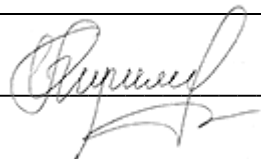


**Опис вибіркової навчальної дисципліни
«Реклама та PR міжнародних альянсів»**

Код та назва дисципліни українською мовою/ Назва дисципліни англійською мовою	1-ф07-05 Реклама та PR міжнародних альянсів / Advertising and PR of international alliances
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	061 Журналістика 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа
Кафедра	реклами та зв'язків з громадськістю
П.І.П. НПП (за можливості)	канд. наук із соц. ком., доц. Лященко Анжела Вадимівна
Рівень ВО	перший (бакалаврський)
КУРС, семестр (в якому буде викладатись)	2-4 курси
Мова викладання	українська
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	знання з професійно-орієнтованих дисциплін спеціальностей 061 та 029
Що буде вивчатися	Саморегулювання реклами в Європі, координація питань трансграничної реклами, обмін цифровими та інформаційними ресурсами, дослідження міжнародних альянсів з питань безпеки та ін.
Чому це цікаво/треба вивчати	Міжнародні альянси мають значний вплив на існування компаній у сучасному глобальному середовищі, саме це потребує обізнаності в діяльності EASA (Європейський альянс по стандартам реклами) який координує питання трансграничної реклами, Advertising Coalition (USA), International Strategic Alliances та ін.
Чого можна навчатися (результати навчання)	Організації та плануванню рекламної та PR-компанії як міжнародного, так і локального бізнесу відповідно до існуючих міжнародних стандартів .
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентність)	Використовувати міжнародні альянси в якості інструменту для розвитку міжнародного підприємництва, спільного використання інформаційних та цифрових ресурсів, зниження комунікаційних ризиків.
Інформаційне забезпечення	1. Данилишин О. Є. Стратегічні альянси як сучасні інвестори епохи глобалізації. URL: http://www.confcontact.com/2008febr/1_danil.php . 2. Liashchenko A., Myronenko V., Oblasova O., Sukhenko I. Branding social sustainability via children's talents initiatives: «Autalents – Artua». Case study //Маркетингові комунікації: інновації та сучасні тренди. Моногр./ Іванов В. Ф., Ромат Є. В., J.W. Wiktor, K. Sanak-Kosmowska, Грицюта Н. М., Євсейцева О. С., Колядюк Р. І., Курбацька Л. М., та ін.]; за заг. ред. В. Ф. Іванова та Є. В. Ромата. Київ : Студцентр, 2024, С.102-125.
Види навчальних занять	лекції, практичні заняття
Вид семестрового контролю	диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів на семестр	без обмежень
Мінімальна кількість здобувачів (тільки для мовних, творчих дисциплін, за необхідності)	

Декан факультету



Оксана КИРИЛОВА