

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІАКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут бізнесу та сучасних технологій
Кафедра міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

«Управління міжнародною комунікаційною політикою підприємства»

на 2021-2022 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	2 курс
Освітня програма/спеціалізація	«Міжнародні економічні відносини»
Спеціальність	292 Міжнародні економічні відносини
Галузь знань	29 Міжнародні відносини
Ступінь вищої освіти	магістр

ПІБ НПП, який веде дану дисципліну,
науковий ступінь і вчене звання,
посада

Туль Світлана Іванівна

К.Е.Н.

доцент міжнародної економіки та міжнародних
економічних відносин

Контактний телефон	+38 0532 50-91-68
Електронна адреса	puet.me@gmail.com
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	очна: пн-пт, 17.05-18.25 он-лайн: електронною поштою, пн-пт, 17.05-18.25
Сторінка дистанційного курсу	https://el.puet.edu.ua/

Опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни	Набуття майбутніми фахівцями теоретичних знань і практичних навичок з міжнародної рекламної діяльності, зв'язків з громадськістю, стимулювання збуту, управління торговою маркою міжнародних компаній та цифрового маркетингу.
Тривалість	4,5 кредита ЕКТС/135 годин (лекції 16 год., практичні заняття 38 год., самостійна робота 81 год.)
Форми та методи навчання	Лекції та практичні заняття в аудиторії, самостійна робота поза розкладом
Система поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль: відвідування занять, захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування; поточна модульна робота Підсумковий контроль: ПМК
Базові знання	Наявність широких знань з глобальної економіки, технологій крос-культурного менеджменту, управління міжнародною конкурентоспроможністю.
Мова викладання	Українська, англійська

Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<ul style="list-style-type: none">мати необхідні для професійної діяльності знання та навички з ділових комунікацій у сфері міжнародних економічних відносин, а також ефективно спілкуватися на професійному та соціальному рівнях, включаючи усну та письмову комунікацію іноземною мовою/іноземними мовами (PH 1);	<ul style="list-style-type: none">здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел (ЗК 3);здатність працювати в команді (ЗК 4);здатність проведення досліджень на відповідному рівні (ЗК 5);здатність приймати обґрунтовані рішення щодо

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<ul style="list-style-type: none"> • систематизувати, синтезувати й упорядковувати отриману інформацію, ідентифікувати проблеми, формулювати висновки і розробляти рекомендації, використовуючи ефективні підходи та технології, спеціалізоване програмне забезпечення з метою розв'язання складних задач практичних проблем з урахуванням крос-культурних особливостей суб'єктів міжнародних економічних відносин (РН 3); • приймати обґрунтовані рішення з проблем міжнародних економічних відносин за невизначених умов і вимог (РН 4); • здійснювати моніторинг, аналіз, оцінку діяльності глобальних фірм (корпорацій, стратегічних альянсів, консорціумів, синдикатів, трастів тощо) з метою ідентифікації їхніх конкурентних позицій та переваг на світових ринках (РН 9). 	<p>налагодження міжнародних економічних відносин на всіх рівнях їх реалізації. (СК 1);</p> <ul style="list-style-type: none"> • здатність оцінювати масштаби діяльності глобальних фірм та їхні позиції на світових ринках (СК 4).

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1. Міжнародні маркетингові комунікації сучасних корпорацій		
Тема 1. Елементи системи міжнародних маркетингових комунікацій	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування	Підготувати презентацію на тему: «Оцінка ефективності заходів маркетингових комунікацій міжнародної компанії».
Тема 2. Управління міжнародною рекламною діяльністю	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування	Підготувати міні-проєкт на тему: «Планування міжнародної рекламної кампанії для визначеного товару/бренду».
Тема 3. Міжнародні зв'язки з громадськістю	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування	Підготувати презентацію на тему: 1. Особливості організації PR-кампаній міжнародними корпораціями. 2. PR-технології у міжнародному маркетингу. 3. Вибудовування ефективних комунікацій міжнародної корпорації з органами державної влади. 4. Формування позитивного іміджу міжнародної компанії серед політичної еліти певної країни.
Тема 4. Стимулювання збуту на міжнародному ринку	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування	Підготувати міні-проєкт на тему: «Розробка плану стимулювання збуту на міжнародному ринку».
Тема 5. Управління торговою маркою як нематеріальним активом міжнародної компанії	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних	Підготувати міні-проєкт на тему: «Управління портфелем міжнародних брендів».

