




«PR і реклама у світовій економіці»

Галузь знань: 29 «Міжнародні відносини»

Спеціальність: 292 «Міжнародні економічні відносини»

<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна вибіркового компонента ОП
<b>Курс</b>	2 курс
<b>Семестр</b>	3 семестр
<b>Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години</b>	4 кредити ЄКТС / 120 годин
<b>Мова викладання</b>	українська / англійська
<b>Що буде вивчатися (предмет вивчення)</b>	Дана навчальна дисципліна є теоретичною основою сукупності знань та вмінь, що формують міжнародний профіль фахівця в області міжнародного бізнесу. Засвоєння даної дисципліни дасть можливість методологічно обґрунтувати та системно упорядкувати теоретичні уявлення фахівця про PR і рекламу як види інформаційної діяльності, необхідні суб'єкту підприємницької діяльності для розвитку міжнародного бізнесу.
<b>Чому це цікаво/треба вивчати (мета)</b>	Метою викладання навчальної дисципліни у контексті спеціальності з урахуванням вимог стандарту вищої освіти (освітньої програми) є виявлення і розкриття теоретичних та прикладних аспектів рекламної діяльності у міжнародному бізнесі.
<b>Чому можна навчитися (результати навчання)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Відповідально ставитися до професійного самовдосконалення, усвідомлюючи необхідність навчання впродовж усього життя, проявляти толерантність та готовність до інноваційних змін.</li> <li>- Систематизувати й упорядковувати отриману інформацію щодо процесів і явищ у світовому господарстві; оцінювати та пояснювати вплив ендогенних і екзогенних факторів на них; формулювати висновки і розробляти рекомендації з урахуванням особливостей національного і міжнародного середовища.</li> <li>- Планувати, організувати, мотивувати, оцінювати та підвищувати результативність колективної праці, здійснювати дослідження в групі під керівництвом лідера, з урахуванням вимог та особливостей сьогодення в умовах обмеженості часу.</li> <li>- Використовувати знання теорії комунікації, психології, та маркетингу, задля обґрунтованого відбору технологій та стратегій створення й просування рекламних продуктів;</li> <li>- Розуміти основні особливості сучасної світової та національної рекламної та PR-діяльності, напрямів соціальної, економічної та комунікативної політики підприємств та установ на внутрішньому та зовнішньому ринках.</li> </ul>
<b>Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (компетентності)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Здатність ставити та успішно розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми під час професійної діяльності у сфері міжнародних економічних відносин у цілому та міжнародного бізнесу.</li> <li>- Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</li> <li>- Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</li> <li>- Здатність планувати та управляти часом.</li> <li>- Здатність працювати в команді при розробці проектів, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, діяти соціально відповідально і свідомо.</li> <li>- Здатність виокремлювати закономірності, характерні ознаки та тенденції розвитку світового господарства, особливості реалізації економічної політики та світових інтеграційних/деінтеграційних процесів, у тому числі євроатлантичної інтеграції.</li> <li>- Здатність виявляти особливості функціонування середовища міжнародних економічних відносин та моделей економічного розвитку.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Здатність здійснювати комплексний аналіз та моніторинг кон'юнктури світових ринків, оцінювати зміни міжнародного середовища та вміти адаптуватися до них.</li> <li>- Здатність до стратегічного мислення, стратегічного планування й управління, уміння оцінити міжнародне середовище та його вплив на країну, визначити адекватні зовнішнім загрозам і можливостям цілі та завдання зовнішньої або внутрішньої політики країни та пропонувати відповідні ефективні інструменти їх реалізації.</li> <li>- Здатність і готовність спрямувати дії до креативного стилю підприємницького мислення, вихованню лідерів, які здатні активно діяти у сфері міжнародного бізнесу.</li> </ul>
<b>Навчальна логістика</b>	<p><b>Зміст навчальної дисципліни</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Предмет, метод і завдання курсу «PR і реклама в міжнародному бізнесі»</li> <li>2. Історія виникнення і розвитку реклами і PR</li> <li>3. Реклама і PR: поняття, сутність, класифікація. Соціальна роль реклами</li> <li>4. Психологія рекламної діяльності і PR</li> <li>5. Культурне середовище як фактор, що визначає національну специфіку реклами і PR</li> <li>6. Міжнародний рекламний менеджмент</li> <li>7. Міжнародні рекламні стратегії. Глобальний бренд</li> <li>8. Правове регулювання рекламної діяльності. Оцінка ефективності рекламної кампанії. Сучасний стан ринку PR і рекламних послуг</li> <li>9. PR і реклама в авіаційній галузі</li> </ol> <p><b>Види занять:</b> лекції, практичні заняття, самостійна робота.</p> <p><b>Методи навчання</b> – робота в малих групах, семінар-дискусія, презентація, рольова гра тощо</p> <p><b>Форми навчання:</b> очна, дистанційна.</p>
<b>Пререквізити</b>	Дана дисципліна базується на знаннях таких дисциплін, як «Історія української державності та культури», «Вступ до спеціальності «Міжнародні економічні відносини».
<b>Пореквізити</b>	Дана дисципліна є базою для вивчення таких дисциплін, як «Міжнародний менеджмент і маркетинг», «Економіка та зовнішньоекономічні зв'язки України» та «Міжнародна бізнес-логістика».
<b>Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ</b>	<p><b>Базова література</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дронова-Вартанян І.В. Рекламний менеджмент [Текст] : навч. посіб. до самост. роботи / І. В. Дронова-Вартанян, В. М. Вартанян ; Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського "Харк. авіац. ін-т". - Х. : ХАІ, 2016.</li> <li>2. Закон України «Про рекламу» [Ел. ресурс]. — Режим доступу : <a href="http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр">http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр</a></li> <li>3. Куліш А. Public relations для громадських (недержавних) організацій: практичні поради на щодень. Українська освітня програма ринкових реформ «Вінрок Інтернешнл». К., 2021. 80 с.</li> <li>4. Москаленко В. В. Соціальна психологія: підруч. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 624 с.</li> <li>5. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навч. посіб. К.: Т-во «Знання», КОО, 2020. 506 с.</li> <li>6. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації і управління: навч. посіб. К.: МАУП, 2021. 104 с.</li> <li>7. Яцишина Л.К. Рекламний менеджмент [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Л. К. Яцишина, О. М. Деменіна ; Київ. нац. ун-т технологій та дизайну. - К. : КНУТД, 2016. - 230 с</li> </ol> <p><b>Інформаційні ресурси в інтернеті</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Chen, Yongmin, and Chuan He. "Paid placement: Advertising and search on the internet." The Economic Journal 121#556 (2011): F309-F328 [Ел. ресурс]. — Режим доступу : <a href="http://www.stern.nyu.edu/networks/06-02_Chen_He_Paid_Placement.pdf">http://www.stern.nyu.edu/networks/06-02_Chen_He_Paid_Placement.pdf</a></li> <li>2. Sapienza Filipp. Culture And Context: A Summary Of Geert Hofstede's And Edward Hall's Theories Of Cross-Cultural Communication For Web Usability [Ел. ресурс]. — Режим доступу : <a href="http://www.filippisapienza.com/CultureContextEnglish.html">http://www.filippisapienza.com/CultureContextEnglish.html</a></li> </ol>
<b>Локація та матеріально-технічне забезпечення</b>	Аудиторний фонд Факультету права та міжнародних відносин (7 корпус), навчальна лабораторія міжнародних економічних відносин і бізнесу, яка оснащена сучасною комп'ютерною технікою та обладнанням для проведення лекційних і практичних занять
<b>Семестровий контроль,</b>	Диференційований залік

