадських, наукових діячів тощо з представниками преси, радіо, телебачення з питань, що цікавлять широку громадськість.
Проект	ідея певного завдання, планування та виконання цілого ряду заходів, які здійснюються з метою досягнення певної мети.
Професіонал	той, хто робить якесь заняття предметом своєї постійної діяльності своєю професією; гарний фахівець, знавець своєї справи; спеціаліст.
Ресепшен	приймальня, спеціально умебльована зона частини приміщення при вході в офіс компанії, фірми, готелю та інших подібних закладів.
Ремінісценція	один із видів творчих взаємовпливів, який полягає в запозиченні окремих елементів з творчості попередників.
Репортаж	жанр, який передбачає оперативну, документально

	точну і яскраву розповідь про подію, ситуацію, явище; розповідь очевидця або учасника події.
Рубрика	вид заголовка, який групує матеріали за проблемами чи жанрами.
Репост	поширення допису в соціальних мережах із метою збереження потрібної інформації.
Сайт	сукупність веб-сторінок, оформлених в одному стилі та об'єднаних спільною концепцією. Всі вони мають унікальні адреси, але масивність даних пов'язаний доменним ім'ям.
Самопрезентація	процес представлення людиною власного образу в різних ситуаціях (презентації, співбесіди, зустрічі з новими людьми чи соціальні події), який свідомо або несвідомо спрямований на створення в оточення певного враження себе.
Спікер	оратор, промовець, речник; людина, яка виголошує промову чи доповідь, виступає під час заходу.
Статус	становище, ранг в будь-якій ієрархії, структурі, системі, часі тощо.
Стратегія	план дій для досягнення бажаних цілей у короткостроковій, середньостроковій і довгостроковій перспективі.
Процес	послідовна зміна предметів і явищ, що відбувається закономірним порядком; сукупність ряду послідовних дій, спрямованих на досягнення певного результату.
Публічність	поняття на позначення відкритості, доступності для широкого загалу, суспільної прозорості різних видів діяльності (політики, права, мистецтва, громадської активності тощо).

Тавтологія	повторення одного й того ж слова, однокореневих чи близьких за значенням, щоб з більшою силою виразити щось важливе у висловленій думці.
Твіттер	добровільна платна підписка, яка додає до облікового запису користувача синю галочку та дає ранній доступ до обраних нових функцій.
Тема	коло життєвих явищ, відображених у творі у зв'язку з певною проблемою, що служить предметом авторського осмислення та оцінки; узагальнена основа змісту художнього твору, те, про що в цілому йдеться всьому
Тегнути	вказати, що на фото чи в дописі присутня інша людина, обліковий запис якої є в цій мережі.
Телеграм-боти	автоматичні акаунти, які можуть виконувати різні завдання. Вони можуть бути налаштовані на роботу в чаті або особистому повідомленні та пропонують різноманітні функції.
TikTok	мультимедійна платформа для створення та онлайн-обміну аматорськими відеокліпами.
Тренд	напрямок, тенденція; зміна, що визначає загальний напрямок розвитку якого-небудь процесу або явища (економіки, політичних відносин, суспільної думки, стилю в моді тощо).
Троп	слово або вираз, вжитий у переносному, образному значенні.
Факт	дійсна, цілком реальна подія чи явище. Факти становлять основу журналістського твору. Поточне життя, безперервна інформація на сторінках газет і журналів, радіо і телебачення представлені у вигляді різноманітних відображених фактів.

Фаллоу ап	лист, який створюють та розсилають за підсумками зустрічі всім її учасникам. Мета листа – зафіксувати результати та встановити зв'язок між співбесідниками. Фаллоу ап допомагає підтримувати контакт з клієнтами, партнерами, роботодавцями.
Фейсбук	соціальна мережа, яка дозволяє учасникам створювати профілі з фотографіями, обмінюватися повідомленнями, запрошувати друзів, організовувати власні групи тощо.
Фестиваль	масове святкове дійство, що передбачає огляд чи демонстрацію досягнень у певних видах мистецтва (музика, театр, кіно, естрада); вид подієвих туристичних ресурсів.
Фідбек	зворотній зв'язок; відгук, критичний коментар до чогось.
Фоловер	підписник на сторінку в соціальних мережах.
Харизма	своєрідний тип творчості, предметом якого є актуальні явища й важливі питання поточного життя суспільства, а метод їх освоєння характеризується поєднанням логічно-абстрактного й конкретно-образного мислення, внаслідок чого створюється нова духовно-інтелектуальна цінність (публіцистичний твір), спрямована на дослідження, узагальнення й пояснення явищ життя, з метою впливу на громадську думку та суспільну свідомість.
Чат	мережевий засіб для швидкого обміну текстовими повідомленнями між користувачами інтернету в системі реального часу.
Чек-лист	контрольний список дій, який допомагає систематизувати роботу, уникнути помилок і відстежувати процес.

