

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
Кафедра інноваційної економіки та цифрових технологій

СИЛАБУС

СВІТОВИЙ ІМІДЖ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ /
GLOBAL IMAGE OF INTERNATIONAL COMPANIES

Інформація про викладача		
Викладач	Валентина Хачатрян	Інна Яцюк
Науковий ступінь	професор	
Вчене звання	доктор економічних наук	
Посада	професор, завідувач кафедри інноваційної економіки та цифрових технологій	асистент
Адреса кафедри	м. Вінниця, вул. Хмельницьке Шосе, 25	
Контактний телефон	(0432) 55-04-38	
E-mail:	v.khachatryan@vtei.edu.ua	inna06.2000@ukr.net
Електронна сторінка курсу в системі дистанційного навчання	https://m.vtei.edu.ua/course/view.php?id=412	
Інформація про освітній компонент		
Статус компонента	Вибірковий	
Освітній ступінь	Бакалавр	
Навчальний рік	2026/2027	
Анотація курсу	Мета курсу «Світовий імідж міжнародних компаній» полягає в ознайомленні студентів із загальними та специфічними аспектами створення, розвитку та управління іміджем міжнародних компаній в умовах глобалізації. Курс спрямований на формування у здобувачів глибокого розуміння важливості іміджу для міжнародних компаній, розвиток їх аналітичних та критичних навичок у цій сфері.	
Мова викладання	Українська	
Результати навчання	Визначати сутність і важливість іміджу для міжнародних компаній у глобальному контексті; Володіти знаннями про теоретичні основи та практичні аспекти управління іміджем міжнародних компаній, включаючи стратегії формування та підтримки іміджу; Застосовувати інструменти аналізу та моніторингу іміджу для оцінки його ефективності та виявлення можливих проблем; Розробляти та реалізовувати стратегії управління іміджем міжнародних компаній з урахуванням їхніх цілей, цільової аудиторії та конкурентного середовища; Володіти знаннями етики та соціальної відповідальності у формуванні і управлінні іміджем компаній та мати навички роботи з цими аспектами; Аналізувати та оцінювати ризики, пов'язаних з іміджем міжнародних компаній у різних країнах та культурах.	

Тематичний план та оцінювання результатів навчання						
Назва теми	Кількість годин				Форми контролю	Бальна оцінка
	Усього годин / кредитів	з них				
		лекції	практичні (лабораторні) заняття	самостійна робота здобувачів		
Тема 1. Теоретичні аспекти поняття іміджу компанії, визначення, складові та вплив на бізнес	9	2	2	5	В, РПЗ, Д	5
Тема 2. Вплив позитивного іміджу на діяльність компанії	9	2	2	5	Т, УД, Д	5
Тема 3. Вплив негативного іміджу на діяльність компанії: причини та наслідки	9	2	2	5	РМГ, В, П, КТ	5
Тема 4. Внутрішній імідж компанії	9	2	2	5	К, П, РМГ	5
Тема 5. Зовнішній імідж як конкурентна перевага в сучасному бізнесі	9	2	2	5	К, П, РМГ	5
Тема 6. Процес та інструменти формування іміджу міжнародних компаній	9	2	2	5	В, РПЗ, Д	5
Тема 7. Вплив сучасних технологій на формування іміджу міжнародних компаній	9	2	2	5	УД, Д, КТ	5
Тема 8. Вплив великих даних (Big Data) на формування іміджу міжнародних компаній	9	2	2	5	В, РПЗ, Д	5
Тема 9. Комплаєнс як інструмент формування світового іміджу міжнародних компаній	9	2	2	5	Т, УД, Д	5
Тема 10. Вплив ESG-стратегії на імідж міжнародних компаній у глобальному бізнес-середовищі	9	2	2	5	РМГ, В, П, КТ	5
Тема 11. Культурні особливості та локальна адаптація іміджу компаній на різних ринках	9	2	2	5	РМГ, В, П, КТ	5
Тема 12. Імідж через співпрацю з впливовими партнерами	9	2	2	5	К, П, РМГ	5
Тема 13. Роль соціальних мереж та онлайн-репутації у світовому іміджі компаній	9	2	2	5	К, П, РМГ	5
Тема 14. Вплив фейкових	9	2	2	5	К, П,	5

новин і дезінформації на репутацію міжнародних компаній					РМГ	
Тема 15. Репутаційні кризи та стратегії їх подолання в міжнародних компаніях	9	2	2	5	В, РПЗ, Д	5
Тема 16. Імідж міжнародних компаній у контексті глобальних викликів	9	2	2	5	Т, УД, Д	5
Тема 17. Розробка концепції іміджу міжнародних компаній	9	2	2	5	Т, УД, Д	5
Індивідуальне завдання	27			27	ІЗ	15
Всього	180 / 6	34	34	112		100
Підсумковий контроль	Екзамен					

