

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

"ЗАТВЕРДЖУЮ"
Проректор з навчально-методичної роботи

Каріна НЕМАШКАЧО



ТЕХНОЛОГІЇ КОМУНІКАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

робоча програма навчальної дисципліни

Галузь знань 29 "Міжнародні відносини"
Спеціальність 292 "Міжнародні економічні відносини"
Освітній рівень перший (бакалаврський)
Освітня програма Міжнародний бізнес

Статус дисципліни обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання українська

Завідувач кафедри

міжнародних економічних відносин

Ірина ОТЕНКО

Харків

2022

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри *міжнародних економічних відносин*

Протокол № 1 від 31.08.2022 р.

Розробник:

Гронь Олександра Вікторівна, к.е.н., доц. кафедри міжнародних економічних відносин

**Лист оновлення та перезатвердження
робочої програми навчальної дисципліни**

Навчальний рік	Дата засідання кафедри – розробника РПНД	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри

Анотація навчальної дисципліни

Глобальна трансформація індустріального суспільства в інформаційно-комунікаційне супроводжується проникненням інформаційних технологій в усі сфери життєдіяльності суспільства, виникненням і розвитком якісно нового типу комунікаційних структур і процесів. Досягнення комунікаційних та інформаційних технологій наприкінці ХХ століття значно розширили сферу міжнародних комунікацій, які вийшли за межі урядових комунікацій між державами та включили в себе взаємодію між бізнесом та між людьми на глобальному рівні.

Комунікація виконує дуже важливі функції в суспільному житті, створюючи умови для забезпечення діяльності не тільки інформаційної, а усієї суспільної сфери. Для того, щоб бути затребуваними на ринку праці майбутнім фахівцям з міжнародних економічних відносин необхідно знати моделі і теорії, що пояснюють комунікації, а також вміти на практиці використовувати знання щодо застосування комунікаційних технологій в професійній діяльності.

Навчальна дисципліна "Технології комунікації міжнародного бізнесу" є обов'язковою навчальною дисципліною та вивчається згідно з навчальним планом підготовки фахівців освітнього рівня "бакалавр" спеціальності 292 "Міжнародний бізнес" усіх форм навчання.

Мета навчальної дисципліни - отримання студентами цілісного уявлення про роль комунікації в міжнародних економічних відносинах, формування системи знань про комунікативні технології та їх ефективність, набуття навичок щодо застосування комунікативних технологій у міжнародному бізнесі.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є: отримання знань з теоретичних основ комунікативної теорії, вивчення основних моделей комунікацій, комунікативних технологій; формування навичок застосування комунікативного інструментарію в залежності від комунікативної ситуації; опанування конкретних комунікативних технологій і вмінь щодо їх застосування в міжнародному бізнесі; надання знань та опанування вмінь щодо створення іміджу і бренду компанії на міжнародному ринку; участі у плануванні і проведенні піар-кампаній на міжнародному рівнях; підготовки інформаційних матеріалів для ЗМІ тощо.

Предметом навчальної дисципліни є теорія комунікації, практики застосування технологій комунікацій та їх особливості в міжнародного бізнесу.

Характеристика навчальної дисципліни

Курс	3
Семестр	5
Кількість кредитів ECTS	4
Форма підсумкового контролю	Іспит

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни

Пререквізити	Постреквізити
Міжнародний менеджмент	Міжнародний бізнес та міжнародне підприємництво
Міжнародні контракти	Переддипломна практика
Країнознавство та організаційна поведінка іноземного підприємства	Дипломна робота
Міжнародний маркетинг	

