

**Інформаційний пакет освітніх компонент навчального плану  
освітньо-професійної програми «Маркетинг»**

Освітнього рівня **магістр**

Спеціальності **075 «Маркетинг»**

Галузь знань **07 «Управління і адміністрування»**

1. Назва освітньої компоненти **«Кроскультурний маркетинг»**

2. Тип **вибіркова**

|                  |               |       |                   |              |                         |                          |                             |
|------------------|---------------|-------|-------------------|--------------|-------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| <b>3. Обсяг:</b> | Кредитів ECTS | Годин | За видами занять: |              |                         |                          |                             |
|                  | 4             | 120   | Лекцій<br>18      | Семінар<br>- | Практичних занять<br>24 | Лабораторних занять<br>- | Самостійна підготовка<br>78 |

**4. Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі**

|  |   |
|--|---|
| Освітні компоненти, які передують вивченню | Базова  |
| Освітні компоненти для яких є базовою      | 1. Оцінка ефективності маркетингових рішень 2. Маркетингова система взаємодії<br>3. Інноваційні технології в маркетинговій діяльності |

**5. Компетенції відповідно до ОПП та вимог роботодавців:**

| <b>Компетенції відповідно до ООП</b>   |  |
|--|--|
| <b>Знати</b>   | <b>Вміти</b>   |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу</li> <li>-Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими</li> <li>- Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів</li> <li>-Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності</li> </ul>   |
| <b>Компетенції відповідно до вимог роботодавців</b>  |  |
| <b>Знати</b>   | <b>Вміти</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Становлення глобальної споживчої культури;</li> <li>- Формування підприємницьких комунікацій, їх елементи та комунікації;</li> <li>- Моделі світових крос-культурних підприємницьких комунікацій;</li> <li>- Бізнес середовище організації, та крос-культурних маркетингових рішень;</li> <li>- Крос-культурну еволюцію корпоративних культур;</li> <li>- Командне управління врегулювання конфліктів крос-культурних комунікацій;</li> <li>- Національні школи та особливості зв'язків з громадськістю;</li> <li>- Основи формування комунікаційної політики підприємства</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Визначати становлення глобальної споживчої культури;</li> <li>- Обґрунтувати формування підприємницьких комунікацій, їх елементи та комунікації;</li> <li>- Застосовувати моделі світових крос-культурних підприємницьких комунікацій;</li> <li>- Визначати бізнес середовище організації, та крос-культурних маркетингових рішень;</li> <li>- використовувати крос-культурну еволюцію корпоративних культур;</li> <li>- застосовувати командне управління врегулювання конфліктів крос-культурних комунікацій;</li> <li>- визначати національні школи та особливості зв'язків з громадськістю;</li> <li>- застосовувати основи формування комунікаційної політики підприємства.</li> </ul> |

## 6. Результати навчання відповідно до ОПП

1. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
2. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
3. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

## 7. План вивчення освітньої компоненти

| Змістовний розділ                                | Вид заняття | Тема   | Знати   | Вміти   | План заняття  | Лекція, методична розробка  |
|--|-------------|--|---|---|---|---|
| Розділ 1. ФОРМУВАННЯ КРОС-КУЛЬТУРНИХ КОМУНІКАЦІЙ | Лекція 1    | Предмет навчальної дисципліни „крос-культурні підприємницькі комунікації” та становлення глобальної споживчої культури | – Становлення глобальної споживчої культури;                          | -Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу<br>-Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими<br>- Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів<br>-Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності<br>– Визначати становлення глобальної споживчої культури;                            | <a href="http://l.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://l.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> | <a href="http://l.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://l.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> |
|  | Лекція 2    | Передумови формування крос-культурних підприємницьких комунікацій, їх елементи та класифікація                         | – Формування підприємницьких комунікацій, їх елементи та комунікації; | -Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу<br>-Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими<br>- Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів<br>-Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності<br>-Обґрунтувати формування підприємницьких комунікацій, їх елементи та комунікації; | <a href="http://l.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://l.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> | <a href="http://l.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://l.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> |
|  | Лекція 3    | Моделі світових ділових культур і національні відзнаки крос-культурних підприємницьких комунікацій                     | – Моделі світових крос-культурних підприємницьких комунікацій;        | -Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу<br>-Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими<br>- Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів<br>-Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності<br>– Застосовувати моделі світових крос-культурних підприємницьких комунікацій;      | <a href="http://l.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://l.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> | <a href="http://l.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://l.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> |

