

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

ОК 3 «МІЖНАРОДНІ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ»

Лектор курсу			Ромашенко Ольга Сергіївна , кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу			Контактна інформація лектора (e-mail)		o.romashchenko@duikt.edu.ua			
						Код курсу GWE		gnv4dot2			
Галузь знань			<i>D Бізнес, адміністрування та право</i>			Рівень вищої освіти		Магістр			
Спеціальність			D5 Маркетинг			Семестр		1			
Освітня програма			«Міжнародний маркетинг»			Тип дисципліни		Обов'язкова			
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:								
			Лекцій		Семінарських занять		Практичних занять		Лабораторних занять		Самостійна підготовка
	3	90	18		-		18		-		54

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	Базова
Освітні компоненти для яких є базовою	ОК 7 Стратегії міжнародного маркетингу; ОК 9 Поведінка споживачів у міжкультурному середовищі

Мета курсу:	формування у здобувачів вищої освіти системи знань, умінь і професійних компетентностей щодо організації ефективних міжнародних бізнес-комунікацій, ведення міжкультурної взаємодії та міжнародних переговорів, використання цифрових каналів комунікації, управління корпоративною репутацією і кризовими комунікаціями, а також відповідального застосування технологій штучного інтелекту в міжнародному бізнес-середовищі
--------------------	---

Компетентності відповідно до освітньої програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Фахові компетентності (ФК)
ЗК4. Здатність до адаптації та професійної діяльності. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел	ФК4. Здатність застосовувати творчий підхід до розв'язання професійних завдань у сфері маркетингу та розробляти інноваційні рішення з урахуванням сучасних тенденцій розвитку міжнародних ринків. ФК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи та мережі в умовах національного та міжнародного ринкового середовища. ФК11. Здатність приймати стратегічні маркетингові рішення на основі маркетингової аналітики та управління даними в умовах глобального конкурентного середовища.

Результати навчання (РН)

РН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами у професійному середовищі. РН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. РН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку, у тому числі з міжнародними партнерами. РН 18. Приймати стратегічно обґрунтовані рішення щодо розроблення та реалізації маркетингових стратегій на зарубіжних ринках з урахуванням міжкультурних та конкурентних особливостей глобального ринкового середовища.
--

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА КРОС-КУЛЬТУРНІ ЗАСАДИ МІЖНАРОДНИХ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЙ		
Тема 1. Міжнародні бізнес-комунікації в глобальному бізнес-середовищі.	Лекція 1 2 год.	Пояснювально - ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів

