

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины**  
**«Международные бизнес-коммуникации»**

## **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 «Международные бизнес-коммуникации» относится к вариативной части профессионального цикла .

### **2.2. Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами ООП**

Изучению дисциплины «Международные бизнес-коммуникации» 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	<b>Знать:</b> основные теории, принципы, методы анализа и оценивание процессов деятельности организации
		<b>Уметь:</b> 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
		<b>Владеть:</b> методами оценки и прогнозирования развития инновационного рынка
ПК-2	Способность оценивать степень влияния внутренней среды на функционирование предприятия , организации	<b>Знать:</b> 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
		<b>Уметь:</b> 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.
		<b>Владеть:</b> 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.

## 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*