

*МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДНІПРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ
АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

*МАТЕРІАЛИ ІІ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ - КОНФЕРЕНЦІЇ*

**“LINGUISTICS AND
METHODOLOGY
IN LSP TRAINING”**

ДНІПРО

2024



“Linguistics and Methodology in LSP training”: матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (11 квітня 2024 року). Дніпро: ДДАУ, 2024. 267 с.

(посвідчення УкрІнтеї № 451 від 06 листопада 2023 року)

Організатори конференції:

Кафедра філології факультету обліку і фінансів ДДАУ

Учасники конференції:

- *ДНІПРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*
- *КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА*
- *ДНІПРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*
- *УНІВЕРСИТЕТ МИТНОЇ СПРАВИ ТА ФІНАНСІВ*
- *БЕРДЯНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*
- *КЗО «НАВЧАЛЬНО-ВИХОВНИЙ КОМПЛЕКС «ВАЛЬДОРФСЬКА СЕРЕДНЯ ЗАГАЛЬНООСВІТНЯ ШКОЛА I-III СТУПЕНІВ - ДИТЯЧИЙ САДОК*
- *PRIVATE SECONDARY SCHOOL AD ASTRA (POLAND)*
- *ÉCOLE INTERNATIONALE MERSCH ANNE BEFFORT(LUXEMBURG)*
- *KYRGYZ NATIONAL AGRARIAN UNIVERSITY (KYRGYZSTAN)*
- *AGROVATION CORPORATION (ISRAEL)*

Робочі мови конференції: англійська, німецька, французька, українська

Матеріали друкуються в авторській редакції. Відповідальність за точність поданих фактів, цитат, цифр, прізвищ тощо несуть автори

ПЕРЕДМОВА

Створення в Україні сучасної високоефективної системи вищої освіти є однією з найважливіших умов конкурентоздатності держави на європейському та світовому ринку.

Основною метою нашої науково-практичної конференції є об'єднання зусиль провідних фахівців та науковців задля висвітлення результатів найефективніших та найновітніших досліджень у сфері мовно-професійної підготовки сучасних фахівців.

Беручи участь у цій події, кожен з Вас має нагоду апробувати результати плідної наукової роботи, виявити свої наукові та творчі здібності у фаховій підготовці майбутніх спеціалістів, обговорити актуальні питання мовної підготовки в умовах сьогодення.

Вважаємо, що здобувачі закладів вищої освіти та науковці, які сьогодні беруть участь у науково-практичній конференції, демонструють високий науковий потенціал, про що свідчить різноаспектність досліджень, якість і творчий підхід до підготовки матеріалу.

Шановні учасники, щиро зичимо Вам миру і злагоди, міцного здоров'я і щастя, добра і достатку, гармонії та впевненості у власних силах! Нехай Ваші успіхи надихають на нові звершення та переконують нас, що Україна – це держава з багатим науковим потенціалом!