<u>Знати:</u> сутність, функції та види міжнародних бізнес-комунікацій; моделі комунікаційного процесу; бар'єри комунікації; внутрішні й зовнішні комунікації міжнародної компанії; вплив глобалізації та цифровізації. <u>Вміти:</u> визначати учасників і цілі комунікаційного процесу; діагностувати комунікаційні бар'єри; обирати канали комунікації відповідно до бізнес-ситуації. <u>Формування компетенцій:</u> ЗК4, ЗК5, ЗК6, ФК4, ФК4, ФК11 <u>Результати навчання:</u> РН5, РН8, РН14, РН 18 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1, 2, 3, 14, 15. Оцінювання за тему = 10 балів	Практичне заняття 1 2 год. Самостійна робота 4 год.	Усне опитування, тематична дискусія. Дискусія на тему: «Що робить міжнародну бізнес-комунікацію ефективною?». Кейс «Українська компанія виходить на новий міжнародний ринок: карта ключових стейкхолдерів і каналів комунікації». Кейс «Комунікаційні бар'єри під час виходу на ринок ЄС». 1. Підготувати презентацію на одну з обраних тем: 1.1. Трансформація міжнародних бізнес-комунікацій в умовах глобалізації. 1.2. Цифровізація міжнародних бізнес-комунікацій: сучасні тенденції та перспективи. 1.3. Комунікаційні бар'єри у міжнародному бізнес-середовищі. Практичне завдання. Обрати міжнародну компанію та проаналізувати систему її зовнішніх бізнес-комунікацій: визначити основних стейкхолдерів; канали взаємодії; ключові комунікаційні повідомлення; цифрові платформи; можливі комунікаційні бар'єри. За результатами сформувати комунікаційну карту компанії. Аналітичне завдання. Порівняти традиційні та цифрові канали міжнародних бізнес-комунікацій за критеріями швидкості, охоплення, персоналізації, вартості, інтерактивності та ризиків.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 1	International Business I (Coursera, University of New Mexico) - курс присвячений основам глобального бізнес-середовища, соціально-економічним, політичним, культурним і мовним чинникам, що впливають на діяльність міжнародних компаній. International Business II (Coursera, University of New Mexico) - продовжує вивчення міжнародного бізнесу на рівні організації та охоплює питання управління компаніями, що працюють у різних країнах.	
Тема 2. Крос-культурні особливості міжнародних бізнес-комунікацій <u>Знати:</u> поняття культури та міжкультурної комунікації; моделі Г. Гофстеде, Е. Холла, Ф. Тромпенаарса; high-context і low-context cultures; культурні виміри та їх вплив на бізнес-поведінку. <u>Вміти:</u> порівнювати комунікаційні моделі різних країн; визначати культурні ризики; адаптувати стиль і повідомлення до культурного контексту <u>Формування компетенцій:</u> ЗК4, ЗК5, ЗК6, ФК4, ФК4, ФК11 <u>Результати навчання:</u> РН5, РН8, РН14, РН 18 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1, 2, 14, 15. Оцінювання за тему = 10 балів	Лекція 2 2 год. Практичне заняття 2 2 год. Самостійна робота 6 год.	Пояснювально - ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів Усне опитування, тематична дискусія. Порівняльний аналіз бізнес-культур США, Німеччини, Японії, Китаю та України. Ситуаційна вправа «Культурне непорозуміння». Кейс «Українська компанія веде комунікацію з японським партнером». Порівняння двох країн за моделлю Гофстеде/Холла та сформувати рекомендації для менеджера. Кейс «Культурне непорозуміння» (проаналізувати ситуацію конфлікту між представниками двох бізнес-культур, визначити причини комунікаційної невдачі та запропонувати способи її попередження). 1. Підготувати презентацію на одну з обраних тем: 1.1. Культурні відмінності як фактор міжнародних бізнес-комунікацій. 1.2. Моделі Г. Гофстеде, Е. Холла та Ф. Тромпенаарса у міжнародному бізнесі. 1.3. High-context та low-context культури: особливості бізнес-комунікацій. Практичне завдання. Обрати дві країни та провести порівняльний аналіз їхніх бізнес-культур. Визначити особливості ставлення до часу, ієрархії, прийняття рішень, особистого простору, невербальної комунікації, ділових зустрічей та переговорів. Аналітичне завдання. Розробити «Культурний профіль міжнародного партнера» для менеджера української компанії, який готується до першої бізнес-зустрічі в обраній країні.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 2	Intercultural Communication and Conflict Resolution (Coursera, University of California, Irvine) - курс розкриває особливості комунікації між представниками різних культур, причини виникнення міжкультурних бар'єрів і конфліктів та способи їх подолання. Intercultural Communication (FutureLearn) - курс допомагає розвивати навички взаємодії з представниками інших культур, аналізувати культурні відмінності та адаптувати комунікаційну поведінку до мультикультурного середовища.	