Штамп	образ чи метафора, що надто часто вживається не наймайстернішими журналістами
Ютуб	популярний відеохостинг, що надає послуги розміщення відеоматеріалів.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Вікрі, К. Нетворкінг для інтровертів. Поради для комфортної та ефективної комунікації / К. Вікрі. – Кив : Vivat, 2020. – 224 с.
2. Вікрі, К. Як заводити корисні знайомства, якщо ви це ненавидите / К. Вікрі. – URL : <https://www.bbc.com/ukrainian/vert-cap-48256436>
3. Доусон, Р. Майстерність спілкування в будь-якій ситуації / Р. Доусон. – URL : http://litmisto.org.ua/?page_id=2934
4. Паркер, П. Мистецтво збиратися разом. Як організувати змістовну та результативну зустріч / П. Паркер. – Харків : Віват, 2020. – 288 с.
5. Стотхарт, К. Як знайти спільну мову. Впевненість і харизма при спілкуванні з особистостями різного типу / К. Стотхарт. – Київ : КМ-Букс, 2022. – 304 с.

Допоміжна література

6. Андерсон, К. Успішні виступи на TED: Рецепти найкращих спікерів / К. Андерсон. – Київ : Наш формат, 2016. – 256 с.
7. Борг, Дж. Мистецтво говорити. Таємниці ефективного спілкування / Дж. Борг. – Харків : Фабула, 2019. – 304 с.
8. Завадська, О. М. Нетворкінг бізнесу: поняття та особливості / О. М. Завадська // Економічні науки. Серія : Регіональна економіка. – 2019. – Вип. 16. – С. 18–23. – URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnre2019_16_4
9. Мещерякова, К. Нетворкінг: як заводити корисні зв'язки в офлайн та онлайн / К. Мещерякова. – URL : <https://www.gen.tech/post/vse-pro-networking-online-offline>
10. НЕТВОРКІНГ. Як створити мережу корисних знайомств. – URL : <https://www.youtube.com/watch?v=6zBTeUrhPek>
11. Ковалевська, Т. Ю. Основи ефективної комунікації : навч. посібник / Т. Ю. Ковалевська, С. А. Бронікова. – Одеса : Фенікс, 2008. – 140 с.
12. Пищик, К. Чашка кави – одне знайомство. Золоті правила нетворкінгу / К. Пищик. – URL : <https://biz.nv.ua/ukr/experts/networking-golovni-pravila-i-knigi-yak-znayti-vazhlivi-znayomstva-poradi-50133288.html>
13. Сом, С. Монетизація спілкування або як правильно заводити бізнес-знайомства / С. Сом. – URL : <https://biz.nv.ua/ukr/experts/networking-hto-i-yak-povinen-spilkuvatisya-vid-imeni-kompaniji-50069579.html>
14. Степаненко, К. Головні секрети нетворкінгу, або як навчитися дружити з користю для кар'єри / К. Степаненко. – URL : <https://lifestyle.segodnya.ua/ua/lifestyle/glavnye-sekreti-networkinga-ili-kak-nauchitsya-druzhit-s-polzoy-dlya-karery-684113.html>
15. Радевич-Винницький, Я. Етикет і культура спілкування / Я. Радевич-Винницький. – Львів : СПОЛОМ, 2001. – 224 с.
16. Фартович, Д. Що таке нетворкінг простими словами: як заводити корисні знайомства + основні правила нетворкінгу / Д. Фартович. – URL : <https://www.youtube.com/watch?v=6zBTeUrhPek>

<https://fintramplin.com/networking/>

17. Феррацці, К. Ніколи не їжте наодинці та інші секрети успіху завдяки широкому колу знайомств / К. Феррацці, Т. Рез. – Харків : КСД, 2022. – 352 с. – URL : https://shron1.chtyvo.org.ua/Ferratstsi_Keit/Nikoly_ne_izhte_naodyntsi_ta_inshisekretyspikhuzavdiakyshyrokomu_kolu_znaiomstv.pdf

18. Харів, Л. М. Роль неформальних маркетингових комунікацій у розвитку сучасних брендів / Л. М. Харів // Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. «Імідж і репутація: сучасні тенденції і виклики». – Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2020. – С. 200–206.

19. Філоненко, М. М. Психологія спілкування : підручник / М. М. Філоненко. – Київ : ЦУЛ, 2008. – 224 с.

20. Як заводити корисні знайомства для роботи та кар'єри: правила та фішки нетворкінгу. – URL : <https://itexpert.work/uk/pravyyla-networkingu/>

Інформаційні ресурси в інтернет

21. Нетворкінг для пошуку роботи: де і з ким заводити корисні знайомства. – URL : <https://happymonday.ua/networking-dlja-poiska-raboty>

22. Сервіси для нетворкінгу. – URL : <https://nauka.gov.ua/information/servisy-dlia-networkinhu/>

23. Як правильно тримати руки? – URL : <http://oratorprofi.ru/kak-pravilno-derzhat-ruki.html>.

24. 26 порад, як організувати успішний захід. – URL : https://ngo.zt.ua/org_zahid/

25. 82+ важливих питань для нетворкінгу для підвищення успіху в кар'єрі. – URL : <https://ahaslides.com/uk/blog/networking-questions/>

Навчальне видання

ФІЛАНОВА
Оксана Степанівна

НЕТВОРКІНГ

Навчально-методичні рекомендації до практичних
занять та самостійної роботи студентів