

*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: ДДАЕУ, 2024. 267 с.

(посвідчення УкрІнтеї № 451 від 06 листопада 2023 року)

Організатори конференції:

Кафедра філології факультету обліку і фінансів ДДАЕУ

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 І-ІІІ 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,

оргкомітет 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 BEKSIEITOV. ENGLISH AS A LANGUAGE OF SCIENCE	28-29
BOHOMAZ A.A. 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
ZHUKOVSKIY 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
ДМИТРИЄВА 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
СІМАНЕНКО А. О. МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ: ВІДТІНКИ КУЛЬТУРИ ТА ІДЕНТИЧНОСТІ	239-241
СМІЮХА Д.С. МІЖОСОБИСТІСНА 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

- Readiness and ability to effectively respond to crisis situations, such as weather anomalies, animal epidemics, or other unexpected events.

Legislation and Regulation:

- Understanding agricultural legislation and regulations.
- Ability to adhere to norms and standards, as well as adapt activities to changes in legislation.

Effective Communication:

- Ability to communicate clearly and effectively with various audiences, including farmers, experts, government representatives, and other partners.

Professional communication in an agricultural corporation requires not only technical understanding of agricultural issues but also a high level of interpersonal skills and the ability to work in a team to achieve common goals.

Stasiuk T.V., Koshkina N.V.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

PROFESSIONAL COMMUNICATION IN MODERN BUSINESS

Professional communication is the process of sharing information between people within the workplace and outside a company. Effective business communication is how employees and management interact to reach organizational goals. Its purpose is to improve organizational practices and reduce errors. It's important to work on both your communication skills and communication processes to achieve effective business communication.

The importance of business communication also lies in: 1) Presenting options/new business ideas; 2) Making plans and proposals (business writing); 3) Executing decisions; 4) Reaching agreements; 5) Sending and fulfilling orders; 6) Successful selling; 7) Effective meetings; 8) Providing feedback to employees and customers.

All organized activity in a company relies on the process of business communication and your communication strategy. This could be anything from managerial communication to technical communication with vendors. And once communication becomes unclear, the company's core systems risk falling apart. Data shows that 60% of internal communications professionals do not measure internal communications.

Let's first differentiate the main types of communication in a typical organization.

First, we have internal business communication.

Internal business communication can be:

- **Upward communication:** any communication that comes from a subordinate to a manager. Or from another person up the organizational hierarchy.
- **Downward communication/Managerial communication:** anything that comes from a superior to a subordinate.
- **Lateral communication/Technical communication:** internal or cross-departmental communication between coworkers

Then, there is external business communication.

External business communication is any messaging that leaves your office and internal staff. It involves dealing with customers, vendors, or anything that impacts your brand. You can sort all communication in this spectrum into four types of business communication.

1. **Getting and receiving instructions and assignments both upward and downward.** This includes an effective delegation from one person to another. Most problems in business begin with unclear communications in this area.
2. **Sharing and discussing information, including information sharing that goes on in meetings.** When communication fails in this area, it causes tasks to be done improperly or not at all.
3. **Giving feedback to people who report to you so they can do their jobs better.** Giving great, actionable feedback is a key skill for anyone in a leadership position. Non-verbal communication and body language also play a role here.

4. **Problem-solving and decision-making meetings and discussions.** These are considered among the most important discussions for any organization. This involves higher critical thinking and better communication technology.
5. **Public relations can even be considered a form of external communication.** Public perception is an essential aspect of a business communication strategy.

How is it different from business communication services? Business communication typically refers to the act of communicating in your business. On the other hand, business communication services refer to the types of software solutions you could use to help facilitate communication and collaboration across your business.

Business communication services include: 1) Voice solutions like VoIP; 2) Software that allows you to conduct video meetings; 3) Email services; 4) Contact center software that manages communication with your customers; 5) Small business VoIP that let you take calls and communicate from anywhere.

So in modern business, professional communication is defined as an integral component of successful business relations. The importance of precision, clarity, and empathy in expressing ideas becomes evident across various business sectors. Comparing information losses with the quality of interpersonal communication underscores the significance of refining communication skills for greater efficiency in business conduct. Additionally, considering personal meaning and the ability to interact with diverse communication styles becomes a key factor in maintaining a positive work environment. Therefore, improving professional communication is a prerequisite for success in contemporary business, where the high quality of interpersonal relationships determines the stability and development of organizations.