Тема 3. Ділова комунікація та міжнародний бізнес-етикет Знати: міжнародний бізнес-етикет; професійний імідж; перший контакт; small talk; ділові зустрічі; протокол; невербальна комунікація; онлайн-етикет. Вміти: планувати міжнародну ділову зустріч; добирати відповідний стиль звернення; застосовувати правила протоколу та цифрового етикету. Формування компетенцій: ЗК4, ЗК5, ЗК6, ФК4, ФК4, ФК11 Результати навчання: РН5, РН8, РН14, РН 18 Рекомендовані джерела: 1, 2, 9, 11, 13, 16. Оцінювання за тему = 10 балів	Лекція 3 2 год. Практичне заняття 5 2 год. Самостійна робота 4 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів Усне опитування, тематична дискусія. Рольова вправа «Перша зустріч із міжнародним партнером». Аналіз етикетних помилок. Практикум зі створення сценарію міжнародної бізнес-зустрічі. Розробка чек-листа підготовки до міжнародної зустрічі. Кейс «Етикетна помилка, що загрожує контракту»(визначити допущені помилки, оцінити їх можливий вплив на бізнес-відносини та запропонувати алгоритм відновлення комунікації). 1. Підготувати презентацію на одну з обраних тем: 1.1. Міжнародний бізнес-етикет як складова професійної комунікації. 1.2. Національні особливості ділового етикету в різних країнах. 1.3. Невербальні комунікації у міжнародному бізнесі. Практичне завдання. Розробити чек-лист підготовки до міжнародної ділової зустрічі, включивши правила першого контакту, звернення, представлення, small talk, обміну контактами, дрес-коду, подарунків, невербальної поведінки та завершення зустрічі. Ситуаційне завдання. Підготувати сценарій першої зустрічі представника української компанії з потенційним іноземним партнером з урахуванням культурних та етикетних особливостей обраної країни.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 3	Business English: Basics (Coursera, Hong Kong University of Science and Technology) - курс спрямований на розвиток професійної англомовної комунікації, формування відповідного стилю і тональності ділового спілкування, розуміння особливостей комунікації з різними цільовими аудиторіями. Business English: Networking (Coursera, University of Washington) - охоплює професійне знайомство, networking, представлення себе й компанії, підтримання ділової розмови, формальну та неформальну комунікацію, а також основи професійного email-листування.	
Тема 4. Міжнародні ділові переговори Знати: етапи переговорного процесу; позиції та інтереси; BATNA; стратегії та тактики переговорів; аргументація, поступки, конфлікти й маніпуляції; культурні особливості переговорів. Вміти: готувати переговорну позицію; визначати BATNA; застосовувати аргументацію; обирати переговорну стратегію з урахуванням культурних чинників. Формування компетенцій: ЗК4, ЗК5, ЗК6, ФК4, ФК4, ФК11 Результати навчання: РН5, РН8, РН14, РН 18 Рекомендовані джерела: 1, 2, 3, 14, 15. Оцінювання за тему = 10 балів	Лекція 4 2 год. Практичне заняття 7 2 год. Самостійна робота 6 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів Усне опитування, тематична дискусія. Рольова гра «Переговори української та іноземної компаній». Формування BATNA і переговорного пакета. Розбір маніпулятивних технік. Розробка переговорного плану для укладання міжнародного контракту. Кейс «Ціна, строки та умови співпраці». Кейс «Міжнародний контракт» (запропонувати переговорну стратегію щодо узгодження ціни, обсягів поставки, строків виконання, умов оплати та довгострокової співпраці). 1. Підготувати презентацію на одну з обраних тем: 1.1. Стратегії і тактики міжнародних ділових переговорів. 1.2. Національні стилі ведення переговорів. 1.3. BATNA як інструмент підготовки до міжнародних переговорів. Практичне завдання. Розробити переговорний план для української компанії, яка планує укласти контракт з іноземним партнером. Визначити мету переговорів; інтереси сторін; початкову позицію; бажаний результат; мінімально прийнятний результат; BATNA; можливі поступки та аргументи. Аналітичне завдання. Порівняти особливості ведення переговорів представниками двох обраних бізнес-культур та визначити потенційні зони конфлікту.

Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 4	Successful Negotiation: Essential Strategies and Skills (Coursera, University of Michigan) - курс присвячений підготовці та проведенню переговорів, аналізу переговорної ситуації, використанню психологічних інструментів, відпрацюванню переговорних стратегій і практичних навичок досягнення домовленостей. Introduction to Negotiation: A Strategic Playbook for Becoming a Principled and Persuasive Negotiator (Coursera, Yale University) - курс навчає аналізувати структуру переговорів, виявляти реальні інтереси сторін, формувати переконливі аргументи та прогнозувати поведінку учасників переговорного процесу.	
Тема 5. Письмові комунікації в міжнародному бізнесі <u>Знати:</u> структура business email; запити, пропозиції, follow-up, скарги та відповіді; tone of voice; правила ясності й лаконічності; професійна комунікація в LinkedIn. <u>Вміти:</u> створювати професійні міжнародні ділові повідомлення; адаптувати тон; редагувати тексти з урахуванням культурного контексту. <u>Формування компетенцій:</u> ЗК4, ЗК5, ЗК6, ФК4, ФК4, ФК11 <u>Результати навчання:</u> РН5, РН8, РН14, РН 18 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1, 9, 11, 12, 13, 16. Оцінювання за тему = 12 балів	Лекція 5 2 год.	Пояснювально - ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 9 2 год.	Усне опитування, тематична дискусія. Практикум: business email, follow-up та відповідь на скаргу. Аналіз типових помилок. Вправа «Один зміст — різний tone of voice для різних культур». Підготувати пакет із трьох ділових листів для міжнародного партнера. Проаналізувати профіль/комунікацію компанії в LinkedIn. Кейс «Невдалий email міжнародному партнеру» (виявити помилки у структурі, тональності, аргументації та культурній доречності повідомлення; підготувати удосконалений варіант).
	Самостійна робота 6 год.	1. Підготувати презентацію на одну з обраних тем: 1.1. Business email як основний інструмент міжнародних бізнес-комунікацій. 1.2. Tone of voice у міжнародному діловому листуванні. 1.3. Типові помилки письмової комунікації з міжнародними партнерами. <u>Практичне завдання.</u> Підготувати пакет ділової кореспонденції міжнародної компанії: • перший лист потенційному партнеру; • комерційний запит або пропозицію; • follow-up після ділової зустрічі; • відповідь на скаргу або негативне звернення. <u>Аналітичне завдання.</u> Проаналізувати однакове за змістом бізнес-повідомлення для представників двох різних культур та запропонувати його культурну і стилістичну адаптацію.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 5	Business English: Networking (Coursera, University of Washington) - окремі модулі курсу присвячені написанню коротких професійних електронних листів, правильному форматуванню повідомлень, вибору формального або неформального стилю, тональності й ступеня прямоти залежно від ситуації та відносин із адресатом. Business English Communication Skills Specialization (Coursera, University of Washington) - комплексна програма з професійної англійської, що охоплює ділові листи, звіти, переговори, телефонні розмови, презентації та інші форми письмової й усної бізнес-комунікації.	
РОЗДІЛ 2. ЦИФРОВІ, РЕПУТАЦІЙНІ ТА СТРАТЕГІЧНІ МІЖНАРОДНІ КОМУНІКАЦІЇ		
Тема 6. Цифрові канали міжнародних бізнес-комунікацій <u>Знати:</u> цифрові канали комунікації; корпоративні сайти, соціальні мережі, месенджери, відеоконференції; LinkedIn; віртуальні міжнародні команди; омніканальність. <u>Вміти:</u> обирати цифрові канали; організовувати комунікацію міжнародної команди; оцінювати узгодженість повідомлень у різних каналах. <u>Формування компетенцій:</u> ЗК4, ЗК5, ЗК6, ФК4,	Лекція 6 2 год.	Пояснювально - ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 11 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія. Аудит цифрових каналів міжнародної компанії. Дискусія «Email чи месенджер?». Практичне завдання: розробити digital communication map для міжнародного проєкту. Провести аудит digital-комунікацій обраної компанії. Кейс «Віртуальна міжнародна команда» (запропонувати систему комунікації команди, учасники якої працюють у різних країнах і часових поясах. Обґрунтувати вибір цифрових платформ та правил онлайн-взаємодії).
	Самостійна робота 6 год.	1. Підготувати презентацію на одну з обраних тем: 1.1. Цифрова трансформація міжнародних бізнес-комунікацій. 1.2. LinkedIn як платформа міжнародних B2B-комунікацій.

