

Назва дисципліни	PR-менеджмент та реклама в міжнародному бізнесі
Інформація про факультети (навчально-наукові інститути) і курси навчання, студентам яких пропонується вивчати цю дисципліну	Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу, спеціальність Міжнародні економічні відносини, спеціалізація «Міжнародний бізнес» 4 курс, 8 семестр.
Контактні дані розробників робочої програми навчальної дисципліни, науково-педагогічних працівників, залучених до викладання	Викладання дисципліни забезпечує кафедра міжнародного бізнесу та економічної теорії факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу. Викладач: к.е.н., доцент Дерід Ірина Олександрівна Контакти: ауд. 3-76, 3-78 (Центральний корпус), т. 097-153-16-90, i.a.derid@karazin.ua
Попередні умови для вивчення дисципліни	Вивчення студентами таких дисциплін як «Менеджмент», «Маркетинг», «Міжнародний бізнес»
Опис	Мета дисципліни. Надання знань та вмінь використання основних складових PR-технологій в різних сферах сучасного життя, особливо в комунікативній складовій міжнародних відносин, а також формування загальнокультурних і професійних компетентностей, необхідних для здійснення професійної діяльності в сфері реклами, шляхом освоєння знань і набуття вмінь щодо застосування чинного законодавства про рекламу, організації та оцінки ефективності рекламних акцій і компаній, специфіки рекламної діяльності в міжнародному бізнесі. Очікувані результати навчання: Формування наступних загальних компетентностей: - здатність до безперервного та актуального навчання; - уміння застосовувати знання на практиці; - здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу; - здатність адаптуватися та діяти в нових ситуаціях; - міжособистісні навички та вміння взаємодіяти; - здатність генерувати нові ідеї; - здатність приймати обґрунтовані рішення; - здатність до критики та самокритики; - навички використання інформаційно-комунікаційних технологій;

- уміння працювати в команді;
- здатність діяти на основі етичних правил поведінки;
- уміння знаходити, обробляти та аналізувати інформацію з різноманітних джерел;
- розуміння та повага до різноманітності та мультикультурності;
- уміння планувати та управляти робочим часом;
- здатність працювати автономно;
- визначеність і наполегливість у постановці задач та здатність взяти на себе відповідальність;
- здатність діяти з урахуванням соціальної відповідальності та громадянських зобов'язань;
- уміння працювати в міжнародному контексті;
- уміння спілкуватися з експертами з інших галузей знань;
- уміння розробляти та управляти проектами;
- уміння управляти якістю виконуваної роботи.

Формування наступних фахових компетентностей:

- здатність створювати позитивний образ компанії, що займається міжнародним бізнесом;
- вміння налагоджувати зв'язки із громадськістю.

Заплановані результати навчання:

- здатність ефективно використовувати методи, засоби міжнародної реклами;
- вміння здійснювати pr-менеджмент

Теми аудиторних занять та самостійної роботи

Тема 1. PR: наука про управління громадською думкою. Місце PR в системі маркетингових комунікацій

Тема 2. Громадськість та громадська думка.

Тема 3. Відділи PR в компанії та зовнішній консалтинг

Тема 4. Планування PR-компанії Робота з телебаченням, радіо, пресою як каналами по розповсюдженню PR-інформації

Тема 5. Конкретні технології зв'язків з громадськістю в міжнародному бізнесі.

Тема 6. Відносини із внутрішньою громадськістю

Тема 7. PR формування корпоративного іміджу.

Тема 8. Управління PR в кризових ситуаціях.

Тема 9. Реклама в системі маркетингу та сутність рекламного менеджменту. Суб'єкти рекламного менеджменту

Тема 10. Цільова аудиторія рекламної кампанії. Засоби рекламної аргументації.

Тема 11. Засоби розповсюдження реклами.

Тема 12. Планування рекламної кампанії в

міжнародному бізнесі. Специфіка міжнародної реклами.

Методи контролю результатів навчання

У даному курсі дисципліни використовуються наступні форми контролю:

- відповіді на семінарських заняттях;
- виконання письмових завдань за темами;
- перевірка виконання контрольної роботи 1;
- перевірка виконання контрольної роботи 2;
- підсумковий контроль у вигляді письмового заліку.

Мова викладання. Українська