<b>екзаменаційна методика</b>	
<b>Кафедра</b>	Кафедра міжнародних економічних відносин, бізнесу та туризму
<b>Факультет</b>	Факультет права та міжнародних відносин
<b>Викладач(и)</b>	<p style="text-align: center;"><b>ПРОКОП'ЄВА АЛІНА АНАТОЛІВНА</b></p>  <p><b>Посада:</b> доцент кафедри міжнародних економічних відносин, бізнесу та туризму ФПМВ  <b>Науковий ступінь:</b> кандидат економічних наук  <b>Вчене звання:</b> доцент  <b>Профайл викладача:</b>  <a href="http://fmv.nau.edu.ua/structure/department_ua/k_mevb/prof_sklad/">http://fmv.nau.edu.ua/structure/department_ua/k_mevb/prof_sklad/</a>  Google Scholar: <a href="https://scholar.google.com.ua/citations?view_op=view_org&amp;hl=ru&amp;org=4709891211339170512">https://scholar.google.com.ua/citations?view_op=view_org&amp;hl=ru&amp;org=4709891211339170512</a>  ORCID: <a href="https://orcid.org/0000-0001-6745-0485">https://orcid.org/0000-0001-6745-0485</a>  ResearcherID: <a href="https://publons.com/dashboard/settings/permissions/#journal-partnerships">https://publons.com/dashboard/settings/permissions/#journal-partnerships</a>  <b>Тел.:</b> 406-73-65  <b>E-mail:</b> <a href="mailto:alinaprokopeva1977@gmail.com">alinaprokopeva1977@gmail.com</a>  <b>Робоче місце:</b> 7-405</p>
<b>Оригінальність навчальної дисципліни</b>	Авторський курс
<b>Лінк на дисципліну</b>	-