ФК4, ФК11 Результати навчання: PH5, PH8, PH14, PH 18 Рекомендовані джерела: 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10. Оцінювання за тему = 12 балів		1.3. Особливості комунікації у міжнародних віртуальних командах. Практичне завдання. Провести аудит цифрових комунікацій обраної міжнародної компанії: корпоративний сайт, LinkedIn та інші соціальні мережі, email-комунікації, месенджери та онлайн-сервіси взаємодії. Розробити Digital Communication Map міжнародної компанії, визначивши: цільові аудиторії; цифрові канали; типи контенту; частоту взаємодії; відповідальних осіб; очікуваний результат комунікації.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 6		Digital Marketing Certification Course (HubSpot Academy) - курс охоплює створення цифрової стратегії, використання контенту, SEO, соціальних мереж, email та інших цифрових каналів для взаємодії з аудиторіями. Social Media Marketing Certification Course (HubSpot Academy) - присвячений розробленню стратегії комунікації у соціальних мережах, створенню контенту, розширенню охоплення, формуванню впізнаваності бренду та оцінюванню результативності digital-комунікацій.
Тема 7. Корпоративні та маркетингові комунікації міжнародних компаній Знати: корпоративний бренд; глобальна та локальна комунікаційна стратегія; стандартизація й адаптація повідомлень; PR, storytelling, influencer та stakeholder communication. Вміти: формувати ключові повідомлення; адаптувати комунікації до локального ринку; розробляти інтегровану систему взаємодії зі стейкхолдерами. Формування компетенцій: ЗК4, ЗК5, ЗК6, ФК4, ФК4, ФК11 Результати навчання: PH5, PH8, PH14, PH 18 Рекомендовані джерела: 3, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 16. Оцінювання за тему = 12 балів	Лекція 7. 2 год. Практичне заняття 13 2 год. Самостійна робота 6 год.	Пояснювально - ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів Усне опитування, навчальна дискусія. Аналіз глобальної кампанії та її локалізації. Практикум зі створення message house. Кейс «Адаптація міжнародної комунікаційної кампанії для українського ринку». Розробити ключові повідомлення для трьох груп стейкхолдерів. Кейс локалізації глобальної кампанії. Кейс «Глобальний бренд — локальний ринок». Адаптувати міжнародну комунікаційну кампанію до умов українського або іншого обраного ринку, зберігаючи глобальне позиціонування бренду. 1. Підготувати презентацію на одну з обраних тем: 1.1. Глобалізація та локалізація комунікацій міжнародних брендів. 1.2. Storytelling у міжнародних корпоративних комунікаціях. 1.3. Stakeholder communication у діяльності міжнародних компаній. Практичне завдання. Обрати міжнародний бренд та проаналізувати його комунікації на двох національних ринках. Визначити, які елементи стандартизуються, а які адаптуються до локальної культури. Розробити Message House для міжнародної компанії: головне корпоративне повідомлення; 3–4 ключові повідомлення; аргументи/докази; адаптація повідомлень для споживачів, партнерів, інвесторів та інших стейкхолдерів.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 7		Integrated Marketing Communications: Advertising, Public Relations, Digital Marketing and more (Coursera, IE Business School) - курс розкриває принципи інтегрованих маркетингових комунікацій, особливості реклами, PR, цифрових каналів, формування повідомлень та побудови узгодженого комплексу комунікацій із цільовими аудиторіями. Content Marketing Certification Course (HubSpot Academy) - курс присвячений створенню цінного й релевантного контенту, побудові контент-стратегії, залученню аудиторії та використанню контенту для досягнення бізнес-цілей.
Тема 8. Кризові та репутаційні комунікації в міжнародному бізнесі Знати: репутаційні ризики; типи криз; crisis communication plan; комунікація зі ЗМІ та стейкхолдерами; social media crisis; misinformation; принципи швидкої реакції.	Лекція 8. 2 год. Практичне заняття 15 2 год.	Пояснювально - ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів Усне опитування, навчальна дискусія. Кейс «Перші 24 години кризи» (підготувати алгоритм дій на перші 24 години та коротке офіційне повідомлення (holding statement) для зовнішніх стейкхолдерів. Підготовка holding statement. Аналіз міжнародних кризових кейсів. Розробити crisis communication plan. Кейс «Негативна хвиля у соціальних мережах».