*З повагою,
оргокомітет конференції.*

ЗМІСТ

ФУНДАМЕНТАЛЬНІ НАПРЯМИ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

BOBRO S. M. BESONDERHEITEN BEIM ÜBERSETZEN DEUTSCHSPRACHIGER TEXTE	10-12
LOHVYNENKO O. E., SHEYPAK K. O. PHONETIC, MORPHOLOGICAL AND LEXICAL FEATURES OF THE CRIMEAN TATAR LANGUAGE AND IT'S DIALECTS	13-15
MUDRAK M. M., SHEYPAK K. O. DIALECTOLOGICAL ASPECTS OF THE UKRAINIAN LANGUAGE: COMPARISON OF VOCABULARY AND PHONETICS OF DIFFERENT REGIONS	15-17
PIDDUBTSEVA O. I. SPRACHLICHE MERKMALE DER ÖSTERREICHISCHEN VARIANTE DES DEUTSCHEN	18-20
SHYLIN O. M. SPRACHLICHE MERKMALE DER DEUTSCHEN SPRACHE	20-22
ЛОГВИНЕНКО О.Є. ОСОБЛИВОСТІ ЗАРОДЖЕННЯ УНІКАЛЬНОГО ГУЦУЛЬСЬКОГО ДІАЛЕКТУ	22-24
ХРОЛЬ К.С. ВПЛИВ ІНШОМОВНИХ ЕЛЕМЕНТІВ НА УКРАЇНСЬКУ ЛЕКСИКУ ТА ГРАМАТИКУ	24-26
МЕТОДИКА І ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНИМ МОВАМ	
TARKAR BEKSIETOV. ENGLISH AS A LANGUAGE OF SCIENCE	28-29
ВОНОМАЗ А.А. THE ROLE OF ENGLISH IN THE TRAINING OF MARKETERS	29-30
BONDARENKO A.O. BESONDERHEITEN BEIM LERNEN VON DEUTSCH NACH ENGLISCH	31-32
BRODETSKYI R.A. DEVELOPING FOREIGN LANGUAGE COMPETENCE AT FUTURE AGRICULTURAL ENGINEERS	32-34
DEVIATKINA V.O. IMPORTANCE OF LEARNING ENGLISH FOR STUDENTS OF THE SPECIALITY “ECONOMICS”	34-37
FADEIEVA Z.O. COMMUNICATIVE TRAINING OF SPECIALISTS IN AGRICULTURE	37-38
FOMINA M.S., SAMOILENKO S.A. THE USE OF CHATGPT FOR ESL LEARNERS	39-40
GARKUSHA A.V. IS IT POSSIBLE TO LEARN ENGLISH IN A SHORT PERIOD OF TIME?	40-42
GUTTA V.V. THE IMPORTANCE OF LEARNING ENGLISH FOR MARKETING STUDENTS	43-45
HONCHARENKO H.I. THE NECESSITY OF FOREIGN LANGUAGE LEARNING	46-47
HORINA K.A. COMMUNICATIVE SPEECH COMPETENCE	48-49
HOTSYK M.S. IMPROVING THE FOREIGN LANGUAGE TRAINING IN UNIVERSITY	50-51
HYZHNYAK M.O., SAMOILENKO S.A. THE USE OF CHATGPT AS A LEARNING TOOL TO IMPROVE LANGUAGE WRITING SKILLS	52-53
ISCHTSCHUK S. S. FEATURES OF THE ORGANISATION OF TRAINING BY MEANS OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE	53-55

