

*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,*

*оргокомітет конференції.*

## ЗМІСТ

### ФУНДАМЕНТАЛЬНІ НАПРЯМИ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

<b>BOBRO S. M.</b> BESONDERHEITEN BEIM ÜBERSETZEN DEUTSCHSPRACHIGER TEXTE	<b>10-12</b>
<b>LOHVYNENKO O. E., SHEYPAK K. O.</b> PHONETIC, MORPHOLOGICAL AND LEXICAL FEATURES OF THE CRIMEAN TATAR LANGUAGE AND IT'S DIALECTS	<b>13-15</b>
<b>MUDRAK M. M., SHEYPAK K. O.</b> DIALECTOLOGICAL ASPECTS OF THE UKRAINIAN LANGUAGE: COMPARISON OF VOCABULARY AND PHONETICS OF DIFFERENT REGIONS	<b>15-17</b>
<b>PIDDUPTSEVA O. I.</b> SPRACHLICHE MERKMALE DER ÖSTERREICHISCHEN VARIANTE DES DEUTSCHEN	<b>18-20</b>
<b>SHYLIN O. M.</b> SPRACHLICHE MERKMALE DER DEUTSCHEN SPRACHE	<b>20-22</b>
<b>ЛОГВИНЕНКО О.Є.</b> ОСОБЛИВОСТІ ЗАРОДЖЕННЯ УНІКАЛЬНОГО ГУЦУЛЬСЬКОГО ДІАЛЕКТУ	<b>22-24</b>
<b>ХРОЛЬ К.С.</b> ВПЛИВ ІНШОМОВНИХ ЕЛЕМЕНТІВ НА УКРАЇНСЬКУ ЛЕКСИКУ ТА ГРАМАТИКУ	<b>24-26</b>

### МЕТОДИКА І ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНИМ МОВАМ

<b>TARKAR BEKSIETOV.</b> ENGLISH AS A LANGUAGE OF SCIENCE	<b>28-29</b>
<b>BOHOMAZ A.A.</b> THE ROLE OF ENGLISH IN THE TRAINING OF MARKETERS	<b>29-30</b>
<b>BONDARENKO A.O.</b> BESONDERHEITEN BEIM LERNEN VON DEUTSCH NACH ENGLISCH	<b>31-32</b>
<b>BRODETSKYI R.A.</b> DEVELOPING FOREIGN LANGUAGE COMPETENCE AT FUTURE AGRICULTURAL ENGINEERS	<b>32-34</b>
<b>DEVIATKINA V.O.</b> IMPORTANCE OF LEARNING ENGLISH FOR STUDENTS OF THE SPECIALITY "ECONOMICS"	<b>34-37</b>
<b>FADEIEVA Z.O.</b> COMMUNICATIVE TRAINING OF SPECIALISTS IN AGRICULTURE	<b>37-38</b>
<b>FOMINA M.S., SAMOILENKO S.A.</b> THE USE OF CHATGPT FOR ESL LEARNERS	<b>39-40</b>
<b>GARKUSHA A.V.</b> IS IT POSSIBLE TO LEARN ENGLISH IN A SHORT PERIOD OF TIME?	<b>40-42</b>
<b>GUTTA V.V.</b> THE IMPORTANCE OF LEARNING ENGLISH FOR MARKETING STUDENTS	<b>43-45</b>
<b>HONCHARENKO H.I.</b> THE NECESSITY OF FOREIGN LANGUAGE LEARNING	<b>46-47</b>
<b>HORINA K.A.</b> COMMUNICATIVE SPEECH COMPETENCE	<b>48-49</b>
<b>HOTSYK M.S.</b> IMPROVING THE FOREIGN LANGUAGE TRAINING IN UNIVERSITY	<b>50-51</b>
<b>HYZHNYAK M.O., SAMOILENKO S.A.</b> THE USE OF CHATGPT AS A LEARNING TOOL TO IMPROVE LANGUAGE WRITING SKILLS	<b>52-53</b>
<b>ISCHTSCHUK S. S.</b> FEATURES OF THE ORGANISATION OF TRAINING BY MEANS OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE	<b>53-55</b>

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

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

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

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



## **DYNAMICS OF PROFESSIONAL COMMUNICATION IN MODERN BUSINESS**

**Communication dynamics** in professional contexts is something anyone who works deals with every day. Communication dynamics is the study of the way communication lives in the world; what communications does as it functions between people in various contexts.

Communication is never not dynamic. A page with writing on it is nothing to anyone until it is observed. Communication dynamics is a factor at all times. One of the most important and impactful scenes for complex communication dynamics is while we are at work. Almost everyone spends a large part of their day working and most people need to communicate to work. Understanding the communication dynamics at play while we work can be extremely valuable. A clearer understanding of the way things work can help with efficiency, fulfillment, purpose, and creativity.

Communication is the lifeblood of any organization. In the age of globalization, businesses operate in a highly connected world where flawless communication isn't simply a convenience but a necessity. The advent of digital platforms and communication tools has revolutionized the way professionals interact. Email, instant messaging, video conferencing, and collaborative platforms have become essential in facilitating real-time communication across geographical boundaries.

