

АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА ОРАТОРСЬКЕ МИСТЕЦТВО ТА КОМУНІКАЦІЇ

Цикл: загальної підготовки для спеціальностей факультету

Статус: вибіркового освітнього компонента.

Курс 2, 3 семестр.

Мета дисципліни - розвиток у здобувачів вищої освіти мислених, нормативних мовленнєвих умінь та навичок, особливості впливу однієї людини на іншу, допомога студентам в опануванні навичок публічного красномовства та переконання споживача.

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів **фахових компетентностей**, передбачених відповідною освітньо-професійною програмою:

- здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу;

- здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків

- здатність до розробки і впровадження сукупності практичних заходів впливу на ринок або пристосування діяльності підприємства до ситуації на ринку.

У результаті вивчення освітнього компонента здобувач повинен бути здатним продемонструвати такі **результати навчання**, передбачених освітньо-професійною програмою:

- використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію;

- пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта;

- виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним;

- відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ

Тема 1. Ораторське мистецтво як наука, її зміст, система та значення. Історичні етапи розвитку ораторського мистецтва

Тема 2. Закони риторики (ораторського мистецтва) в маркетингу.

Тема 3. Публічне мовлення та його специфіка. Види красномовства.

Тема 4. Підготовка до публічного виступу маркетолога.

Тема 5. Мистецтво спору (полеміки) .

Тема 6. Особливості промов маркетолога.

Тема 7. Подолання страху перед аудиторією.

Тема 8. Невербальний вплив на аудиторію. Контакт з аудиторією.

Тема 9. Словесна імпровізація, специфіка виголошення різних видів промов.

Тема 10. Розвиток акторської майстерності промовця.

Викладацький склад:

Лектор: к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Блюмська-Данько К.В.

Викладач практичних занять: к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Блюмська-Данько К.В.

Тривалість: 5 кредитів ECTS, 15 тижнів, 4 години на тиждень.

Оцінювання: поточне оцінювання – 2 модульні контролі, підсумковий контроль – екзамен