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
	завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування	
Модуль 2. Міжнародна комунікаційна політика корпорацій у цифровому середовищі		
Тема 6. Комплекс цифрових маркетингових комунікацій	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування; поточна модульна робота	Підготувати презентацію на тему: 1. Характерні риси та алгоритм проведення маркетингової кампанії у месенджерах. 2. Методика та особливості маркетингу у геосоціальних мережах/сервісах. 3. Основи ведення вірусного маркетингу. 4. Сутність advergaming. 5. Особливості контекстної та банерної реклами у просторі Інтернет. 6. Основи партнерського маркетингу.
Тема 7. Міжнародний маркетинг в соціальних мережах	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування; поточна модульна робота	Розробити рекламну кампанію для міжнародної корпорації у соціальних мережах.
Тема 8. Результативність цифрового маркетингу в міжнародному бізнесі	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування; поточна модульна робота	Підготувати презентацію на тему: «Веб-аналітика та ефективність інтернет-реклами в міжнародному бізнесі».

Інформаційні джерела

1. Гарматюк О. В. Паблік рилейшнз: навчально-методичний посібник / МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини; уклад. О. В. Гарматюк – Умань : Візаві, 2019. – 248 с.
2. Інтернет-маркетинг и digital-стратегии. принципы эффективного использования: учеб. пособие / О. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев и др. ; Новосиб. гос. ун-т, Компания «Интелсиб». – Новосибирск : РИЦ НГУ, 2015. – 327 с.
3. Карпова С. В. Международная реклама : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2015. – 473 с.
4. Кордзая Н.Р. Основи інтернет-маркетингу. Частина 2 : навчальний посібник / Н.Р. Кордзая. – Херсон: Олді-плюс, 2018. – 164 с.
5. Король І. В. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник / уклад. І. В. Король; МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. – Умань : Візаві, 2018. – 191 с.
6. Міжнародний маркетинг : навч. посіб. / [Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін.] ; Національний авіаційний університет. – К. : [НАУ], 2019. – 164 с.
7. Міжнародний маркетинг : підручник / [А. А. Мазаракі, Т. М. Мельник, Л. П. Кудирко та ін.] ; за ред. А. А. Мазаракі, Т. М. Мельник ; Київський національний торговельно-економічний університет. – Київ : КНТЕУ, 2018. – 448 с.
8. Птащенко, О. В. Міжнародний маркетинг високих технологій: теорія і практика : монографія / О. В. Птащенко ; Харк. нац. екон. ун-т імені Семена Кузнеця. – Харків : [Майдан], 2018. – 385 с.
9. Blakeman R. Integrated marketing communication: creative strategy from idea to implementation / R. Blakeman. – Rowman & Littlefield, 2018. – 368 p.
10. Fill C. Marketing communications: touchpoints, sharing and disruption / C. Fill, S. Turnbull. – Pearson, 2019. – 800 p.
11. Kotler P. Marketing 4.0: moving from traditional to digital / P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan. – John Wiley & Sons, 2016. – 208 p.
12. Mooij M. Global marketing and advertising: understanding cultural paradoxes / M. de Mooij. – SAGE Publications Ltd, 2018. – 512 p.
13. Puthussery A. Digital marketing: an overview/ A. Puthussery. – Notion Press, 2020. – 144 p.

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.
- Крос-платформний сервіс для растрового графічного дизайну Canva.

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

- Політика щодо термінів виконання та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- Політика щодо академічної доброчесності: списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.
- Політика щодо відвідування: відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.
- Політика зарахування результатів неформальної освіти: <http://puet.edu.ua/uk/publiczna-informaciya>

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-5): відвідування занять (10 балів); захист домашнього завдання (6 бали); обговорення матеріалу занять (6 бали); виконання навчальних завдань (6 бали); завдання самостійної роботи (6 бали); тестування (6 бали); поточна модульна робота (10 балів)	50
Модуль 2 (теми 6-8): відвідування занять (10 балів); захист домашнього завдання (6 бали); обговорення матеріалу занять (6 бали); виконання навчальних завдань (6 бали); завдання самостійної роботи (6 бали); тестування (6 бали); поточна модульна робота (10 балів)	50
Разом	100

Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни