

*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

| | |
|---|--------------|
| 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 |
| 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 |
| 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 |
| 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 |

- 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

important part of this activity. In professional activity, people try to achieve not only common, but also personally significant goals, thanks to knowledge and skills. Professional communication is one of the universal realities of human existence, a specific type and a necessary condition for its activity.

Professional communication is a creative, controlled process of exchanging messages, organizing mutual understanding, achieving optimal interactions, mutual knowledge in various activities of participants in professionally directed communication.

In the culture of professional communication, it is possible to single out general norms of communication, which are determined by the nature of the social system and are based on the achievements of the past and the present. At the same time, culture has an individual character and is manifested in the ways of communication chosen by the subject in certain business situations regarding specific people, a specific case. The content of business communication is a "business," about which interaction arises and develops.

Professional communication is a multifaceted process of formation and development of contacts, based on the need for joint activities, which includes the following functions: 1) *regulatory* (regulates official relations in the state-legal and socio-industrial spheres); 2) *communicative* (exchange of information); 3) *interactive* (exchange of actions); 4) *perceptual* and *reflective* (mutual perception and mutual understanding between communication partners).

Implementation of functions and skillful use of types, types and forms of communication is a prerequisite for the culture of professional communication.

Professional communication regulates official relations in the state-legal and socio-industrial spheres. Depending on the sphere of communication, there are the following types of it: 1) *professional, business*; 2) *sociable, friendly*; 3) *working, service*; 4) *intimate; friendly*; 5) *random, formal-stored*.

The basis of the division of professional communication into types is the degree of participation or non-participation in it of the language (oral and written). On this basis, verbal and non-verbal communication is distinguished.

Verbal (lat. verbum - word) communication - verbal communication, the participants of which exchange statements regarding the subject of communication through language, a system of signs that serve as a means of communication.

Nonverbal communication is the exchange of information between people using infant communicative elements (gestures, facial expressions, eye expressions, posture, etc.), which, together with the means of speech, provide the creation, transmission and perception of messages.

Historically, there were two types of professional verbal communication: direct and indirect. The whole system of direct and indirect communication affects the development of both personality and relationships between people.

Direct verbal communication is a direct verbal contact between participants in communication ("face to face"), in which information is transmitted through language signs and intonation means (increase or decrease in tone, manner of speech expressing feelings, attitudes to the subject, statements), and covers elements of non-verbal (gestures, facial expressions, poses).

There are forms of direct verbal communication: 1) individual monologue (transmission of oral information without feedback); 2) individual dialogical (occurs between two people and provides feedback between the sender and recipient), 3) group monologue (three or more people are participants). Modification of such communication is a public speech of the leader in front of the team or outside it (lecture, report); 4) and group dialogical - a form of collective discussion of problems, situations, proposals at business meetings, meetings of collegial governing bodies, etc.

Indirect verbal communication - its feature is the lack of direct contact between the participants, the information is devoid of emotional (intonation) content and is not accompanied by non-verbal means of communication.