The rise of social media has added another layer to professional communication. Businesses now harness the power of platforms like LinkedIn for networking, brand structure, and gift accession. Yet the same tools that amplify the reach of communication also demand a heightened sense of responsibility. A misstep in the digital realm can have far-reaching consequences for a business.

Effective communication in the ultramodern business geography extends beyond written or verbal exchanges. Non-verbal cues, frequently overlooked, play a significant part in conveying dispatches, and they can be used to communicate information in ways that aren't fluently understood, similar as when a communication is being transferred or entered, or when a communication is being transferred or

entered. From the nuances of facial expressions to body language during donations, professionals must be attuned to the subtleties that can impact the perception of their dispatches, and the way they respond to them.

More importantly, artistic intelligence is now a vital element of professional communication. As brigades come decreasingly different, understanding and esteeming different artistic morals and communication styles is critical. The capability to navigate through these artistic nuances can be a crucial differentiator for businesses operating in the global arena.

In addition to external communication, internal communication within associations has experienced a metamorphosis. The hierarchical, top-down model is evolving into a more cooperative, transparent approach. ultramodern businesses emphasize open channels of communication, where feedback isn't only welcomed but laboriously sought. This fosters a culture of nonstop enhancement and invention.

The proximity of communication in the digital age also means that heads can escalate fleetly. Effective extremity communication has come a technical skill, taking businesses to respond fleetly and transparently to alleviate implicit damage to their business and the business as a whole. The ultramodern business terrain demands not only a visionary extremity communication strategy but also the capability to acclimatize it in real- time.

Professional business communication in ultramodern business is a multifaceted and dynamic reality. It extends beyond traditional written and verbal forms, encompassing digital platforms, non-verbal cues, and artistic intelligence and communication systems, and is a crucial element of the ultramodern digital frugality and the digital frugality as a whole. Businesses that fete the centrality of effective communication, both internally and externally, are more deposited to navigate the complications of the contemporary business geography. As technology continues to advance, those who master the art of professional communication will really stand at the forefront of success in the field.

## **DYNAMICS OF PROFESSIONAL COMMUNICATION IN MODERN BUSINESS**

**Communication dynamics** in professional contexts is something anyone who works deals with every day. Communication dynamics is the study of the way communication lives in the world; what communications does as it functions between people in various contexts.

Communication is never not dynamic. A page with writing on it is nothing to anyone until it is observed. Communication dynamics is a factor at all times. One of the most important and impactful scenes for complex communication dynamics is while we are at work. Almost everyone spends a large part of their day working and most people need to communicate to work. Understanding the communication dynamics at play while we work can be extremely valuable. A clearer understanding of the way things work can help with efficiency, fulfillment, purpose, and creativity.

Communication is the lifeblood of any organization. In the age of globalization, businesses operate in a highly connected world where flawless communication isn't simply a convenience but a necessity. The advent of digital platforms and communication tools has revolutionized the way professionals interact. Email, instant messaging, video conferencing, and collaborative platforms have become essential in facilitating real-time communication across geographical boundaries.

The rise of social media has added another layer to professional communication. Businesses now harness the power of platforms like LinkedIn for networking, brand structure, and gift accession. Yet the same tools that amplify the reach of communication also demand a heightened sense of responsibility. A misstep in the digital realm can have far-reaching consequences for a business.

Effective communication in the ultramodern business geography extends beyond written or verbal exchanges. Non-verbal cues, frequently overlooked, play a significant part in conveying dispatches, and they can be used to communicate information in ways that aren't fluently understood, similar as when a communication is being transferred or entered, or when a communication is being transferred or

entered. From the nuances of facial expressions to body language during donations, professionals must be attuned to the subtleties that can impact the perception of their dispatches, and the way they respond to them.

More importantly, artistic intelligence is now a vital element of professional communication. As brigades come increasingly different, understanding and esteeming different artistic morals and communication styles is critical. The capability to navigate through these artistic nuances can be a crucial differentiator for businesses operating in the global arena.

In addition to external communication, internal communication within associations has experienced a metamorphosis. The hierarchical, top-down model is evolving into a more cooperative, transparent approach. ultramodern businesses emphasize open channels of communication, where feedback isn't only welcomed but laboriously sought. This fosters a culture of nonstop enhancement and invention.

The proximity of communication in the digital age also means that heads can escalate fleetly. Effective extremity communication has come a technical skill, taking businesses to respond fleetly and transparently to alleviate implicit damage to their business and the business as a whole. The ultramodern business terrain demands not only a visionary extremity communication strategy but also the capability to acclimatize it in real- time.

Professional business communication in ultramodern business is a multifaceted and dynamic reality. It extends beyond traditional written and verbal forms, encompassing digital platforms, non-verbal cues, and artistic intelligence and communication systems, and is a crucial element of the ultramodern digital frugality and the digital frugality as a whole. Businesses that fete the centrality of effective communication, both internally and externally, are more deposited to navigate the complications of the contemporary business geography. As technology continues to advance, those who master the art of professional communication will really stand at the forefront of success in the field.