Вміти: ідентифікувати репутаційні ризики; формувати кризові повідомлення; планувати комунікації перших 24 годин; оцінювати реакцію стейкхолдерів. Формування компетенцій: ЗК4, ЗК5, ЗК6, ФК4, ФК4, ФК11 Результати навчання: РН5, РН8, РН14, РН 18 Рекомендовані джерела: 1, 4, 6, 7, 8, 11, 12, 13. Оцінювання за тему = 12 балів	Самостійна робота 6 год.	1. Підготувати презентацію на одну з обраних тем: 1.1. Репутаційні ризики міжнародних компаній у цифровому середовищі. 1.2. Social media crisis та особливості управління нею. 1.3. Міжнародний досвід антикризових бізнес-комунікацій. <u>Практичне завдання.</u> Проаналізувати реальний приклад репутаційної кризи міжнародної компанії: причини; реакцію компанії; канали комунікації; реакцію споживачів і медіа; наслідки для бренду. Розробити Crisis Communication Plan, який включає: карту потенційних ризиків; кризову команду; групи стейкхолдерів; канали комунікації; алгоритм реагування; ключові повідомлення; моніторинг реакції аудиторії.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 8	Crisis Communications (Coursera, IESE Business School) - курс знайомить із типами бізнес-криз, принципами кризової комунікації, стратегіями реагування та особливостями взаємодії корпоративних комунікаторів із журналістами та іншими стейкхолдерами під час кризи. Introduction to Crisis Management and Crisis Communication (Coursera, University of Colorado Boulder) - охоплює базові принципи кризового менеджменту та кризових комунікацій, ідентифікацію кризових ситуацій і формування ефективного кризового плану.	
Тема 9. Штучний інтелект та розроблення міжнародної бізнес-комунікаційної стратегії Знати: GenAI у бізнес-комунікаціях; AI-переклад, персоналізація, аналіз тональності; ризики hallucinations, deepfake і misinformation; етика та конфіденційність; структура міжнародної комунікаційної стратегії. Вміти: відповідально застосовувати AI-інструменти; перевіряти AI-контент; інтегрувати культурні, цифрові, переговорні та репутаційні рішення у комплексну стратегію. Формування компетенцій: ЗК4, ЗК5, ЗК6, ФК4, ФК4, ФК11 Результати навчання: РН5, РН8, РН14, РН 18 Рекомендовані джерела: 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10. Оцінювання за тему = 12 балів	Лекція 9. 2 год.	Пояснювально - ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 17 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія. Порівняння повідомлення, створеного самостійно та з AI. Оцінка культурної доречності й ризиків. Захист групового проекту «International Business Communication Strategy». Розробити комплексну міжнародну бізнес-комунікаційну стратегію для української компанії, що виходить на обраний зарубіжний ринок: стейкхолдери, культурний профіль, ключові повідомлення, канали, переговори, digital, кризовий сценарій та правила використання AI.
	Самостійна робота 10 год.	1. Підготувати презентацію на одну з обраних тем: 1.1. Генеративний штучний інтелект у міжнародних бізнес-комунікаціях. 1.2. AI-переклад та персоналізація міжнародної комунікації. 1.3. Етичні, репутаційні та інформаційні ризики використання ШІ у бізнес-комунікаціях. <u>Практичне завдання «Людина vs AI».</u> Створити міжнародне бізнес-повідомлення самостійно та за допомогою генеративного ШІ. Порівняти результати за критеріями: точність, структура, tone of voice, переконливість, персоналізація, культурна доречність та наявність потенційних ризиків. <u>Аналітичне завдання.</u> Визначити можливості та ризики застосування ШІ для business email, переговорів, перекладу, корпоративних комунікацій, роботи із соціальними мережами та кризових комунікацій. Сформулювати 5–7 правил відповідального використання AI у міжнародній компанії. <u>Комплексний підсумковий проект «International Business Communication Strategy».</u> Обрати українське підприємство, яке планує вихід на конкретний зарубіжний ринок, та розробити міжнародну бізнес-комунікаційну стратегію, що включає: характеристику цільового ринку; культурний профіль країни; карту стейкхолдерів; цілі комунікації; ключові повідомлення; систему каналів; особливості ділового етикету; переговорну стратегію; digital-комунікації; кризовий сценарій; напрями та правила використання ШІ. Підготувати презентацію та аргументовано захистити запропоновані рішення.
Орієнтовний перелік курсів для отримання	Generative AI for Everyone (Coursera, DeepLearning.AI) - курс пояснює принципи роботи генеративного ШІ, його можливості	

додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 9	та обмеження, практичне використання GenAI у повсякденній професійній діяльності, основи prompt engineering та підходи до більш складного застосування AI у бізнес-процесах. AI For Everyone (Coursera, DeepLearning.AI) - нетехнічний курс про можливості та обмеження AI, пошук напрямів його застосування в організації, розроблення AI-стратегії, взаємодію з AI-командами та етичні й суспільні аспекти використання штучного інтелекту.
--	--

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Комп'ютерний клас для проведення практичних занять. Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран. Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, електронної бібліотеки ДУІКТ, віртуального навчального середовища Google Workspace for Education, інформації сайту Університету.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Мех Л.М. Бізнес-комунікації: навчальний посібник. Чернівці: НУЧК імені Т. Г. Шевченка, 2026. 212 с. URL: https://epub.chnpu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/12505/1/%D0%9C%D0%B5%D1%85_%D0%91%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81-%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97.pdf
2. Маказан Є. В., Бікулов Д. Т., Протас А. М., Олійник О. М., Маркова С. В., Головань О. О. Організація міжнародного бізнесу : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент міжнародного бізнесу». Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2025. 140 с. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/25572/1/0061368.pdf>
3. Нечипоренко В.В., Дарчук В. Г. , Ромащенко О. С. Менеджмент міжнародного маркетингу та управління просуванням продукції на цифрових ринках. Актуальні проблеми економіки. 2026. №7.
4. О. Романенко, О Ромащенко. (2026). Методичні засади побудови системи цифрового моніторингу для обґрунтування стратегічних рішень компанії. Економічний простір. 2026. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.213.159-166>
5. Виноградова О., Ромащенко О., Снітко А. (2026). Ефективність використання інтернет-інструментів як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємств в інтернет-середовищі. *Економіка та суспільство*, Вип. 85. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/>
6. Ромащенко О. С., Кондрашов О. А., Снітко А. С. (2026). Інтернет-середовище як інтегрована цифрова система. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки"*. 2026. № 2. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2026-2-11996>
7. Kolisnichenko, P., Vynogradova O., Somkina, T., Romshchenko, O., & Darchuk, V. (2025). INTEGRATED ASSESSMENT OF INTERNET MARKETING EFFECTIVENESS IN THE DIGITAL ECONOMY. *Economics, Finance and Management Review*, (3(23), 81–93. <https://doi.org/10.36690/2674-5208-2025-3-81-93>
8. Ромащенко О.С., Качмала В.І., Павлов В.А., Грачов Б.О. (2025). Особливості формування стратегії SMM-просування: сучасні підходи та інструменти ефективності. *Журнал Бізнес-навігатор*. №1(78). С.309-314. URL: http://business-navigator.ks.ua/journals/2025/78_2025/53.pdf
9. Ромащенко О.С., Крижко О.В., Снітко А.С. (2024). Презентація як інструмент візуалізації: особливості та значення в маркетингу. *Економіка та суспільство*. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5344> DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-86>
10. Romashchenko O., Spatar D. (2023). The use of digital technologies in the development of a strategy for the promotion of services at the enterprise. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. № 1. С.65-70. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/issue/view/177>

