



Силабус навчальної дисципліни

«PR і реклама у світовій економіці»

Освітньо-професійна програма: «Міжнародний бізнес»

Галузь знань: 29 «Міжнародні відносини»

Спеціальність: 292 «Міжнародні економічні відносини»

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента ОП
Курс	2 курс
Семестр	3 семестр
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години	4 кредити / 120 годин
Мова викладання	українська та / або англійська
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	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.
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	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.
Чому можна навчитися (результати навчання)	– відповідально ставитися до професійного самовдосконалення, усвідомлюючи необхідність навчання впродовж усього життя, проявляти толерантність та готовність до інноваційних змін. – систематизувати й упорядковувати отриману інформацію щодо процесів і явищ у світовому господарстві; оцінювати та пояснювати вплив ендегенних і екзогенних факторів на них; формувати висновки і розробляти рекомендації з урахуванням особливостей національного і міжнародного середовища. – планувати, організовувати, мотивувати, оцінювати та підвищувати результативність колективної праці, здійснювати дослідження в групі під керівництвом лідера, з урахуванням вимог та особливостей сьогодення в умовах обмеженості часу. – використовувати знання теорії комунікації, психології, та маркетингу, задля обґрунтованого відбору технологій та стратегій створення й просування рекламних продуктів; – 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
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	- 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, зокрема - 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 - 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. -здатність планувати та управляти часом. -здатність працювати в команді при розробці проектів, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, діяти соціально відповідально і свідомо. -здатність виокремлювати закономірності, характерні ознаки та тенденції розвитку світового господарства, особливості реалізації економічної політики та світових інтеграційних/дезінтеграційних процесів, у тому числі євроатлантичної інтеграції. -здатність виявляти особливості функціонування середовища міжнародних економічних відносин та моделей економічного розвитку. -здатність здійснювати комплексний аналіз та моніторинг кон'юнктури світових ринків, оцінювати зміни міжнародного середовища та вміти адаптуватися до них. -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. -здатність і готовність спрямувати дії до креативного стилю підприємницького мислення, вихованню лідерів, які здатні активно діяти у сфері міжнародного бізнесу.
Навчальна логістика	Зміст навчальної дисципліни 1. Предмет, метод і завдання курсу «PR і реклама в міжнародному бізнесі» 2. Історія виникнення і розвитку реклами і PR 3. Реклама і PR: поняття, сутність, класифікація. Соціальна роль реклами 4. Психологія рекламної діяльності і PR 5. Культурне середовище як фактор, що визначає національну специфіку реклами і PR 6. Міжнародний рекламний менеджмент 7. Міжнародні рекламні стратегії. Глобальний бренд 8. Правове регулювання рекламної діяльності. Оцінка ефективності рекламної кампанії. Сучасний стан ринку PR і рекламних послуг 9. PR і реклама в авіаційній галузі Види занять: лекції, практичні заняття, самостійна робота. Методи навчання – робота в малих групах, семінар-дискусія, презентація, рольова гра тощо Форми навчання: очна, заочна
Пререквізити	«Історія української державності та культури», «Вступ до спеціальності «Міжнародні економічні відносини»
Пореквізити	«Міжнародний менеджмент і маркетинг», «Економіка та зовнішньоекономічні зв'язки України» та «Міжнародна бізнес-логістика»
Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ	Студенти мають зручний та оперативний доступ до інформаційних серверів університету https://er.nau.edu.ua , факультету http://fmv.nau.edu.ua/uk/ , кафедрального репозитарію НАУ https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/9124 , на яких зберігається в електронному вигляді значний обсяг навчальної та навчально-методичної інформації.
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторний фонд Факультету 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
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Диференційований залік
Кафедра	Кафедра міжнародних економічних відносин і бізнесу
Факультет	Факультет міжнародних відносин

Викладач(і)	 ПРОКОП'ЄВА АЛІНА АНАТОЛІЇВНА Посада: доцент кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу ФМВ Науковий ступінь: кандидат економічних наук Вчене звання: - Профайл викладача: http://fmv.nau.edu.ua/structure/department_ua/k_mevb/prof_sklad/ Google Scholar: https://scholar.google.com.ua/citations?view_op=view_org&hl=ru&org=4709891211339170512 Research Gate: https://www.researchgate.net/ ORCID: https://orcid.org/0000-0001-6745-0485 ResearcherID: https://publons.com/dashboard/settings/permissions/#journal-partnerships Тел.: 406-73-65 E-mail: alinaprokopeva1977@gmail.com Робоче місце: 7-405
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс
Лінк на дисципліну	