

*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.*

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



## **MODERN MEANS OF PROFESSIONAL COMMUNICATION**

Modern means of communication refers to those forms of communication which are non-verbal communication, newspapers, television, radio, email, and so forth. In the process of communication, both verbal as well as nonverbal systems of communication are needed. Messages are sent, received, as well as returned in the form of feedback. Simply put, communication is the two-way exchange of information between two or more people in the form of thoughts, perspectives, and ideas to foster understanding.

The modern means of communication would include the cultural realm, communication instrument, geographical location, and other factors. Important modern means of communication include social media, blogging, voice calling, and so forth. Revolution in the field of communication is brought about by the modern means of communication. Modern means of communication are required for many daily based activities.

Given the widespread use of English in professional environments, a key skill for successful communication is English. Employees must be proficient in technical terms, as well as be able to effectively express ideas and communicate with colleagues and customers. It is also important to understand cultural differences in professional communication to maintain successful business relationships [1].

Improving English in the professional sphere includes not only lexical aspects, but also writing skills, studying the formal structures of letters, resumes and presentations. Constant improvement of grammar and expansion of vocabulary contribute to increasing the effectiveness of communication in a professional environment. In addition, the use of specialized resources and participation in language courses can make this process much easier [2].

An important part of successful professional communication is the development of listening skills and the ability to interact effectively in a team. It is also worth paying attention to the adaptation of speech to the audience, taking into

account the level of knowledge of the interlocutors. Cultural sensitivity and the ability to express one's thoughts clearly and succinctly are key elements in successful professional interaction in English.

An additional aspect is the ability to use formal expressions and an appropriate tone in written and oral communication, especially in formal situations. Understanding the importance of the correct use of language helps to maintain a professional communication style and increase the trust of interlocutors. In addition, the establishment of clear communication metaphors and the use of structural elements contribute to the easy understanding of information in professional discussions. The **types of modern means of communication** include:

### **Social Media**

- Since the dawn of the internet, social media has existed and continues to rule the majority of our lives.
- One of the most widely used ways of communication, the vast list of social networks is expanding and attracting millions (and even billions) of people daily to their websites.
- Although social media may be all about raising brand exposure, it is also a fantastic avenue for communication because it allows you to post public messages and interact with consumers through comments.
- It makes a great first step in communication, whatever you use it for.
- Additionally, your messages aren't only for your followers with the help of hashtags, shares, likes, retweets, hearts, and other responses, your posts can reach an unlimited number of people.
- Everyone has seen the impact of posts going viral.

### **Direct Message on Social Media (DM)**

- Social media doesn't always have to be entirely open to the public.
- A direct messaging option is available on almost all social networking platforms, and some of these messaging services even have their own messaging apps, like Facebook Messenger.

- While less formal than email, private messaging over social networks has the same closeness.
- Only when a customer has contacted them via Direct Message should a business make contact with that person. On some social networks, like Facebook, some direct messaging strategies are becoming a little more accepted.
- Using Facebook's messaging platform, you may communicate with your audience by using Facebook Messenger Bots, which are increasingly considered the norm.

### **Quick Message (IM)**

- While certain Instant Message systems, like Facebook Messenger, fall under the umbrella of social media, there are many other Instant Message services that aren't affiliated with social media, such as Google Hangouts and WhatsApp.
- IM is a fantastic tool for brief, casual conversations or group discussions.

### **Text Messaging using SMS**

- Text messaging has several purposes, as we are all aware.
- They are a wonderful way to share brief information that may be read and responded to at the recipient's convenience because they are brief and typically casual.
- Since we now practically always carry a mobile device with us, it is no wonder that more people than ever before prefer using their cell phones for communication, research, and search purposes over PCs.
- This makes smartphones the ideal platform for engaging with your audience.

### **Email Marketing**

- In 1978, the first bulk email was sent, and it was a huge success right away. Despite being one of the most advantageous in terms of return on investment, it is currently one of the most underappreciated marketing platforms available.
- Email marketing can be used for a variety of things, such as to promote goods and services, disseminate information, build brand awareness, or reach a large audience with a message.

- Most firms would have amassed a large number of email addresses over time, and many of them would be wasted. With email marketing, you may engage with both current and potential customers by using their email addresses.

### **Blogging**

- A blog is a website with a conversational design that lets you submit messages, news, information, or any other kind of content for public viewing on the internet.
- The comments section of most blogs allows you to interact with folks who share your interests in your blog article. It is an excellent venue for communication because of this.

### **Voice Calling**

- Voice calling is considerably more individualized than the aforementioned channels.
- One of the most widely used communication instruments is the telephone or cell phone, which quickly enables both parties to hear the tones and emotions of the other caller.

### **Video Chat**

- With video chat, you can see the other person and understand their facial expressions and body language.
- Although not as common as voice calling, this method of communication has some benefits.
- Video calls are definitely something to think about, especially with so many free videos calling apps like Apple's FaceTime, Facebook Messenger, Skype, and WhatsApp available.

*Stasiuk T.V., Prykhoda V.V.*

*Dnipro State University of Agriculture and Economics*

## **MODERN MEANS OF PROFESSIONAL COMMUNICATION**

Professional communication is formed in the conditions of a specific professional activity, and therefore to a certain extent absorbs its features and is an

