

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
 ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
 ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
 Кафедра економіки та міжнародних відносин**

**СИЛАБУС
СВІТОВИЙ ІМІДЖ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ /
GLOBAL IMAGE OF INTERNATIONAL COMPANIES**

Інформація про викладача		
Викладач(-і)	Хачатрян Валентина	Яцюк Інна
Науковий ступінь	доктор економічних наук	-
Вчене звання	професор	-
Посада	професор, завідувач кафедри	асистент
Адреса кафедри	м. Вінниця, вул. Хмельницьке шосе, 25	
Контактний телефон	(0432) 55-04-38	
E-mail:	kaf-me@ukr.net	
Електронна сторінка курсу в системі дистанційного навчання	http://moodle.vtei.edu.ua/course/view.php?id=2094	
Інформація про освітній компонент		
Статус компоненту	Вибірковий	
Освітній ступінь	Бакалавр	
Навчальний рік	2024-2025	
Анотація курсу	Мета освітнього компоненту «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	Розуміти сутність і важливість іміджу для міжнародних компаній у глобальному контексті; Володіти знаннями про теоретичні основи та практичні аспекти управління іміджем міжнародних компаній, включає їх стратегії формування та підтримки іміджу; Вміти застосовувати інструменти аналізу та моніторингу іміджу для оцінки його ефективності та виявлення можливих проблем; Вміти розробляти та реалізовувати стратегії управління іміджем міжнародних компаній з урахуванням їхніх цілей, цільової аудиторії та конкурентного середовища; Розуміти важливість етики та соціальної відповідальності у формуванні і управлінні іміджем компаній та мати навички роботи з цими аспектами; Вміти аналізувати та оцінювати ризиків, 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 заняття			самостійна робота студентів
Тема 1. Теоретичні аспекти поняття іміджу компанії, визначення, складові та вплив на бізнес	9	2	2	5	В, РПЗ, УД	5
Тема 2. Вплив позитивного іміджу на діяльність компанії	9	2	2	5	В, РПЗ, К	5
Тема 3. Вплив негативного іміджу на діяльність компанії: причини та наслідки	9	2	2	5	Т, Д, К	5
Тема 4. Внутрішній імідж компанії	18	4	4	10	РПЗ, УД, В, П, Д, КТ	10
Тема 5. Зовнішній імідж як конкурентна перевага в сучасному бізнесі	18	4	4	10	РПЗ, УД, В, П, Д, РМГ	10
Тема 6. Процес та інструменти формування іміджу міжнародних компаній	18	4	4	10	К, УД, В, П, Д, РМГ	10
Тема 7. Вплив сучасних технологій на формування іміджу міжнародних компаній	18	4	4	10	К, УД, В, П, Д, РМГ	10
Тема 8. Роль соціальних мереж та онлайн-репутації у світовому іміджі компаній	18	4	4	10	В, РПЗ, УД, Т, Д, К	10
Тема 9. Імідж міжнародних компаній у контексті глобальних викликів	18	4	4	10	КТ, РПЗ, УД, Т, Д, К	10
Тема 10. Розробка концепції іміджу міжнародних компаній	18	4	4	10	К, УД, В, П, Д, РМГ	10
	27			27	ІЗ	15
Разом	180/6	34	34	112		100
Підсумковий контроль-екзамен						

Поточний контроль / критерії оцінювання	<p>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 (курси на платформі Prometheus або на інших сервісах – 5 балів; участь у наукових заходах – 10 балів). Загальна сума за поточну навчальну роботу (аудиторну та самостійну) за семестр – 100 балів.</p>
Основні літературні та інформаційні джерела	<ol style="list-style-type: none"> 1. Баша, І. Ремезь, Ю. (2021). Теоретичні та практичні засади іміджу підприємства в сучасних умовах. <i>Економіка та суспільство</i>, 2021. URL:https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/499/47 2. Майстренко О. В. Андрійченко Ж.О. Близнюк Т. П. Етика комунікації працівників у соціальних мережах та її вплив на імідж компанії <i>Економіка та суспільство</i>. 2022. Вип. 38. URL : http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27628 3. Погосян К.В, Литвиненко К.О. Корпоративний імідж як чинник конкурентоспроможності компанії. <i>Економіка і управління</i> 2020. № 2, С 24-28 4. Сазонова С.В., Кушик Б.С. Формування іміджу компанії <i>Економіка. Менеджмент. Бізнес</i> 2020 № 2(32), С 31-34 5. Сутність і значення позитивного іміджу для підприємства URL: http://www.nbuu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Ekonomika/2010_684/51.pdf 6. Т. А. Рябова, Н. Ю. Воєдило. Роль іміджу у забезпеченні ринкового успіху підприємства. <i>Електронне фахове видання «Ефективна економіка»</i>. 2020 URL:http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/109.pdf 7. Таран-Лала О. М, Зось-Кіор М. В., Андрусенко М. М. Імідж підприємства як фактор впливу на його конкурентоспроможність <i>Агросвіт</i> 2020 № 7, 18-22 8. Технологія формування іміджу компанії URL : https://destudio.com.ua/tehnologiya-formuvannya-imidzhu-kompaniyi/ 9. Хачатрян В.В Зовнішнє середовище реалізації підприємницького потенціалу підприємства <i>Вісник Хмельницького національного університету. Серія: «Економічні науки»</i>2021. № 3. С. 268-272. 10. 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.28-30.
Політика освітнього компоненту	
Організація навчання	Організація навчального процесу здійснюється відповідно до положення «Про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти». Розроблено завдання для практичних занять з освітнього компоненту, 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.
Відпрацювання пропусків занять	Відпрацювання пропущених занять з поважних та неповажних причин здійснюється шляхом проведення викладачем опитування здобувача за темою в усній або письмовій формі.
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 компоненту для здобувачів очної форми навчання визначається як середньоарифметична сума балів поточної роботи та екзамену. Кращим здобувачам, які повністю виконали програму з освітнього компоненту, 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).
Академічна доброчесність	Положення про академічну доброчесність науково-педагогічних, педагогічних працівників та здобувачів вищої освіти.
Інші складові політики компоненту	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 компоненту.

Затверджено на засіданні кафедри економіки та міжнародних відносин
протокол № 01 від 15.01.2024

Науково-педагогічний працівник



Валентина ХАЧАТРЯН



Інна ЯЦЮК

Завідувач кафедри



Валентина ХАЧАТРЯН