Поточний контроль / критерії оцінювання	Перелік умовних позначень форм контролю та оцінка їх у балах: В – відповідь на практичних заняттях – 1 бал. РПЗ – розв’язання практичних завдань – 2 бали. УД – участь у дискусії – 2 бали. КТ – комп’ютерне тестування – 1 бал. Т – тестування – 1 бал. К – кейс-стаді – 2 бали. РМГ – робота в малих групах – 1 бал. Д – доповідь – 2 бали. П – презентація – 2 бали. ІЗ – індивідуальні завдання – 15 балів (розробка концепції іміджу міжнародної компанії – 7 балів; участь у наукових заходах – 8 балів). Загальна сума за поточну навчальну роботу (аудиторну та самостійну) за семестр – 100 балів. Критерії оцінювання відповідно до Положення про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти.
Основні літературні та інформаційні джерела	- Карасьова Н. А. Міжнародний бізнес: практикум : спец. Київ : Ліра-К, 2020. 74 с. - Кір’ян О.І. Формування іміджу організації як джерела її стійкості та прибутковості. <i>Інвестиції: практика та досвід</i>. 2020. № 15-16. С. 75–80. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/15-16_2020/15.pdf. - Колокольчикова І. В. Стратегічне управління та формування позитивного іміджу суб’єктів господарювання. <i>Інфраструктура ринку</i>. 2021. Вип. 56. С. 67-70. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/56_2021/13.pdf. - Марченко О. Імідж як основа успішного функціонування підприємства. <i>Глобальні та національні проблеми економіки</i>, Вип. 20, 2017, С. 444-448. - Озарко К. Роль репутаційного менеджменту в розвитку підприємств: проблеми та перспективи у трансформаційних періодах. <i>Економіка та суспільство</i>. 2022. № 42. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1617/1554 - Пасько М. І. Характеристика та особливості іміджу підприємства. <i>Економіка розвитку</i>. 2018. № 1 (85). С. 58–65. - Хачатрян В.В. Зовнішнє середовище реалізації підприємницького потенціалу підприємства Вісник Хмельницького національного університету. Серія: «Економічні науки» 2021. № 3. С. 268-272. - Яцюк І.М. Перспективи розвитку українсько-китайського співробітництва. Стабілізація ринкової трансформації економіки: теорія, організація та методика: Збірник тез наукових робіт учасників

	міжнародної науково-практичної конференції для студентів, аспірантів та молодих учених. 21 грудня 2019 року. Київ: Аналітичний центр «Нова Економіка», 2019, С.28-3
Політика освітнього компонента	
Організація навчання	Організація освітнього процесу здійснюється відповідно до Положення про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти. Розроблено завдання для практичних занять з курсу, при викладанні застосовуються сучасні методи навчання; при виконанні завдань використовується автоматизована система управління навчанням MOODLE, передбачено виконання ситуаційних завдань та самостійної роботи. Зараховуються результати неформальної освіти.
Інтеграція ШІ в освітній процес	Згідно Політики застосування штучного інтелекту (ШІ) http://www.vtei.com.ua/doc/dtu/pol/96.pdf
Допуск до підсумкового контролю	Підсумковий контроль-екзамен. До екзамену допускаються всі здобувачі, які набрали за результатами поточної роботи протягом семестру 60 балів. Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компонента для здобувачів очної форми навчання визначається як середньоарифметична сума балів поточної роботи та екзамену. Кращим здобувачам, які повністю виконали програму з освітнього компонента, виявили активність в науково-дослідній роботі за відповідною тематикою, стали призерами студентських олімпіад, виступали на конференціях та за результатами поточної роботи набрали 90 і більше балів, науково-педагогічний працівник має право виставити результат екзамену без опитування (при усному екзамені) чи виконання екзаменаційного завдання (при письмовому екзамені). Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компонента для здобувачів заочної форми навчання оцінюється в 100 балів, відповідно до положення Про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти.
Академічна доброчесність	Положення про академічну доброчесність науково-педагогічних, педагогічних працівників та здобувачів вищої освіти. Політика застосування штучного інтелекту (ШІ).
Відпрацювання пропусків занять	Відпрацювання пропущених занять з поважних та неповажних причин здійснюється шляхом проведення викладачем опитування здобувача за темою в усній або письмовій формі.
Інші складові політики компонента	Обов'язковою умовою формування фахових компетенцій здобувача є розвиток soft skills (м'яких навичок), а саме розвиток ефективних комунікацій, креативності, гнучкого і критичного мислення, що можливо за рахунок виконання самостійної роботи здобувача, а саме участі з доповідями у студентських конференціях, семінарах, гуртках, дискусійних клубах, проходження онлайн курсів (наприклад «Prometheus», «Coursera»), тренінгів з тематики освітнього компонента.

Затверджено на засіданні кафедри інноваційної економіки та цифрових технологій

протокол № 01 від 12.01.2026.

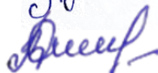
Науково-педагогічний працівник



Валентина ХАЧАТРЯН



Інна ЯЦЮК



Завідувач кафедри

Валентина ХАЧАТРЯН