KARPOVA D.V. EFFECTIVE WAYS OF LEARNING VETERINARY TERMINOLOGY	55-56
KAZAKEVYCH O.I. MEDIO-PASSIVE VOICE	56-57
KIREIEVA K.D. METHODS OF TEACHING FOREIGN LANGUAGES	58-59
KOVALENKO N.O. HOW TO MOTIVATE STUDENTS TO LEARN FOREIGN LANGUAGES	59-61
KRAMARENKO T.V. THE BENEFITS OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN LEARNING AND TEACHING BUSINESS ENGLISH BY THE EXAMPLE OF TWEE.COM	61-63
KULHOVA I.M. LEVELS OF FOREIGN LANGUAGE PROFICIENCY	64-65
MALCHENKO S.R. PROBLEMS OF LEARNING A FOREIGN LANGUAGE IN AGRICULTURAL HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS	66-67
MALOOKOV K.V. FORMATION OF FOREIGN LANGUAGE READING SKILLS AS A NECESSARY COMPONENT OF THE PROFESSIONAL TRAINING OF A MODERN SPECIALIST	67-68
MUDRAK M. M., SHEYPAK K. O. TRADITIONAL METHODS OF TEACHING FOREIGN LANGUAGES	69-71
NEMICHEVA A.O. THE EFFECTIVE METHODS OF MASTERING BUSINESS ENGLISH	71-72
SALIMOV A.A., SAMOILENKO S.A. THE USE OF CHATGPT AS A LEARNING TOOL TO IMPROVE FOREIGN LANGUAGE SPEAKING SKILLS	73-75
SHATALOV S.A. IMPORTANCE OF ENGLISH FOR VETERINARIAN DOCTOR	75-76
SHKADOVA A.YE. THE GOAL OF FOREIGN LANGUAGE TRAINING	76-78
SHVYDKA V.O., SAMOILENKO S.A. WAYS OF USING AI FOR LEARNING ENGLISH	78-80
STRAKHOV I.G., SAMOILENKO S.A. USING AI TOOLS BY FARMERS WITH DIFFERENT LEVEL OF ENGLISH	80-82
STUKALO O.A. THE IMPORTANCE OF FOREIGN LANGUAGES	82-84
TYNYNA D.S., SAMOILENKO S.A. AI-BASED EDUCATIONAL PLATFORMS FOR LEARNING ENGLISH	84-86
YANAKIY O.V., SAMOILENKO S.A. THE IMPORTANCE OF THE ENGLISH LANGUAGE FOR USING OF AI TOOLS FOR FARMING	87-89
ZABOLOTSKA I.O. STUDENT-GENERATED VIDEOS IN A FOREIGN LANGUAGE CLASS	89-91
ZHUKOVSKYI D.M. ENGLISH AS AN ESSENTIAL COMPONENT FOR THE ECONOMISTS PROFESSIONAL TRAINING	91-92
АВРАМЕНКО А.С. БАЗОВИЙ СЛАС ЧЕРЕЗ ІНДИВІДУАЛЬНЕ ТА КОРОТКОСТРОКОВЕ ГРУПОВЕ ЗАСТОСУВАННЯ	93-95
БОЙКО М.О. СУЧАСНА ІНТЕГРАЦІЯ КУЛЬТУР І МОВ У НАВЧАЛЬНІ ПРОГРАМИ	95-96
ДМИТРІЄВА К.О. КУЛЬТУРИ ТА МОВИ У НАВЧАЛЬНИХ ПРОГРАМАХ (СЛАС) НА РІЗНИХ ЕТАПАХ НАВЧАННЯ	97-98
КАРДАШ В.О. ВКЛЮЧЕННЯ СТРАТЕГІЙ КУЛЬТУРИ І МОВИ В ОСВІТУ З ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ	99-100
ПУСТОВОЙТ Н.І. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СИСТЕМУ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ	101-105
НАШИВАНЬКО О.В. РОЗВИТОК НАВИЧОК ІНШОМОВНОГО ЧИТАННЯ ЯК НЕОБХІДНА СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ЛІКАРІВ	106-107

РЕЗУНОВА В.В. ОСОБЛИВОСТІ ІНШОМОВНОЇ ПІДГОТОВКИ СПЕЦІАЛІСТІВ МЕДИЧНОГО ПРОФІЛЮ	107-108
ПРОФЕСІЙНА, МІЖСОБИСТІСНА Й МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ	
ALEKSANDROV A.O. ENHANCING LISTENING SKILLS FOR EFFECTIVE PROFESSIONAL COMMUNICATION	110-112
BABCHENKO V.A. INTERCULTURAL COMMUNICATION AS AN INTEGRAL COMPONENT OF THE PROFESSIONAL ACTIVITY OF THE FUTURE SPECIALIST	113-114
BALATSKYI O.V. STEREOTYPES AND THEIR ROLE IN INTERCULTURAL COMMUNICATION: THEORETICAL ASPECT	114-117
BERESTOVSKA A.A. THE IMPORTANCE OF PROPER COMMUNICATION IN RECRUITMENT	117-120
BIELOV D.S. USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGIES IN AGRICULTURAL BUSINESS	121-122
CHEHORKA V.O. IMPORTANCE OF ENGLISH FOR PHD STUDENTS	123
CHKHUN M.O. BUSINESS COMMUNICATION IS THE KEY TO SUCCESS	124-126
CHORNOBAI V. H. ACADEMIC INTEGRITY AND ACADEMIC CULTURE	126-129
DUMAN S.M. TYPES OF BUSINESS COMMUNICATION	129-131
HORBATENKO A.P. USING INTERACTIVE TECHNOLOGIES IN THE LEARNING PROCESS: BENEFITS AND CHALLENGES	131-133
HUTSOL A., SHEYPAK K. O. FORMATION OF SOCIO-CULTURAL COMPETENCE OF STUDENTS OF NON-LINGUIST SPECIALTIES OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS IN THE PROCESS OF STUDYING THE ENGLISH LANGUAGE	134-136
IVANOVA D.V. WHY IS PROFESSIONAL COMMUNICATION IMPORTANT IN ACCOUNTING?	137-138
KEBA M.E. INFLUENCE OF A FOREIGN LANGUAGE ON PROFESSIONAL SUCCESS	139-140
KOSENKO S.M. ANALYSE DER INTERKULTURELLEN KOMPETENZ VON ZUKÜNFTIGEN TIERÄRZTEN	140-142
KYRYCHOK V.O. CUSTOMER COMMUNICATION CHALLENGES AND SOLUTIONS FOR THE FINANCIAL INDUSTRY	142-143
KULKO V.A. THE ROLE OF VIRTUAL REALITY IN THE DEVELOPMENT OF STRATEGIC THINKING OF FUTURE SPECIALISTS	144
LUKATSKA YA.S. COMMUNICATIVE ORIENTATION OF FOREIGN STUDENT ADAPTATION TO NEW SOCIAL ENVIRONMENT	145-147
MARCHENKO V.S. ENGLISH AS A MEANS OF SUCCESSFUL EUROPEAN INTEGRATION	148-150
MOISEIEV N. R. MODERN TECHNOLOGIES AND THEIR IMPACT ON PROFESSIONAL COMMUNICATION	150-152
MOTIAKIN I.V. THE ROLE OF CROSS-CULTURAL COMMUNICATIONS IN ENHANCING INTERNATIONAL COMPETITIVENESS IN THE FIELD OF INVESTMENT ATTRACTION BY TERRITORIAL COMMUNITIES	152-156
ONYSHCHENKO N.O. THE ROLE OF INTERNATIONAL COMMUNICATIONS IN MARKETING	156-158
PANCHENKO-TERESHCHENKO V.O. THE MAIN FACTORS OF EFFECTIVENESS IN BUSINESS COMMUNICATION	158-159
PETROVA D.A. SPECIFIC FEATURES OF BUSINESS COMMUNICATION OF	160-162