Компетентності та результати навчання за дисципліною

Компетентності	Результати навчання
ЗК 7. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій	РН3. Використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології, програмні пакети загального і спеціального призначення.
ЗК 10. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності)	РН4. Систематизувати й упорядковувати отриману інформацію щодо процесів і явищ у світовому господарстві; оцінювати та пояснювати вплив ендогенних і екзогенних факторів на них; формулювати висновки і розробляти рекомендації з урахуванням особливостей національного і міжнародного середовища. РН15. Визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних економічних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними. РН17. Володіти навичками самоаналізу (самоконтролю), бути зрозумілим для представників інших бізнес культур та професійних груп різного рівня (з фахівцями з інших галузей знань/видів діяльності) на засадах цінування різноманітності, мультикультурності, толерантності та поваги до них. РН21. Розуміти і мати навички з ведення ділового протоколу та ділового етикету у сфері міжнародних економічних відносин, враховуючи особливості міжкультурного спілкування на професійному та соціальному рівнях, як державною так і іноземними мовами.
ЗК 11. Здатність працювати в команді	РН6. Планувати, організувати, мотивувати, оцінювати та підвищувати результативність колективної праці, здійснювати дослідження в групі під керівництвом лідера, з урахуванням вимог та особливостей сьогодення в умовах обмеженості часу.
СК8. Здатність визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних економічних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними.	РН4. Систематизувати й упорядковувати отриману інформацію щодо процесів і явищ у світовому господарстві; оцінювати та пояснювати вплив ендогенних і екзогенних факторів на них; формулювати висновки і розробляти рекомендації з урахуванням особливостей національного і міжнародного середовища. РН5. Володіти навичками самоаналізу (самоконтролю), бути зрозумілим для представників інших бізнескультур та професійних груп різного рівня (з фахівцями з інших галузей знань/видів діяльності) на засадах цінування різноманітності, мультикультурності, толерантності та поваги до них. РН10. Ідентифікувати та виокремлювати особливості функціонування суб'єктів міжнародних відносин та моделей їх економічного розвитку. РН15. Визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних економічних відносин

	різного рівня та налагоджувати комунікації між ними. РН20. Відстоювати національні інтереси України з урахуванням безпекової компоненти міжнародних економічних відносин.
СК9. Здатність до діагностики стану досліджень міжнародних економічних відносин та світового господарства у міждисциплінарному поєднанні із політичними, юридичними, природничими науками.	РН26. Управляти міжнародним бізнесом, формувати, розробляти та реалізовувати стратегії щодо управління персоналом міжнародної компанії, маркетингової, конкурентної, інноваційної, фінансової діяльності та інші з урахуванням напряму діяльності суб'єкта міжнародного бізнесу, враховуючи пріоритети старт - спеціалізації Харківського регіону. РН29. Приймати та обґрунтовувати управлінські рішення щодо створення та діяльності підприємницьких структур, сприяння інтернаціоналізації бізнесу у секторі малого та середнього підприємництва.
СК 10. Здатність обґрунтовувати доцільність застосування правових, економічних та дипломатичних методів (засобів) вирішення конфліктних ситуацій на міжнародному рівні.	РН17. Визначати причини, типи та характер міжнародних конфліктів і суперечок, обґрунтовувати і застосовувати економічні, юридичні та дипломатичні методи і засоби їх вирішення на міжнародному рівні, відстоюючи національні інтереси України. РН20. Відстоювати національні інтереси України з урахуванням безпекової компоненти міжнародних економічних відносин. РН23. Усвідомлювати необхідність навчання впродовж життя для здобування знань, з метою підтримки професійної компетентності на високому рівні.
СК12. Здатність використовувати нормативно-розпорядчі документи та довідкові матеріали при здійсненні професійної діяльності у сфері міжнародних економічних відносин.	РН26. Управляти міжнародним бізнесом, формувати, розробляти та реалізовувати стратегії щодо управління персоналом міжнародної компанії, маркетингової, конкурентної, інноваційної, фінансової діяльності та інші з урахуванням напряму діяльності суб'єкта міжнародного бізнесу, враховуючи пріоритети старт - спеціалізації Харківського регіону.
СК16. Здатність постійно підвищувати теоретичний рівень знань, генерувати й ефективно використовувати їх в практичній діяльності.	РН1. Відповідально ставитися до професійного самовдосконалення, усвідомлюючи необхідність навчання впродовж усього життя, проявляти толерантність та готовність до інноваційних змін.

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Комунікація та її роль в міжнародному бізнесі. Базові засади комунікативних технологій міжнародного бізнесу

1.1. Поняття комунікації. Функції і роль комунікації в суспільстві.

1.2. Поняття комунікативної технології. Види комунікативних технологій.

1.3. Моделі комунікації. Модель Аристотеля. Модель Ласуела. Модель Шенона-Уівера.

Складові сучасної моделі комунікації.

1.4. Особливості комунікації в міжнародному бізнесі. Механізми здійснення міжнародних комунікацій.

1.5. Комунікативний процес. Планування процесу комунікації.

Тема 2. Корпоративні комунікації.

