

дисплея.

"Користь" і тим більше "необхідність" реклами як джерела "дармового" фінансування потребує більш уважного осмислення.

Покупці віддають перевагу відомим маркам через відчуття надійності старих і відомих фірм. Відчуття це, не завжди відображає дійсність, оскільки в сучасному світі, на жаль, найбільш відомими є не ті торгові марки, під якими поставляється дійсно якісний товар, а ті, власники яких витрачають більше грошей на рекламу.

Література:

1. Andriukaitiene Regina, Voronkova Valentyna, Kyvliuk Olga, Maksimenyuk Marina and Aita Sakun. Theoretical insights into expression of leadership competencies in the process of manageme / Problems and Perspectives in Management, Міжнародний науковий журнал. Том 15(1), 2017. - Р. 220-226. [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.15\(1-1\)](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.15(1-1)).

2. Бак Мирослав. Філософія інформатизації освіти / Мирослав Бак; мін-во освіти і науки України; Нац. пед. ун-т імені М.П.Драгоманова. – Київ: Вид-во НПУ імені М.П.Драгоманова, 2015. – 503 с.

3. Соснін О.В., Воронкова В.Г., Ажажа М.А. Філософія гуманістичного менеджменту (соціально-політичні, соціально-економічні, соціально-антропологічні виміри): Навчальний посібник / О. В. Соснін, В. Г. Воронкова, М. А. Ажажа – Запоріжжя : Дике поле, 2016. – 356с.

4. Соснін О.В. Інформаційно-комунікативний менеджмент: зарубіжний та вітчизняний досвід : навч.посіб. / О. В. Соснін, В. Г. Воронкова, В. О. Нікітенко, М. Ю. Максименюк. - Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2017. - 316 с.

5. Соснін О.В. Формування ефективних концепцій впровадження комп'ютерних інформаційно-комунікаційних технологій в освіту та їх вплив на розвиток креативної економіки / О.В.Соснін // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: [зб. наук. пр.] – Запоріжжя: Вид - во ЗДІА, 2017. – Вип.70. – С.141-150.

6. Старовойт О.В. Концепція інноваційної особистості як соціокультурного феномену / О.В.Старовойт // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: [зб. наук. пр.] – Запоріжжя: Вид - во ЗДІА, 2017. – Вип. 69. – С.147-152.

7. Старовойт О.В. Інноваційний виклик розвитку людини в епоху глобалізації / О.В.Старовойт // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: [зб. наук. пр.] – Запоріжжя: Вид - во ЗДІА, 2015. – Вип. 62. – С.140-146.

Суслов Андрій (Запоріжжя, Україна)

ДІЛОВА КОМУНІКАЦІЯ ЯК ФОРМА ВДОСКОНАЛЕННЯ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Актуальність теми полягає у більш широкому визначенні терміну ділова комунікація.

Метою комунікацій є передача знань від однієї особи до іншої.

Об'єктом виступає ділова практика, ділові відносини та взаємозв'язки.

Секція 4. Наукові дослідження студентів, аспірантів і магістрантів з проблем інформаційного суспільства

Предметом є спільна діяльність.

Ділова комунікація - це взаємодія в сфері офіційних відносин, метою якої є вирішення конкретних завдань, досягнення певних результатів, оптимізації будь-якої діяльності. Водночас у кожного учасника є свій статус - начальник, підлеглий, колеги, партнери. Існує багато визначень, які умовно поділяються на дві категорії: лінійні й нелінійні моделі комунікації. Перші приділяють особливу увагу механіці передачі послання від комунікатора до адресата, а другі враховують взаємозалежність учасників діалогу, приділяють увагу зворотному зв'язку. У діловій комунікації партнер по спілкуванню завжди виступає як особистість, значуща для іншого. Продуктивна праця, зближення цілей, вдосконалення партнерських відносин - основні завдання ділової комунікації.[2]

Слід мати на увазі, що поряд з терміном «комунікація» широке поширення має термін «спілкування». Спілкування - складний та багатогранний процес встановлення та розвитку взаємодії між індивідами, породжуваний потребами спільної трудової діяльності. Цей процес включає в себе обмін інформацією, виробленням єдиної стратегії взаємодій, розуміння іншої людини, усвідомлення своїх мотивів. Дослідники виділяють 3 основні функції спілкування: Інформаційно-комунікативну (приймання й передача даних); Регулятивно-комунікативну (коригування дій в процесі спільної трудової діяльності); Афективно-комунікативну (передача емоцій).[1].

Проаналізувавши ряд наукових доробок, можна зробити висновки, що ділова комунікація тісно пов'язана з інформацією та потребами спільної діяльності. Спілкування є найважливішою формою людської життєдіяльності.

Література:

1. Andriukaitiene Regina, Voronkova Valentyna, Kyvliuk Olga, Maksimenyuk Marina and Aita Sakun. *Theoretical insights into expression of leadership competencies in the process of manageme / Problems and Perspectives in Management*, Міжнародний науковий журнал. Том 15(1), 2017. - Р. 220-226. [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.15\(1-1\)](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.15(1-1)).

2. Павлова Л. Г. Ділові комунікації: підручник / Л.Г. Павлова, О.Ю. Кашаєва. – М.: КноРус, 2016. – 300 с.

3. Мельник В. В. Формування концепції інформаційного менеджменту: сутність, задачі, основні напрями розвитку [Текст] / В. В. Мельник // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: [зб. наук. пр.]. – Запоріжжя : Вид-во ЗДІА, 2012. – Вип. 49. – С. 122-134.

Третьяк Крістіна (Запоріжжя, Україна)

ВІРТУАЛЬНА РЕАЛЬНІСТЬ ЯК ЧАСТИНА ПОВСЯКДЕННОСТІ

На сьогодні віртуальна реальність це вже не наукова фантастика, а частина нашого життя. Якщо не так давно інформація передавалася із вуст в уста та за допомогою писемності, то на сьогодні людина вже не уявляє свого життя без