Додатково:

11. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник / уклад. І. В. Король; МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань: Візаві, 2018. 191 с. URL: <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2289/view/1989>
12. Благун І. І. Маркетингові комунікації: навчальний посібник у схемах і таблицях / І. І. Благун, Л. В. Гриневич, І. В. Закрижевська. – Івано-Франківськ: Прикарпат. нац. ун-т ім. В. Стефаника, 2025. – 285 с. URL: <https://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/41063>
13. Попова Н. В. Маркетингові комунікації : підручник / Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т. А. Муха ; під загальною редакцією Н. В. Попової. Харків: «Факт», 2020. 315 с. URL: https://digpub.chite.edu.ua/books/marketing/18_popova_marketing%20communications.pdf
14. Міжнародний маркетинг: конспект лекцій : навч. посіб. для студентів спеціальності 075 «Маркетинг», освітня програма «Промисловий маркетинг» / Співаковська Т,В., Царьова Т.О.; Київ : КП ім. Ігоря Сікорського, 2021. 71 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_173_19249755.pdf
15. Барановська М. Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях. *Навч. посібник* рекомендовано МОН України. 2019. 302 с. URL: <https://westudents.com.ua/knigi/284->

ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)

- **Робота в колективі:** Курс передбачає роботу в колективі.
- **Аудиторне середовище:** Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.
- **Відвідування та самостійна робота:** Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.
- **Дедлайни:** Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- **Пропущені заняття:** Якщо здобувач відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- **Актуалізація курсу:** За ініціативою викладача зміст даного курсу оновлюється щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукові досягнення за тематикою освітньої компоненти та пропозиції стейкхолдерів (провідних компаній галузі, академічної спільноти та випускників). Здобувачі також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу.
- **Неформальна освіта:** Здобувачі мають право на перезарахування результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, згідно з [«Положенням про неформальну освіту Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій»](#).

Правила академічної доброчесності та використання штучного інтелекту (ШІ)

- **Дотримання цінностей:** Здобувачі освіти у своїй навчальній діяльності зобов'язані дотримуватися цінностей, принципів і правил академічної доброчесності.
- **Самостійність виконання:** Кожне навчальне завдання має бути виконане самостійно, крім випадків, коли його виконання передбачає участь декількох осіб або умовами завдання дозволено використання допоміжних матеріалів, мережі Інтернет та інструментів ШІ.
- **Правила цитування:** Кожен здобувач освіти у разі використання у своєму академічному творі результатів інтелектуальної праці інших авторів (текстів, ідей, розробок, відомостей тощо) зобов'язаний зробити належне посилання на відповідне джерело.
- **Самоплагіат:** Навчальна робота може включати (повністю або частково) попередню навчальну роботу здобувача освіти лише у тому випадку, якщо це прямо дозволено умовами навчального завдання.
- **Правила використання інструментів ШІ:**
 - Використання генеративних систем ШІ (ChatGPT, Claude, Gemini тощо) дозволяється як допоміжний інструмент для генерації ідей, пошуку джерел, структурування матеріалу або перевірки синтаксису/коду, якщо інше прямо не вказано в умовах конкретного завдання.
 - Якщо під час виконання завдання або підготовки науково-дослідної роботи використовувалася ШІ, здобувач зобов'язаний зазначити це у роботі (наприклад, у формі примітки: *«Під час підготовки розділу X використано [назва сервісу ШІ] для [ціль використання: аналіз структури / переклад]»*).
 - Здобувач вищої освіти несе повну особисту відповідальність за достовірність, точність і перевірку фактів, даних та посилань, згенерованих ШІ
 - Пряме подання згенерованого ШІ тексту, коду чи розрахунків без критичного аналізу, власного опрацювання та зазначення використання ШІ розцінюється як академічна нечесність (плагіат/приховування авторства).
 - Заборонено завантажувати в публічні моделі ШІ персональні дані, конфіденційну інформацію, закриті наукові чи службові розробки.
 - В аудиторії здобувачі не допускаються до списування, обману та прихованого використання ШІ. За порушення принципів академічної доброчесності можливе зниження балів, повернення роботи на доопрацювання, недопущення до захисту роботи тощо.
 - Здобувачі можуть ознайомитися із [Кодексом академічної доброчесності Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій](#) та [Рекомендаціями МОН України щодо відповідального використання технологій ШІ у закладах вищої освіти](#).