2.1. *Внутрішні та зовнішні комунікації міжнародної компанії.* Особливості вертикальних та горизонтальних комунікацій в організації.

2.2. *Визначення та аналіз стейкхолдерів компанії.* Цільові аудиторії та їх очікування. Мапа стейкхолдерів.

2.3. *Комунікаційний аудит.* Визначення інформаційних розривів. Місія, цінності та корпоративна культура. Формування системи внутрішніх організаційних комунікацій.

2.4. *Вибір каналів розповсюдження інформації.* Ефективність різноманітних каналів та форматів внутрішніх комунікацій, залежно від корпоративної культури компанії.

Тема 3. PR-технології міжнародного бізнесу.

3.1. *Сутність PR.* Фактори зростання значення і ваги PR у міжнародному бізнесі. Специфіка PR-діяльності міжнародних компаній.

3.2. *Функціональні комунікативні відмінності між PR, рекламою та пропагандою.*

3.3. *Елементи програмування PR-діяльності:* визначення теми програми дій і підготовка звернень; визначення змісту дій і характеру спеціальних подій; визначення ЗМІ; вибір принципів ефективною комунікації.

3.4. *Завдання PR-кампаній* (позиціонування, вирішення кризових ситуацій, виправлення репутації). Типи PR-кампаній: повідомлення громадськості, підвищення громадської інформованості, громадського навчання, посилення позиції і поведінки, зміна думки, зміна поведінки. Кризові комунікації

3.5. *Визначення аудиторії PR-кампанії в міжнародному бізнесі.* Вплив на громадськість через програми PR (ідентифікація й розуміння громадської думки; визначення цільових груп; урахування законів формування громадської думки).

3.6. *Проблеми реалізації PR-програми у сфері міжнародних економічних відносин.*

Тема 4. Маркетингові комунікаційні технології в міжнародному бізнесі.

4.1. *Інтерпретація поняття «маркетингові комунікації».* Роль маркетингових комунікацій. Завдання та функції маркетингових комунікацій.

4.2. *Система маркетингових комунікацій.* Складники системи маркетингових комунікацій (типи). Реклама: визначення, особливості. Специфіка рекламної комунікації в різних країнах. Паблік рілейшнз в маркетингу: завдання, зв'язок з іншими складовими маркетингових комунікацій. Особисті продажі. Прямий маркетинг. Цифровий маркетинг. Стимулювання збуту.

4.3. *Концепція інтегрованих маркетингових комунікацій як стратегії «єдиного голосу».* Особливості в міжнародному бізнесі.

Тема 5. Іміджеві та бренд-комунікації міжнародного бізнесу.

5.1. *Поняття іміджу та його зв'язок з репутацією.* Відмінності іміджу та репутації.

5.2. *Функціональні характеристики іміджу.* Аспекти формування/розбудови іміджу. *Види та структура іміджу компанії.*

5.3. *Основні переваги репутаційної стратегії для компанії.* Базові принципи репутаційного менеджменту. Визначення чинників оцінювання репутації компанії за факторами репутаційного профілю. Комунікаційна стратегія, структура та складові елементи. Особливості впливу SEO на репутацію компанії. Дослідження активності компанії, оптимізація позитивного ставлення споживача. RepTrak – вимір корпоративної репутації та його складові.

5.4. *Поняття бренду.* Особливості бренд-комунікацій міжнародних компаній.

5.5. *Архітектура бренду.* Моделі створення бренду. Колесо бренду, методика Thompson Total Branding (ТТВ), модель Unilever Brand Key (UBK), модель Brand Name Development Services (етапності побудови бренду).

5.6. *Управління портфелем брендів.* Бренд-будинок. Будинок брендів. Стратегічний бренд. Суббренд. «Срібна пуля»

5.7. *Глобальний бренд-менеджмент.*

Тема 6. Технологічні особливості ведення міжнародних переговорів.

6.1. *Класифікація міжнародних переговорів* за концепцією Дж. Діна: три групи переговорів. Функції міжнародних переговорів: інформаційно-комунікативна; регуляційна; іміджева або пропагандистська; функція вирішення завдань, які не пов'язані з проблемою, що обговорюється.

6.2. *Підготовка до міжнародних переговорів: вибір стратегії і тактики.* Поняття «національний стиль ведення переговорів». Роль національних стилів в переговорному процесі.

6.3. *Переговорний процес: визначення, підготовка та структура.* Особливості організації та етапи проведення міжнародних переговорів.