FINANCIAL INSTITUTIONS	
PIKINER O. O., SHEYPAK K. O. INTERCULTURAL BUSINESS COMMUNICATION AND ITS ROLE IN STUDENT TRAINING PROCESSES	162-164
SADYCHENKO A.V. COMMUNICATION IN LOCAL SELF-GOVERNMENT BODIES: KEY ASPECTS AND SIGNIFICANCE	165-166
SEMAK L.A. SIGNS OF COMMUNICATIVE COMPETENCE OF AGRICULTURAL STUDENTS	167-168
SHEYPAK K. O. FORMATION OF A PROFESSIONAL LINGUISTIC COMPETENCE	169-170
ALEX SILNYTSKYI. THE ROLE OF ENGLISH FOR INTERNATIONAL BUSINESS COMMUNICATION	171-172
STASIUK T.V., BACHERYKOVA E.V. STYLES OF PROFESSIONAL COMMUNICATION	172-175
STASIUK T.V., GONCHAROV D.I. ENGLISH FOR PROFESSIONAL TRAINING	175-177
STASIUK T.V., KOMIAK K.S. PROFESSIONAL COMMUNICATION IN AN AGRICULTURAL CORPORATION: IMPORTANCE IN MODERN AGRICULTURE	177-179
STASIUK T.V., KOSHKINA N.V. PROFESSIONAL COMMUNICATION IN MODERN BUSINESS	179-181
STASIUK T.V., PARAMEEVA A.O. DYNAMICS OF PROFESSIONAL COMMUNICATION IN MODERN BUSINESS	182-183
STASIUK T.V., PETRENKO S.P. ENGLISH FOR PROFESSIONAL TRAINING: KEY TO INTERNATIONAL SUCCESS	184-185
STASIUK T.V., PLOSHENKO A.P. MODERN MEANS OF PROFESSIONAL COMMUNICATION	186-189
STASIUK T.V., PRYKHODA V.V. MODERN MEANS OF PROFESSIONAL COMMUNICATION	189-191
STASIUK T.V., ZAICHENKO R.O. PROFESSIONAL PRESENCE AND BUSINESS COMMUNICATION	192-193
STASIUK T. V. PROFESSIONAL COMMUNICATION IN THE WORKPLACE: OVERCOMING THE BARRIERS	194-197
SUMIATINA O.O. ADHERENCE TO ETHICAL STANDARDS IN THE BUSINESS WORLD	198-199
TAGACHIN M.K., LEE D.V. COMMUNICATION IN PUBLIC ADMINISTRATION	199-200
TANKUSHYNA K.K. PROFESSIONAL MODELING OF FINANCIAL RISKS IN CONDITIONS OF UNCERTAINTY, AS WELL AS IN INTERPERSONAL AND INTERCULTURAL COMMUNICATION	201-202
TERENKOV D.D. CORPORATE ETHICS: BUILDING EFFECTIVE COMMUNICATION WITHIN LARGE COMPANIES	203-204
YAKOVENKO V.O. WRITTEN BUSINESS COMMUNICATION	204-206
ZABOLOTNIY I.F. FUNCTIONS AND STAGES OF BUSINESS COMMUNICATION	206-209
ZEMSKOV K.V. PECULIARITIES OF PROFESSIONAL COMMUNICATION IN BANKING INSTITUTIONS	209-210
ГРЕЧАНА Е.В. ВИМОГИ ГЛОБАЛІЗУЮЧОГО СВІТУ ДО МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ	210-211
КАРДАШ В. О. ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ	212-214
КИЩИК А. Г. МОВНІ КОДИ ТА ІДЕНТИЧНІСТЬ: ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОГО МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ	214-216
КУЛИК А. МІЖКУЛЬТУРНІ МОВНІ КОМПЕТЕНЦІЙ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ	216-217

МЕЛЕЩЕНКО К.С. СУЧАСНИЙ ВІЙСЬКОВИЙ СЛЕНГ В УКРАЇНІ	217-220
НАЗАРЕНКО О.В. ВИКЛАДАННЯ ПСИХОЛІНГВІСТИКИ В АГРАРНОМУ ВИЩІ: ВИКЛИКИ І ПЕРСПЕКТИВИ	220-222
ОГАР О. А. МОЛЕКУЛЯРНА КУХНЯ У ВІДОБРАЖЕННІ ТЕРМІНОЛОГІЇ	222-224
ОСТРОВСЬКА Р. Р. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ: ІСТОРІЯ СТВОРЕННЯ І РОЗВИТКУ	224-226
ПАНТІЛЕЄНКО К. С. ЗНАЧЕННЯ САМОСВІДОМОСТІ У СУЧАСНІЙ МОВНІЙ КОМУНІКАЦІЇ	226-228
ПАРАМАЄВА А. С. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	228-230
ПЕРЕДЕРІЙ О.Л. КАДРОВА СТРАТЕГІЯ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПЕДАГОГІЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ	230-232
ПЕТРЕНКО С. П. МЕРЕЖЕВИЙ ЕТИКЕТ: КУЛЬТУРА СПІЛКУВАННЯ В ІНТЕРНЕТІ	232-235
РЕЗУНОВА О.С. РЕФЛЕКСІЯ ЯК ОСНОВНИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОЇ САМОЕФЕКТИВНОСТІ МАЙБУТНІХ ДОКТОРІВ ФІЛОСОФІЇ	235-236
СИДОРКІНА О. О. ПОНЯТТЯ ПРО SMM СТРАТЕГІЮ	237-239
СІМАНЄНКО А. О. МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ: ВІДТІНКИ КУЛЬТУРИ ТА ІДЕНТИЧНОСТІ	239-241
СМІЮХА Д.С. МІЖСОБИСТІСНА КОМУНІКАЦІЯ У СОЦМЕРЕЖАХ	241-243
ЯКИМЕНКО А.О. ІНКЛЮЗИВНІСТЬ В ПРОГРАМАХ ФАХІВЦІВ	243-245
ЯКОВИНА Я.С. ЗВ'ЯЗОК КУЛЬТУРИ ТА СПІЛКУВАННЯ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ	245-247
ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО, КОПРАЙТИНГ, МЕДІАГРАМОТНІСТЬ	
CHYPRINA D. O., SHEYPAK K. O. FORMATION AND EVOLUTION OF UKRAINIAN ECONOMIC TERMINOLOGY	249-251
DUBOVA A.M. TECHNOLOGICAL INNOVATIONS IN COPYWRITING: THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND TEXT GENERATION	251-253
IGNATOVA V.M THE IMPORTANCE OF DEVELOPING CRITICAL THINKING FOR FUTURE SPECIALISTS OF THE AGRICULTURAL COMPLEX	254-256
KUZOVENKO V. V., ENENKO O. S. MEDIA LITERACY AND MEDIA COMPETENCE IN MODERN EDUCATION	256-258
LOHUYNENKO O. E., SHEYPAK K. O. HISTORICAL STAGES OF THE DEVELOPMENT OF THE CRIMEAN TATAR LANGUAGE	268-260
POPOVA O. S, SARKISIAN S. L. OPTIMIZATION OF COPYWRITING FOR SEARCH ENGINES: KEY PRINCIPLES AND TECHNIQUES	260-262
БІЛЕНКО Н.О. КОПРАЙТИНГ У ВИЩОМУ НАВЧАЛЬНОМУ ЗАКЛАДІ	263-264
НОВИК К. І. МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ТА ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ	264-266

