

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	Наявність фахових знань студентів, спроможність до аналізу та синтезу; здатність до практичного застосування теоретичних знань
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: Демонструвати знання та навички з ведення ділового протоколу та ділового етикету у сфері міжнародних економічних відносин, враховуючи особливості міжкультурного спілкування на професійному та соціальному рівнях, включаючи усну та письмову комунікацію державною та іноземними мовами Знати особливості здійснення міжнародного бізнесу та інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання, знання напрямів фінансової роботи суб'єктів господарювання у міжнародному бізнесі. Використовувати сучасні методи управління міжнародним бізнесом для реалізації стратегій учасників міжнародних економічних відносин. Застосовувати маркетингові стратегії впливу на конкурентну позицію суб'єктів міжнародних економічних відносин. Знати способи формалізації й побудови моделей світогосподарських процесів, технології розробки та реалізації управлінських рішень щодо управління міжнародним бізнесом. 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;
підсумковий контроль у вигляді письмового заліку.

Мова викладання. Українська