6.4. *Стратегії ведення переговорів.* Стратегія торгу. Стратегія спільного з партнером пошуку вирішення проблеми. Способи подання позиції. Основні тактичні прийоми ведення переговорів.

6.5. *Інститут посередництва на міжнародних переговорах.* Функції посередника (медіатора). Стратегії посередництва. Види посередництва.

Тема 7. Інформаційні технології в міжнародному бізнесі.

7.1. *Інноваційні інформаційні та Інтернет-технології у системі комунікації міжнародного бізнесу.*

7.2. *Світові тренди ринку ЗМІ, довіра до ЗМІ та перевірені джерела інформації.*

7.3. *Інформаційні технології в маркетинговій складовій ведення міжнародного бізнесу.*

7.4. *Соціальні мережі – ефективний інструмент комунікації.*

Тема 8. Корпоративна-соціальна відповідальність міжнародних компаній.

8.1. *Корпоративна соціальна відповідальність та її вплив на репутацію компанії.*

8.2. *Моделювання корпоративної соціальної відповідальності.* Профілі КСВ.

8.3. *КСВ-проекти як частина та засіб комунікації компанії.*

Тема 9. Крос-культурні комунікації в процесі ведення міжнародного бізнесу.

9.1. *Модель крос-культурних бізнес комунікацій.* Формування крос-культурного капіталу компанії

9.2. *Види культур.* Концепція «культурної граматики» Е. Холла. Психологічні вимври культур за Г. Хофстеде.

9.3. *Моделі комунікативної поведінки.*

Перелік практичних занять, а також питань та завдань до самостійної роботи наведено у таблиці “Рейтинг-план навчальної дисципліни”.

Методи навчання та викладання

В процесі викладання дисципліни «Технології комунікації міжнародного бізнесу» використовуються методи, які спрямовані на активізацію та стимулювання навчально-пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти. Під час проведення лекцій використовуються проблемні лекції, презентації, дискусії за актуальними питаннями. Під час проведення практичних занять використовуються кейс-стаді, робота в малих групах, презентації, мозкові штурми, індивідуальна та групова дослідницька робота, дебати.

Опановуючи першу тему, студенти вирішують ситуаційне завдання щодо моделювання процесу комунікації для визначеної події і презентують результати роботи в аудиторії. На практичному занятті з другої теми студенти працюють в групах над завданням щодо визначенням зацікавлених сторін проекту та складання «мапи стейкхолдерів». На практичному занятті з третьої теми студенти опрацьовують кейси PR-кампаній відомих міжнародних компаній та вивчають особливості їх планування та проведення. На практичному занятті з четвертої теми студенти вирішують ситуаційні завдання щодо формування інтегрованих маркетингових комунікацій, презентують результати індивідуального творчого завдання. На практичному занятті з теми 5, вирішують ситуаційні завдання використовуючи моделі брендів, аналізують імідж обраних підприємств з використанням різних методів. На практичному занятті з теми 6 студенти приймають участь у діловій грі (переговорний процес) вивчаючи переговорні техніки. На практичному занятті з теми 7 аналізуються результати досліджень "Світові тренди ринку ЗМІ", використовується мозковий штурм, презентуються результати індивідуального творчого завдання, оцінюються можливості ефективного використання цифрових технологій для сучасних компаній. На практичному занятті за темою 9 студенти приймають участь у дебатах за темою корпоративна соціальна відповідальність міжнародних компаній. На практичному занятті теми 9

вирішуються ситуаційні завдання щодо визначення культурних особливостей моделей ділової поведінки різних країн.

Виконуючи модульну контрольну роботу і колоквиум, студенти розв'язують проблемні питання щодо вибору ефективних інструментів та засобів комунікаційних технологій формування іміджу компанії; в процесі планування комунікаційної компанії, вміння обирати найбільш ефективні маркетингові технології в процесі діяльності компанії на міжнародному ринку.

Порядок оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей у студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні та практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у здобувачів вищої освіти здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Контрольні заходи включають:

поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних та практичних занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє здобувачу вищої освіти складати іспит, – 35 балів);

на практичних заняттях оцінюється якість виконаних проєктів, вирішення та обґрунтування кейс-стаді, ситуаційних завдань, активність роботи в малих групах та виконанні індивідуальних та групових проєктів, участь у дебатах та рольовій грі.