КРИТЕРІЙ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Поточна успішність складається з успішності за активність під час лекцій, роботу на практичних заняттях, виконання завдань під час самостійної роботи. Всі завдання оцінюються відповідно вимог щодо змістовності та встановлених строків виконання і їх здачі. Для отримання додаткових балів, студент повинен надати копію сертифіката або друкованої публікації чи письмове повідомлення видавця, про прийняття до друку публікації. Тематика публікації (вебінара, курсу) повинна відповідати змісту дисципліни, при цьому студенту зараховується додаткові бали замість балів за виконання суміжних за тематикою практичних робіт. Максимальна кількість додаткових балів, що можуть бути зараховані за дисципліну – 10 балів. Разом це є балами за поточну успішність здобувача. Максимальна кількість балів – 60 мінімальна кількість балів – 20.

Якщо студента не допущено до підсумкового контролю, як такого, що не виконав індивідуальний план, йому надається час до перескладання для виконання всіх вимог допуску. Студент має право на два перескладання. При повторному перескладанні його у студента може приймати комісія, яка створюється директором ННІМП. Оцінка комісії є остаточною. У випадку отримання студентом 0 балів (неприйнятно), що тягне відрахування за невиконання навчального плану	
Форми контролю / Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ:	
<i>Робота на заняттях, у т.ч.</i>	
участь у експрес-опитуванні	за кожную правильну відповідь - 0,5 бали
доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи	за кожную презентацію (реферат) максимум - 5 балів (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді)
усне опитування, тестування	за кожную правильну відповідь – 0,2 бали
рішення практичних задач	за кожную правильну відповідь – 0,5 бали
участь у обговоренні ситуаційного завдання	за кожную правильну відповідь – 0,5 бали
участь у навчальній дискусії	за кожную участь - 0,5 бали
Додаткова оцінка за видами діяльності за тематикою дисципліни	
Участь у вебінарах, тренінгах	за кожні 0,1 кредити (3 год.) участі з отриманням сертифікату - 3 бали
Тези доповіді за участю у конференції	за кожні тези, які опубліковані - 3 бали
Стаття у виданні в Україні	за кожную статтю, яка опублікована - 5 балів
Стаття у іноземному виданні	за кожную статтю, яка опублікована - 8 балів
ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ: диференційований залік	Згідно критеріїв оцінювання

ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ			
бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка /запис в екзаменаційній відомості
90-100	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає силабусу дисципліни, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосується дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого силабусом, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в силабусі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	Відмінно / Зараховано (А)
82-89	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає силабусу дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	Добре / Зараховано (В)
75-81	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає силабусу дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Вміє пояснити основні	Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом силабусу дисципліни.	Добре / Зараховано (С)

	положення виконаних завдань та дати правильні відповіді при зміні результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.	Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	
67-74	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений силабусом дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Задовільно / Зараховано (D)
60-66	Студент має певні знання, передбачені в силабусі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, студент з труднощами пояснює правила вирішення практичних/розрахункових завдань дисципліни. Виконання практичних / індивідуальних / контрольних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами	Середній Є мінімально допустимим у всіх складових силабусу дисципліни	Задовільно / Зараховано (E)
35-59	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що силабус дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутні.	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) В залікову книжку не представляється
0-34	Студент повністю не виконав вимог силабусу навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до здачі заліку	Незадовільний Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) В залікову книжку не представляється

Гарант освітньої програми



Вероніка ДАРЧУК