

**Силабус навчальної дисципліни  
«Міжнародні бізнес-комунікації»**

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 075 Маркетинг

Освітня програма: Маркетинг

Рівень вищої освіти: другий (магістерський)

Курс: 2

Семестр: 3

<b>Факультет</b>	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
<b>Кафедра</b>	Маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
<b>Викладач(-і)</b>	<b>ПІБ:</b> Корнієнко Тетяна Олександрівна <b>Посада:</b> доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом <b>E-mail:</b> korniyenko.t@udpu.edu.ua
<b>Лінк на освітній контент дисципліни</b>	<a href="https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/index.php?categoryid=169">https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/index.php?categoryid=169</a>
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна вибіркового компонента.
<b>Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години</b>	4/120
<b>Обсяг дисципліни (години) та види занять</b>	<b>Денна форма:</b> лекції (20 год.), семінарські (20 год.), самостійна робота (80 год.) <b>Заочна форма:</b> лекції (6 год.), семінарські (6 год.), самостійна робота (108 год.)
<b>Політика дисципліни</b>	<b>Академічна доброчесність.</b> Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Кодексом академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. <b>Відвідування занять.</b> Відвідування занять є важливою складовою освітнього процесу. Очікується, що здобувачі вищої освіти відвідають всі лекції і семінарські (практичні) заняття курсу. Пропуски семінарських (практичних) занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку. Здобувач вищої освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття упродовж двох тижнів з дня пропуску його. <b>Креативна ініціатива здобувача вищої освіти.</b> Здобувачі вищої освіти мають можливість за власною ініціативою підготувати доповіді до визначених робочою програмою тем семінарських (практичних) занять на основі пошуку та огляду наукових публікацій за заданою проблематикою дисципліни, поглибленому опрацюванні окремих лекційних тем або питань.
<b>Що будемо вивчати?</b>	Системи спеціальних знань у сфері міжнародного бізнесу, зокрема, особливості комунікацій в багатокультурному бізнес середовищі, особливості організації ділових зустрічей, ведення переговорів, службове спілкування, формування іміджу ділової людини.
<b>Чому це треба вивчати?</b>	Вивчити міжкультурні особливості ведення бізнесу, головні проблеми, що виникають під час міжкультурної взаємодії, причини крос-культурних конфліктів, особливості просторового та часового аспектів міжнаціонального спілкування. сучасним прикладним методам розробки та прийняття управлінських рішень.
<b>Яких результатів можна досягнути?</b>	Застосування отриманих теоретичних знань щодо підготовки, організації та проведення ділових бізнес-зустрічей та переговорів з метою підвищення ефективності приватного міжнародного співробітництва; отримання практичних навичок в службовому спілкуванні із іноземними партнерами; застосування знань відповідного програмного забезпечення в інформаційно-комунікаційному просторі з метою спрощення проведення бізнес-процедур у міжнародному партнерстві.
<b>Як можна використати набуті знання та уміння?</b>	Застосування для професійної діяльності знання та навички з ділових комунікацій у сфері міжнародних економічних відносин, а також ефективно спілкуватися на професійному та соціальному рівнях; приймати обґрунтовані рішення з проблем міжнародних економічних відносин за невизначених умов і вимог.

<b>Зміст дисципліни</b>	Ділова комунікація як частина механізму суспільної взаємодії. Складові міжкультурної компетенції. Вербальні засоби у міжнародних ділових комунікаціях. Невербальні засоби міжнародних ділових комунікацій. Основні комунікативні бар'єри в міжнародному діловому спілкуванні. Маніпуляції в міжнародних ділових комунікаціях. Ділова бесіда як форма комунікації, організація та супровід переговорного процесу. Міжкультурні конфлікти. Міжкультурна толерантність у міжнародних бізнес комунікаціях. Комунікативні стратегії у мультикультурних організаціях.
<b>Обов'язкові завдання</b>	Підготовка здобувачами доповідей за заданою проблематикою дисципліни; поглиблене опрацювання окремих лекційних тем або питань; опрацювання контрольних запитань, питань для самостійного вивчення дисципліни при підготовці до поточного контролю знань; систематизація вивченого матеріалу з метою підготовки до заліку.
<b>Міждисциплінарні зв'язки</b>	Бізнес-етика в галузі, Ділова іноземна мова, Маркетинговий менеджмент
<b>Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)</b>	1. Маркетингові комунікації. Уклад. І.В. Король. Умань : Візаві, 2018. 189 с. 2. Чирва О.Г. Маркетингова політика комунікацій. Умань : ПП Жовтий О.О., 2012. 173 с. 3. Мальська М. П. Міжнародна маркетингова діяльність: теорія та практика. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 286 с.
<b>Поточний контроль</b>	Виконання завдань семінарських (практичних) занять, тестування. Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 7 Положення про організацію освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини – <i>види та критерії оцінювання відображені в робочій програмі з дисципліни.</i>
<b>Підсумковий контроль</b>	Залік. Порядок та організація контролю знань здобувачів вищої освіти, зокрема умови допуску до підсумкового контролю визначаються розділом 7 Положення про організацію освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла

Розробник



Тетяна КОРНІЄНКО