За результатами виконання ситуаційних завдань, кейс-стаді, участь у рольовій грі, дебатах на практичних заняттях студент може отримати до 5 балів. За бездоганне виконання завдань під час всіх практичних занять студент може отримати 20 балів. За вирішення індивідуального самостійного завдання, групового творчого завдання та підготовку презентацій студент може отримати 25 балів. Впродовж курсу студент виконує контрольну роботу, за вірне виконання якої студент може отримати 7 балів, за виконання колоквиуму студент може максимально отримати 8 балів.

Підсумковий контроль проводиться у формі семестрового екзамену, відповідно до графіку навчального процесу. Підсумковий контроль знань та компетентностей здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни здійснюється на підставі проведення семестрового екзамену, завданням якого є перевірка розуміння здобувачем вищої освіти програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань, вміння формулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо. Екзаменаційний білет охоплює програму дисципліни і передбачає визначення рівня знань та ступеня опанування здобувачами вищої освіти компетентностей. Кожен екзаменаційний білет з навчальної дисципліни «Технології комунікації міжнародного бізнесу» містить три завдання різного типу складності: стереотипне, діагностичне та евристичне, які перевіряють рівень оволодіння професійними компетентностями. Екзаменаційне завдання виконується письмово. Результат семестрового екзамену оцінюється в балах (максимальна кількість – 40 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 25 балів).

Стереотипне завдання екзаменаційного білету розкриває рівень оволодіння здобувачем вищої освіти знаннями сутності технології комунікацій, сучасної технології створення внутрішнього та зовнішнього іміджу компанії; маркетингових комунікацій; сутності корпоративної соціальної відповідальності міжнародних компаній; технологій ведення переговорів в міжнародному бізнесі; моделей ділової поведінки представників різних культур.

Діагностичне завдання розкриває рівень оволодіння студентами знаннями і вміннями визначати стейкхолдерів компанії та оцінювати їх вплив на діяльність компанії, вміння студентів скласти план комунікації для вирішення завдань в процесі діяльності компанії на міжнародному ринку, вміння оцінити поточний імідж компанії, запропонувати найбільш ефективні технології в процесі планування стратегії комунікації компанії, вміння обирати найбільш ефективні маркетингові технології в процесі діяльності компанії на міжнародному ринку; аналізувати структуру портфеля брендів компанії; визначати цільову аудиторію ПР-кампанії, рекламної комунікації.

Евристичне завдання розкриває більш високий рівень оволодіння студентами професійними компетентностями стосовно аналізу поточної ситуації, визначення проблем та вибору ефективної технології комунікації міжнародного бізнесу; вміння здійснювати узагальнення інформації та робити висновки; вміння пояснювати альтернативні погляди та наявність власної точки зору, обґрунтовувати свою позицію на певне проблемне питання.

Кожен екзаменаційний білет включає:

тести. Максимальна кількість балів – 10, кожен тест оцінюється в 1 бал.

стереотипне завдання оцінюється в 8 балів, із них: 4 – знання теорії (дефініцій, моделей, етапів процесу), розуміння можливостей застосування теоретичних знань для певних організаційних ситуацій та вирішення проблем; 3 – послідовність та аргументованість викладення матеріалу; 2 – наявність обґрунтованих висновків та відповіді;

діагностичне завдання оцінюється 10 балів, із них: 4 - розуміння можливостей застосування теоретичних знань для певних організаційних ситуацій та вирішення проблем; 4 – аналіз ситуації та визначення вірних підходів для вирішення проблемної ситуації; послідовність та аргументованість викладення матеріалу; 2 - наявність обґрунтованих висновків та відповіді;

евристичне завдання оцінюється в 12 балів, із них - 2 – володіння теоретичними знаннями та їх застосування для вирішення поставленої проблеми; 2 – послідовність та аргументованість викладення матеріалу; 2 – застосування творчого підходу до вирішення поставленої проблеми; 2 – оригінальність підходу до виконання завдання та подання результату; 4 – наявність обґрунтованих висновків щодо вирішення поставленої проблеми.

Завдання передбачають вирішення типових професійних завдань фахівця на робочому місці та дозволяють діагностувати рівень теоретичної підготовки студента і рівень його компетентності з навчальної дисципліни.