PROFESSIONAL COMMUNICATION IN THE WORKPLACE: OVERCOMING THE BARRIERS

Professional communication applies to all exchanges of information generated inside a company. Business communication should be characterized by **professionalism**, expressed by actions, attire, wording in an email, body language during a meeting, tone of voice on the telephone, and attention to correct grammar and proofreading. **Professionalism** also involves living up to the standards of your profession, including ethical standards. An effective professional communicator is appropriate to the situation, clear and concise, and ethical. **Professionalism** is as important in writing as it is in speaking.

Success in communication is affected by an array of factors that go beyond the language you use, including the physical, social, and cultural context in which you communicate; your relationship with your audience; and the audience's knowledge and expectations. The following sections provide more insight into why communication is so challenging.

Here are the four main types of business communication:

- **Internal downward communication:** Information sent from superiors to subordinates.
- **Internal upward communication:** Communication that moves up a company's hierarchy from employees to managers to executives.
- **Internal lateral communication:** Employees or departments at the same level interact through face-to-face conversations, calls, texts, chat messages, or emails.
- **External communication:** Interactions with customers, suppliers, vendors, partners, or other external stakeholders.

Effective business communication means clear, concise, and timely messaging. It builds bridges between employees and management and promotes effective collaboration across your organization.

It ensures that colleagues can work together to improve business processes, increase efficiency, make better decisions, reduce mistakes, and **achieve business goals** aligned with core company values.

According to the rules of effective communication, your messages should be:

1) **Complete** with all necessary information; 2) **Correct**, true, and accurate; 3) **Clear** and straightforward; 4) **Considerate** in response to listeners and readers; 5) **Concise**, short, and direct; 6) **Concrete** or coherent and include solid facts from credible sources; 7) **Courteous**, polite, and respectful.

Whether downward, upward, lateral, or external, most business interaction appears in one of three forms. Let's look at **verbal, nonverbal, and written** communication.

Verbal communication. Real-time conversations with **immediate feedback** are the most accessible and personable way to interact in the workplace.

