

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
«Коммуникационные процессы в международном бизнесе»

1.ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1.Цель изучения дисциплины – ознакомить студента со спецификой коммуникации в современном обществе и современной экономике, чтобы они как будущие менеджеры, участники бизнес-процессов, могли оценить место и значение корпоративных коммуникаций, ориентироваться в коммуникационном пространстве, применять поученные знания на практике.

1.2 Задачи учебной дисциплины:

-дать студентам научно обоснованное представление о деловой коммуникации как разновидности коммуникативной деятельности в процессе человеческого общения;

- развивать навыки коммуникативной практики при овладении различными формами деловой коммуникации на основе стимулирования творческого мышления в профессиональной сфере;

- способствовать формированию профессиональной коммуникативной компетентности;

- овладение теоретическими знаниями и необходимыми практическими навыками в деловых коммуникациях, включая личную коммуникативную культуру и умения общаться с коллективом для достижения продуктивной деятельности;

- создания благоприятной нравственной атмосферы;

- умение вести переговоры с партнерами;

- знакомство с теорией и практикой формирования и развития международных деловых отношений.

2.МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

2.1.Цикл (раздел) ООП:

Дисциплина «Коммуникационные процессы в международном бизнесе» относится к вариативной части профессионального цикла.

2.2. Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами ООП

Изучению дисциплины «Коммуникационные процессы в международном бизнесе» предшествует овладение теоретическими аспектами: «Теория организации и организационное поведение», «Менеджмент организации», «Международный менеджмент и маркетинг».

Полученные знания и умения при освоении дисциплины необходимы для осуществления профессиональной деятельности.

3.ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

Код соответствующей компетенции по ГОС	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ПК-1	Способность оценивать влияние внешней среды на функционирование предприятий, организаций	<p>Знать: основные теории, принципы, методы анализа и оценивание процессов деятельности организации</p> <p>Уметь: формировать информационную базу для анализа деятельности организации, определять способы ее разработки, систематизации и презентации; применять научно-методический инструментарий анализа для оценки влияния факторов внешней среды</p> <p>Владеть: методами оценки и прогнозирования развития инновационного рынка</p>
ПК-2	Способность оценивать степень влияния внутренней среды на функционирование предприятия, организации	<p>Знать: историю развития связей с общественностью; сущность, роль и значение, функции связей с общественностью; основные концепции организации общественных связей за рубежом; место и роль связей с общественностью в коммуникационной системе менеджмента</p> <p>Уметь: осуществлять выбор коммуникативных форм и методов взаимодействия с различными целевыми аудиториями; применять полученные знания для успешного продвижения идей, товаров, услуг и начинаний; создавать PR-материалы и анализировать их эффективность.</p> <p>Владеть: методами разработки кампании по связям с общественностью, принципами управления ею; основами формирования престижа и имиджа организации средствами связей с общественностью; этическими, технологическими и организационными основами связей с общественностью.</p>

4.СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Теория международных бизнес-коммуникаций

Тема 1.1. Международные бизнескоммуникации и тенденции их развития

Тема 1.2. Бизнес-коммуникации как процесс

Раздел 2. Технологии бизнес-коммуникации

Тема 2.1. Деловые беседы и деловые совещания в структуре современного делового взаимодействия.

Тема 2.2. Письменная форма коммуникации и деловая переписка

Тема 2.3. Искусство деловых контактов и коммерческих переговоров

Тема 2.4. Особенности рекламной коммуникации

Тема 2.5. Деловое общение с прессой и средствами СМИ

Раздел 3. Бизнес-коммуникации как инструмент формирования корпоративного имиджа

Тема 3.1. Роль организационной культуры в международных бизнес-коммуникациях

Тема 3.2. Корпоративный имидж в контексте бизнес-коммуникаций

Тема 3.3. Этические нормы бизнескоммуникаций

5.ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При преподавании дисциплины могут использоваться традиционные и интерактивные образовательные технологии, в том числе:

- чтение лекций в форме монолога с элементами диалога и дискуссии;
- семинарские занятия (устный опрос, тестирование, выполнение ситуационных заданий, анализ конкретных ситуаций (case studies), подготовка презентации);
- технологии интерактивного обучения (деловые игры, тренинги и др.);
- консультации преподавателей в рамках внеаудиторной работы;
- научно-исследовательская работа (подготовка научной статьи по научной тематике дисциплины).

Разработчик рабочей программы:

Беганская И.Ю., д.э.н., доцент, зав. кафедрой менеджмента внешнеэкономической деятельности