евристичне завдання. Максимальна оцінка завдання – 12 балів, із них:

Результат семестрового іспиту оцінюється в балах (максимальна кількість – 40 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 25 балів) і проставляється у відповідній графі екзаменаційної «Відомості обліку успішності». Здобувача вищої освіти слід вважати атестованим, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Мінімумально можлива кількість балів за поточний і модульний контроль упродовж семестру – 35 та мінімумально можлива кількість балів, набраних на екзамені, – 25.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час екзамену, та балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр складає: «60 і більше балів – зараховано», «59 і менше балів – не зараховано» та заноситься у залікову «Відомість обліку успішності» навчальної дисципліни.

Форми оцінювання та розподіл балів наведено у таблиці «Рейтинг-план навчальної дисципліни».

Рейтинг-план навчальної дисципліни

Тема	Форми та види навчання		Форми оцінювання	Мак бал
1	2		3	4
Тема 1	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Тема 1. Комунікація та її роль в міжнародному бізнесі. Базові засади комунікативних технологій міжнародного бізнесу	Лекція-дискусія	
	Практичне заняття	Практичне завдання: Вирішення ситуаційних завдань: Інформаційне суспільство. Нові технології, їх вплив на міжнародні комунікації. Ситуаційне завдання: моделювання процесу комунікації.	Компетентісно-орієнтоване завдання	5
	<i>Самостійна робота</i>			
Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до заняття, огляд теоретичного матеріалу за питаннями теми	Експрес-опитування		
Тема 2	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Тема 2. Корпоративні комунікації	Лекція-дискусія	
	Практичне заняття	Практичне заняття: Визначення зацікавлених сторін компанії. Дослідження аудиторій впливу та визначення методів впливу.	Захист групового завдання	5
	<i>Самостійна робота</i>			
Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до заняття, огляд теоретичного матеріалу за питаннями теми та виконання завдань	Захист самостійної роботи		
Тема 3	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Тема 3. PR-технології міжнародного бізнесу	Лекція-презентація	
	Практичне заняття	Розгляд проблемних ситуацій у групах. Аналіз PR-кампаній відомих міжнародних компаній. Розробка прес-релізу.	Захист групового завдання	5
	<i>Самостійна робота</i>			
Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до заняття, огляд теоретичного матеріалу за питаннями теми та виконання завдань	Захист самостійної роботи		
Тема 4	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Тема 4. Маркетингові комунікаційні технології в міжнародному бізнесі	Лекція-презентація	
	Практичне заняття	Практичне заняття. Кейс стаді; Аналіз інтегрованих маркетингових комунікацій. Практичне заняття. Визначення особливостей рекламних компаній в різних країнах.	Ситуаційне завдання Поточна контрольна робота	5 7
	<i>Самостійна робота</i>			
Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до заняття, огляд теоретичного матеріалу за питаннями теми та виконання завдань	Перевірка домашніх завдань		

Тема 5	Аудиторна робота			
	Лекція	Тема 5. Іміджеві та бренд-комунікації міжнародного бізнесу.	Лекція-презентація	
	Практичне заняття	Практичне заняття. Завдання: Міжнародні бренди, їх класифікація та специфіка. оцінювання міжнародних брендів. Практичне заняття. Завдання: Ситуаційне завдання «Оцінка іміджу компанії». Визначення складових іміджу компанії на міжнародному ринку. Кризові комунікації.	Ситуаційне завдання	5
	Самостійна робота			
Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до заняття, огляд теоретичного матеріалу за питаннями теми та виконання завдань	Перевірка домашніх завдань		
Тема 6	Аудиторна робота			
	Лекція	Тема 6. Технологічні особливості ведення міжнародних переговорів	Проблемна лекція	
	Практичне заняття	Ділова гра. Підготовка до переговорів. Складання портрету опонента. Технологічні особливості ведення міжнародних переговорів	Ділова гра Компетентнісно-орієнтоване завдання	5
	Самостійна робота			
Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до заняття: робота з навчальною та науковою літературою, робота в мережі Інтернет. Підготовка до ділової гри	Захист самостійного завдань		
Тема 7	Аудиторна робота			
	Практичне заняття	Тема 7. Інформаційні технології в міжнародному бізнесі. Аналіз та можливості застосування результатів досліджень "Світові тренди ринку ЗМІ"	Компетентнісно-орієнтоване завдання	5
	Самостійна робота			
Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу за конспектом лекцій. Робота над творчим завданням.	Захист творчого завдання		
Тема 8	Аудиторна робота			
	Практичне заняття	Тема 8. Корпоративна-соціальна відповідальність міжнародних компаній	Творче завдання	5
	Самостійна робота			
Підготовка до занять	Опрацювання лекційного матеріалу, робота в мережі Інтернет за визначеними питаннями.	Перевірка домашніх завдань		

Продовження табл.

