

# «МЕЖДУНАРОДНЫЕ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ»

## Б1.В.ДВ.9.2

Дисциплина «Международные бизнес-коммуникации» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 41.03.05 «Международные отношения», программа подготовки «Мировая политика и международный бизнес», квалификации бакалавр, входит в вариативную часть блока 1.

### **1. Цели освоения дисциплины**

Цель курса состоит в том, чтобы ознакомить студентов с основами связей стратегических коммуникаций в сфере международного бизнеса.

Основа преподавания курса – гибкая образовательная технология, включающая различные формы и методы обучения, средства менеджмента и маркетинга. Студент должен знать основы теории и практики связей с общественностью и уметь применять ее рекомендации по управлению общественным мнением в области профессиональной деятельности в современных международных условиях. Технологическое содержание бизнес-коммуникаций раскрывает специфику успешного функционирования социокультурных институтов в области осуществления коммуникативных событий с целью актуального позиционирования имиджа в сфере профессиональных интересов.

Специфика социально-культурной деятельности предъявляет актуальные требования к квалификации и профессионализму современного международного специалиста в соответствии с поставленными задачами изучения данной дисциплины в рамках социально-личностных, профессиональных и инструментальных компетенций в области бизнес-коммуникаций.

Результаты освоения дисциплины определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с выбранными видом профессиональной деятельности.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Международные бизнес-коммуникации» является дисциплиной по выбору вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП по направлению подготовки «Международные отношения».

Междисциплинарность курса согласно обозначенной цели выражается в устойчивой взаимосвязи со следующими дисциплинами: «Основы международного бизнеса» в части изучения сущности и специфики внутренней и внешней коммуникации крупных транснациональных компаний и корпораций, вовлеченных в международное производство товаров и услуг; «История и теория дипломатия» в части ведения переговоров, разрешения конфликтных ситуаций, изучения механизмов ведения политико-пропагандистской деятельности с целью воздействия на иностранную аудиторию; «Основы международного менеджмента» в части изучения технологии организаторской деятельности международного специалиста и специфики организаторской работы с персоналом организации, активом, а

также широкой общественностью;

Вышеупомянутые дисциплины выступают основой «входных знаний», необходимых студентам для успешного освоения дисциплины «Международные бизнес-коммуникации».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.**

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) «Международные бизнес-коммуникации», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы по направлению подготовки 41.03.05 «Международные отношения».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки:

**ПК-10** - способность работать с материалами средств массовой информации, составлять обзоры прессы по заданным темам, находить, собирать и первично обобщать фактический материал, делая обоснованные выводы

**ПК-11** - способность владеть навыками публичных выступлений, как перед российской, так и зарубежной аудиторией

#### **Знать:**

- значение информационно-коммуникативного взаимодействия в обществе, манипулятивные тенденции, проявляющиеся в работе современных СМИ, различные средства влияния на общественное сознание;
- о проблемах, связанных с формированием имиджа политического деятеля, организации, основные приемы, способы, области применения PR технологий;

#### **Уметь:**

- учитывать взаимосвязи комплексных факторов при разработке и осуществлении конкретного плана PR деятельности,
- применять психологические приемы, использование которых позволяет более эффективно проводить рекламные кампании, презентации и другие PR акции;

#### **Владеть:**

- навыками проведения самостоятельного исследования по тематике курса.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.