You use verbal communication in **three ways**:

- **Face-to-face communication** is crucial to forming relationships. It allows us to read and respond to facial expressions, body language, tone of voice, and other nonverbal communication. This establishes trust, builds rapport, and allows collaboration with each other.
- **Telephone calls** provide immediacy, real-time feedback, and even a feeling of intimacy and privacy. Stress and tone allow us to express and understand emotions.
- **Virtual meetings** allow more room for nonverbal communication than phone calls. Suitable for bringing remote team members together. They can be formal or informal but need to be structured with clear objectives.

Written communication. Whether handwritten, printed, or typed, writing creates a **permanent record** of instructions, information, and decisions. These can be referred to repeatedly to avoid confusion or disagreement. **Three common types** of written communication are:

- **Emails** and other electronic forms of communication: Emails, chats, or Slack messages aren't always the best choice for urgent issues. But they are perfect for sending information that recipients can read and respond to at their convenience.

- **Memos:** Memos should be short, easy to understand, convey essential information.
- **Reports:** Use precise language, organize your ideas and information logically, and provide specific, actionable recommendations.

Nowadays it is very popular to communicate via **Instant messaging (IM) technology**, which is a type of online chat allowing real-time text transmission over the Internet or another computer network. Messages are typically transmitted between two or more parties, when each user inputs text and triggers a transmission to the recipient(s), who are all connected on a common network. It differs from email in that conversations over instant messaging happen in real-time (hence "instant").

Most modern **IM applications** (sometimes called "social messengers", "messaging apps" or "chat apps") use push technology and also add other features such as emojis (or graphical smileys), file transfer, chatbots, voice over IP, or video chat capabilities. Instant messaging applications can store messages with either local-based device storage (e.g WhatsApp, Viber, Line, WeChat, Signal etc.) or cloud-based server storage (e.g Telegram, Skype, Facebook Messenger, Google Hangouts, Discord, Slack etc.). **Tips for Efficient Instant Messaging at Work [1]:**

1. **Greet the other person briefly** at the start of the IM conversation. Don't do the equivalent of barging in with a business question without saying hello. Be courteous.
2. **Wait for a response** to each of your comments before adding more. Otherwise, you won't be sure which comment the other person is addressing.
3. **Do your best to use correct grammar, punctuation, and spelling.** Mistakes will happen, but don't make them knowingly. They get in the way of quick understanding.
4. **Use the word "we" cautiously or avoid it.** It may refer to you and your team, or you and the other person. Instead write "our team" or "you and me."
5. **Avoid passive verbs** such as "should be downloaded." Passives don't make it clear who should do the action. Instead use "Download," "I have downloaded," or "Your IT administrator will download."
6. In IM exchanges with customers, when you use boilerplate text (for example, to respond to common customer questions), **edit the boilerplate so it suits the situation.**

For example, if you have just told the customer "I will be glad to help," cut the "I will be glad to help" statement from the next boilerplate response. Otherwise, it will be obvious that you are pasting in rote responses.

7. As with other business messages, **avoid humor** unless you are certain the other person will understand and enjoy it.

8. **Avoid sarcasm.** People cannot distinguish between seriousness and sarcasm in those plain, flat words on the screen.

9. **End the conversation with an official sign-off,** for example: "I am signing off now." That way, the other person will know that you believe the exchange is complete, and you won't have a bunch of empty chatter winding down the conversation. But wait a few moments to see whether the other person acknowledges your sign-off or instead says, "Wait—there's more!"

10. **Re-read before you hit enter.** If your brain works faster than your fingers, you leave out a word, combine two words in your messages, take the extra second to read your sentence before hitting enter.

11. **Discuss one thing at a time.** It's very easy to get two or three threads of thought going at any one point. Take a breath, and just pick one thread, answer one question and finish that train of thought, then come back to the other and repeat as needed.

12. **Ask if now is a good time.** I know the question you have is just burning waiting for a great answer! It's so easy to send along that simple harmless message. Instead of posting your question to them, simply ask if it's a good time or when a good time would be. You don't want to break someone out of their flow.

1. Stasiuk T.V. Professional Communication. Dnipro, Osnova, 2024. 256 p.