Тема 9	<i>Аудиторна робота</i>			
	Практичне заняття	Тема 9 Крос-культурні комунікації в процесі ведення міжнародного бізнесу. Завдання. Оцінка культурних особливостей різних країн.		
	Практичне заняття	Дебати	Дебати Колоквіум	5 8
	<i>Самостійна робота</i>			
	Підготовка до занять	Опрацювання лекційного матеріалу, робота в мережі Інтернет за визначеними питаннями.	Перевірка домашніх завдань	
Сесія	Передекз. консульт.	Вирішення практичних завдань на різні теми, що входять до підсумкового контролю	Підсумковий контроль	40
	ЕКЗАМЕН	Виконання завдань екзаменаційного білету		
	Підготовка до екзамену	Повторення матеріалів змістових модулів		
Всього				100

Рекомендована література

Основна

1. Бистрицький Є., Зимовець Р., Пролєєв С. Комунікація і культура в глобальному світі. - К.: Дух і Літера, 2020. - 416 с.
2. Васильченко М. І., Гришко В. В. Комунікативний менеджмент : Навчальний посібник. / М. І. Васильченко, В. В. Гришко. - Полтава : Смірнов А. Л., 2019. - 208 с.
3. Гриффін Е. Коммуникация: теории и практики; пер. с англ. Харьков: Гуманитарный центр, Науменко А. А. - 2015. - 688 с.
4. Ерін Меєр. Культурна карта. Бар'єри міжкультурного спілкування в бізнесі. – Київ : Наш Формат, 2020. – 224 с.
5. Почепцов Г.Г. Пропаганда 2.0 / Г.Г. Почепцов. - Харьков: Фолио, 2018. - 796 с.
6. Почепцов Г. Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття / Г. Г. Почепцов. – Київ : Києво-Могилянська академія, 2017. – 257 с.
7. Річ Лі. Міфи про PR. Видавництво: Фабула, 2020. – 170 с.
8. Смерічевський С. Ф. Бренд-менеджмент: навч. посібник / С. Ф. Смерічевський, С. Є. Петропавловська, О. А. Радченко. - К.: НАУ, 2019. - 156 с.
9. Холод О.М. Комунікаційні технології. Видавництво. Центр навчальної літератури, 2019. – 211 с.

Додаткова

10. Tom Kelleher. Public Relations. - Oxford University Press, 2020. – 464 p.
11. Amy Rosenberg. A Modern Guide to Public Relations: Unveiling the Mystery of PR: Including: Content Marketing, SEO, Social Media & PR Best Practices. - Veracity Marketing, 2021. – 188 p.
12. Anthony Cuellar. Harnessing Visual Communications to Build Trust and Connections // Harvard business review, April 9, 2021. [Electronic resource] - Access mode: <https://hbr.org/sponsored/2021/04/harnessing-visual-communications-to-build-trust-and-connections>
13. John Wild, Kenneth Wild. International Business: The Challenges of Globalization (What's New in Management). Pearson, 2021. – 448 p.
14. Beamish P., Bartlett Ch. (2013). Transnational Management: Text, Cases & Readings in Cross-Border Management. McGraw-Hill.
15. Гронь О.В. Сучасні технології комунікацій в міжнародному бізнесі // Моделювання регіональної економіки. 2019. Вип. 2(34). С. 86-97 Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/26113>
16. Гронь О. В. Концепція зацікавлених сторін в міжнародному бізнесі // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". - 2021. - №5. Режим доступу: <http://www.inter-nauka.com/issues/economic2021/5/>

Інформаційні ресурси

17. Сайт персональних навчальних систем ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Дисципліна “Технології комунікації міжнародного бізнесу” - Електронний ресурс. - Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=8079>
18. The International Public Relations Association Code of Conduct [Electronic resource] - Access mode: <https://www.ipra.org/member-services/code-of-conduct/>
19. Global Principles of Ethical Practice in Public Relations and Communication Management / [Electronic resource] - Access mode: <https://www.globalalliancepr.org/code-of-ethics>
20. Marketing Media Review [Electronic resource] – Режим доступу: <https://mmr.ua/>