|                       |  |   |  |   |   |
|-----------------------|--|---|--|---|---|
| Лекція 4              | Бізнес-середовище організації та крос-культурні маркетингові рішення                     | – Бізнес середовище організації, та крос-культурних маркетингових рішень; | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу</li> <li>-Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими</li> <li>- Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів</li> <li>- Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності</li> <li>- Визначати бізнес середовище організації, та крос-культурних маркетингових рішень;</li> </ul> | <a href="http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> | <a href="http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> |
| Практичні заняття 1-2 | Становлення глобальної споживчої культури та „крос-культурні підприємницькі комунікації” | – Становлення глобальної споживчої культури;                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу</li> <li>-Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими</li> <li>- Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів</li> <li>-Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності</li> <li>– Визначати становлення глобальної споживчої культури;</li> </ul>                               | <a href="http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> | <a href="http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> |
| Практичні заняття 3   | Ідеї формування крос-культурних підприємницьких комунікацій, їх елементи та класифікація | – Формування підприємницьких комунікацій, їх елементи та комунікації;     | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу</li> <li>-Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими</li> <li>- Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів</li> <li>-Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності</li> <li>-Обґрунтувати формування підприємницьких комунікацій, їх елементи та комунікації;</li> </ul>    | <a href="http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> | <a href="http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> |
| Практичні заняття 4   | Застосування бізнес-середовища організації та крос-культурні маркетингові рішення        | – Бізнес середовище організації, та крос-культурних маркетингових рішень; | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу</li> <li>-Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими</li> <li>- Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів</li> <li>- Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності</li> <li>- Визначати бізнес середовище організації, та крос-культурних маркетингових рішень;</li> </ul> | <a href="http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> | <a href="http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> |

|   |                   |   |  |   |   |   |
|---|-------------------|---|--|---|---|---|
|   | Самостійна робота | <ol style="list-style-type: none"> <li>Виникнення, предмет і методологія навчальної дисципліни „Крос-культурні підприємницькі комунікації”.</li> <li>Культура як системне поняття.</li> <li>Споживча культура .</li> <li>Канал комунікації.</li> <li>Крос-культурні комунікації в бізнесі.</li> <li>Класифікація крос-культурних підприємницьких комунікацій та їх методи.</li> <li>Ціннісна орієнтація культур.</li> </ol> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Становлення глобальної споживчої культури;</li> <li>Формування підприємницьких комунікацій, їх елементи та комунікації;</li> <li>Моделі світових крос-культурних підприємницьких комунікацій;</li> <li>Бізнес середовище організації, та крос-культурних маркетингових рішень;</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу</li> <li>-Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими</li> <li>- Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів</li> <li>-Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності</li> <li>- Визначати становлення глобальної споживчої культури;</li> <li>- Обґрунтувати формування підприємницьких комунікацій, їх елементи та комунікації;</li> <li>- Застосовувати моделі світових крос-культурних підприємницьких комунікацій;</li> <li>- Визначати бізнес середовище організації, та крос-культурних маркетингових рішень;</li> </ul> | <a href="http://l.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://l.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> | <a href="http://l.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://l.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> |
| <b>ГОДИННИЙ ОЦІНЮВАЛЬНИЙ РІШЕНЬ СПОЖИВАЧІВ ТА ПОВЕДІНКОВА РЕАКЦІЯ</b> | Лекції 5-6        | Крос-культурна еволюція корпоративних культур і формування корпоративного іміджу  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Крос-культурну еволюцію корпоративних культур;</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу</li> <li>-Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими</li> <li>- Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів</li> <li>-Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності</li> <li>- використовувати крос-культурну еволюцію корпоративних культур;</li> </ul>  | <a href="http://l.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://l.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> | <a href="http://l.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://l.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> |
|   | Лекції 7          | Командне управління, лідерство та врегулювання конфліктів в крос-культурних комунікаціях  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Командне управління врегулювання конфліктів крос-культурних комунікацій;</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу</li> <li>-Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими</li> <li>- Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів</li> <li>-Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності</li> <li>- застосовувати командне управління врегулювання конфліктів крос-культурних комунікацій;</li> </ul>  | <a href="http://l.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://l.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> | <a href="http://l.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://l.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> |

|                       |  |  |  |   |   |
|-----------------------|--|--|--|---|---|
| Лекції 8              | Національні школи та особливості зв'язків з громадськістю й реклами в бізнесі та некомерційній сфері | – Національні школи та особливості зв'язків з громадськістю;               | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу</li> <li>-Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими</li> <li>- Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів</li> <li>-Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності</li> <li>-визначати національні школи та особливості зв'язків з громадськістю;</li> </ul>                    | <a href="http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> | <a href="http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> |
| Лекції 9              | Основи формування комунікаційної політики підприємства на міжнародному ринку                         | – Основи формування комунікаційної політики підприємства                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу</li> <li>-Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими</li> <li>- Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів</li> <li>-Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності</li> <li>- застосовувати основи формування комунікаційної політики підприємства.</li> </ul>                  | <a href="http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> | <a href="http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> |
| Практичне заняття 5-6 | Крос-культурна еволюція корпоративних культур і формування корпоративного іміджу                     | – Крос-культурну еволюцію корпоративних культур;                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу</li> <li>-Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими</li> <li>- Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів</li> <li>-Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності</li> <li>– використовувати крос-культурну еволюцію корпоративних культур;</li> </ul>                         | <a href="http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> | <a href="http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> |
| Практичне заняття 7-8 | Командне управління, лідерство та врегулювання конфліктів в крос-культурних комунікаціях             | – Командне управління врегулювання конфліктів крос-культурних комунікацій; | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу</li> <li>-Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими</li> <li>- Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів</li> <li>-Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності</li> <li>- застосовувати командне управління врегулювання конфліктів крос-культурних комунікацій;</li> </ul> | <a href="http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> | <a href="http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740">http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740</a> |

