

## КРОС-КУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ

Кафедра маркетингу  
Факультет економіки і підприємництва

### **Анотація:**

**Мета курсу (інтегральна компетентність)** – формування у здобувачів вищої освіти системи теоретичних знань та набуття практичних навичок з технології організації та здійснення крос-культурних комунікацій.

### **Цілі курсу (програмні компетентності):**

- формування й розвиток крос-культурного усвідомлення здобувачами сучасного гео-економічного підприємництва;
- ствердження спроможності до адекватної соціально-відповідальної оцінки економічних, маркетингових, фінансових, менеджерських і комунікативних аспектів бізнесової взаємодії;
- формування у здобувачів необхідних для майбутньої професійної діяльності теоретичних і прикладних фахових знань щодо сутності, структури й призначення комунікативної взаємодії в крос-культурному середовищі.

### **Програмні результати навчання:**

- демонструвати знання змісту світової ділової культури та її головних моделей;
- демонструвати знання маркетингових, економічних, фінансових, менеджерських та комунікативних складових сучасного гео-економічного підприємництва;
- визначати базові крос-культурні бар'єри, стримуючі стереотипи, звичаї й табу щодо організації та практичного здійснення підприємницької діяльності з представниками різних культур і країн;
- вміти опрацьовувати основи обґрунтування комунікаційної політики, її організації й оцінювання відповідної економічної ефективності та інституціональної віддачі;
- вміти ідентифікувати, аналізувати й адекватно інтерпретувати різноманітні крос-культурні аспекти сучасного підприємництва;
- вміти досягати з використанням розуміння змісту й призначення крос-культурних бізнесових комунікацій особистого підприємницького успіху та зростання в подальшій професійній кар'єрі.

### **Короткий зміст курсу:**

Предмет навчальної дисципліни «Крос-культурні комунікації» та становлення глобальної споживчої культури. Передумови формування крос-культурних комунікацій, їх елементи та класифікація. Моделі світових ділових культур і національні відзнаки крос-культурних комунікацій. Бізнес-середовище організації та крос-культурні маркетингові рішення. Крос-культурна еволюція корпоративних культур і формування корпоративного іміджу. Командне управління, лідерство та врегулювання конфліктів в крос-культурних комунікаціях. Національні школи та особливості зв'язків з

громадськістю й реклами в бізнесі та некомерційній сфері. Основи формування комунікаційної політики підприємства на міжнародному ринку.