|                         |    |  |   |  |  |  |
|-------------------------|----|--|---|--|--|--|
| Практичне заняття 8-10  | 10 | Національні школи та особливості зв'язків з громадськістю й реклами в бізнесі та некомерційній сфері   | – Національні школи та особливості зв'язків з громадськістю;  | <p>-Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу</p> <p>-Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими</p> <p>- Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів</p> <p>-Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності</p> <p>-визначати національні школи та особливості зв'язків з громадськістю;</p>   | http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740 | http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740 |
| Практичне заняття 11-12 | 12 | Основи формування комунікаційної політики підприємства на міжнародному ринку   | – Основи формування комунікаційної політики підприємства  | <p>-Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу</p> <p>-Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими</p> <p>- Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів</p> <p>-Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності</p> <p>- застосовувати основи формування комунікаційної політики підприємства.</p>   | http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740 | http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740 |
| Самостійна робота       |    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Корпоративна (організаційна) культура, її зміст і функції.</li> <li>2. Корпоративний імідж.</li> <li>3. Особливості командного управління.</li> <li>4. Влада, лідерство та групи в управлінні.</li> <li>5. Врегулювання конфліктів і міжнародні переговори.</li> <li>6. Галузеві особливості зв'язків з громадськістю та реклами в бізнесі.</li> <li>7. Спонсорство .</li> </ol> | <p>– Крос-культурну еволюцію корпоративних культур;</p> <p>– Командне управління врегулювання конфліктів крос-культурних комунікацій;</p> <p>– Національні школи та особливості зв'язків з громадськістю;</p> <p>– Основи формування комунікаційної політики підприємства</p> | <p>-Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу</p> <p>-Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими</p> <p>- Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів</p> <p>-Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності</p> <p>– використовувати крос-культурну еволюцію корпоративних культур;</p> <p>– застосовувати командне управління врегулювання конфліктів крос-культурних комунікацій;</p> <p>– визначати національні школи та особливості зв'язків з громадськістю;</p> <p>– застосовувати основи формування комунікаційної політики підприємства.</p> | http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740 | http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1740 |

## 8. Мова вивчення освітньої компоненти

українська

## 9. Інформаційне забезпечення освітньої компоненти

- Стегній О.Г. Методологічні складності крос-культурних досліджень / О.Г. Стегній. // Український соціум. – 2013. - №2(45). – С. 99-111
- Словарь Lenta.ru. Крос-культурный. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://x.lenta.ru/abc/124.htm>
- Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій: Навч.-метод. посібник для самост. вивчення дисципліни / Київський національний економічний ун-т —К. : КНЕУ, 2012. —272с

- Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: [Навчальний посібник] / –К.: Кондор-Видавництво, 2014. –246 с.
- Етика бізнесу: Навчальний посібник/ Ніна Статінова, Світлана Радченко. Режим доступу: <https://knute.edu.ua/file/MjI=/73b96e0500c677b4628c3c63e0635779.pdf> Етика бізнесу: Навчальний посібник/ Ніна Статінова, Світлана Радченко. Режим доступу: <https://knute.edu.ua/file/MjI=/73b96e0500c677b4628c3c63e0635779.pdf>
- Стоян Т. Діловий етикет: моральні цінності і культура поведінки бізнесмена [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://litpro2.oa.edu.ua/books/preview/6886>
- Чмут Т. Етика ділового спілкування: Навчальний посібник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://subject.com.ua/pdf/38.pdf>

## **10. Методи оцінювання, підсумкові звітності за освітньою компонентою**

*залік*

## **11. Матеріально-технічне забезпечення освітньої компоненти**

- Moodle – дистанційне навчання і контроль
- Google docs, Googleanalytics, GoogleTrends - проведення та оцінка маркетингових досліджень;
- HohliBuilder, GoogleCharts, Vizualize-онлайн сервіси для створення інфографіки;
- Microsoft PowerPoint – візуалізація даних Microsoft Power BI – аналітика та візуалізація даних;