

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА**



Факультет історії, політології і міжнародних відносин  
Кафедра міжнародних економічних відносин

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**PR-ТЕХНОЛОГІЇ В СФЕРІ МЕМ**

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)  
Освітньо-професійна програма «Міжнародні економічні відносини»  
Спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини  
Галузь знань 29 Міжнародні відносини

Затверджено на засіданні кафедри  
Міжнародних економічних відносин  
Протокол № 5 від 22 грудня 2024 р.

м. Івано-Франківськ – 2024

<b>1. Загальна інформація</b>	
<b>Назва дисципліни</b>	PR-технології в сфері МЕВ
<b>Викладач (-і)</b>	Коровчук Ю.І.
<b>Контактний телефон викладача</b>	+38 099 1157999
<b>Е-mail викладача</b>	yuriy.korovchuk@pnu.edu.ua
<b>Формат дисципліни</b>	Очний/заочний
<b>Обсяг дисципліни</b>	<u>3</u> кредити ЄКТС, <u>90</u> год.
<b>Посилання на сайт дистанційного навчання</b>	<a href="https://d-learn.pnu.edu.ua/">https://d-learn.pnu.edu.ua/</a>
<b>Консультації</b>	Понеділок 16-00
<b>2. Анотація до навчальної дисципліни</b>	
<p><u>Предметом</u> вивчення навчальної дисципліни є сукупність методик здійснення та практики використання технологій Public Relations у діяльності суб'єктів МЕВ. В умовах глобалізації використання стратегій та інструментарію public relations забезпечує можливість для вітчизняних підприємств витримувати конкуренцію на внутрішньому та зовнішньому ринках. Повноцінна діяльність підприємств в галузі міжнародного бізнесу може бути ефективною лише за умови наявності спеціалістів, що володіють теорією та практикою public relations з урахуванням особливостей національних та міжнародних ринків.</p> <p><u>Пререквізити:</u> Міжнародний бізнес, Міжнародні фінанси, Інформаційні системи і технології в сфері МЕВ, Міжнародний маркетинг.</p>	
<b>3. Мета та цілі навчальної дисципліни</b>	
<p><u>Метою</u> вивчення навчальної дисципліни є формування у здобувачів фахових компетентностей щодо визначення та використання основних складових PR-технологій в різних сферах діяльності суб'єктів МЕВ;</p> <p><u>Основними цілями</u> вивчення дисципліни є формування та закріплення навиків у студентів щодо:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формування уявлення про сучасний стан та проблеми становлення і розвитку PR-технологій у сфері міжнародних комунікацій;</li> <li>- ознайомлення з напрямками PR-діяльності у процесі взаємодії суб'єктів МЕВ;</li> <li>- можливостей використання PR-технологій в контексті впливу на міжнародну громадську думку через PR-програми;</li> </ul>	
<b>4. Програмні компетентності та результати навчання</b>	
<p><u>Загальні компетентності:</u> ЗК 7. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.</p> <p><u>Фахові компетентності:</u> СК 8. Здатність визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних економічних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними.</p> <p><u>Програмні результати навчання:</u> РНЗ. Використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології, програмні пакети загального і спеціального призначення.</p>	

PH10. Ідентифікувати та виокремлювати особливості функціонування суб'єктів міжнародних відносин та моделей їх економічного розвитку;			
PH15. Визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних економічних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними			
<b>5. Організація навчання</b>			
Обсяг навчальної дисципліни			
лекції	12		
семінарські заняття / практичні / лабораторні	18		
самостійна робота	60		
Ознаки навчальної дисципліни			
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
7	292 Міжнародні економічні відносини	4	вибірковий
Тематика навчальної дисципліни			
Тема		кількість год.	
		лекції	заняття
			сам. роб.
Тема 1. PR як сфера практично-прикладної діяльності.		2	2
Тема 2. Вербальні та невербальні комунікації в системі зв'язків з громадськістю. PR-програми.		2	2
Тема 3. Public relations в міжнародному середовищі.		2	2
Тема 4. Особливості міжнародної PR-діяльності держав та державних органів		2	2
Тема 5. Міжнародні організації та ТНК як суб'єкти PR-діяльності.		2	2
Тема 6. Мультикультурне середовище як фактор здійснення міжнародних PR.		2	8
ЗАГ:		12	18
			60
<b>6. Система оцінювання навчальної дисципліни</b>			
Загальна система оцінювання навчальної дисципліни	Система оцінювання знань здобувачів вищої освіти включає поточний, модульний та семестровий контролю знань. Поточний контроль здійснюється під час проведення усіх видів аудиторних занять і має на меті перевірку знань здобувачів вищої освіти з окремих тем навчальної дисципліни та рівня їх підготовленості до виконання конкретної роботи. Оцінки у національній шкалі («відмінно» – 5, «добре» – 4, «задовільно» – 3, «незадовільно» – 2), отримані здобувачами, виставляються в електронних академічних журналах. Модульний контроль проводиться (виставляється) на підставі оцінювання результатів знань здобувачів вищої освіти після вивчення матеріалу з логічно завершеної частини навчальної дисципліни – змістового модуля.		
Вимоги до письмових робіт	На кожне практичне заняття ви повинні виконати зазначене завдання (див. календарний план). Завдання має бути виконано самостійно, плагіат заборонений. Оцінюється якість та оригінальність		

	запропонованого вами підходу. Завдання повинно бути присутнє на семінарі із відповідної теми. Воно може бути оцінено максимум у 5 балів.
Семінарські заняття	Максимальна оцінка - 50 балів
Умови допуску до підсумкового контролю	Виконання 50 % завдань
Підсумковий контроль	Залік. Форма здачі – комбінована (захист комплексного завдання з дослідження PR-стратегій окремих суб'єктів МEB); Структура білета – 5 -базових питань до комплексного завдання; Розподіл балів: - представлення дослідження 20-балів; - Захист результатів дослідження 30-балів.

### 7. Політика навчальної дисципліни

Письмові роботи:

Доповіді-презентації, тези доповіді, аналітичні звіти.

Академічна доброчесність:

Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету. Ознайомитися з даними положеннями та документами можна за посиланням: <https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/>

Відвідування занять

Можливість і порядок відпрацювання пропущених здобувачем освіти занять регламентується Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника (введено в дію наказом ректора № 309 від 19.05.2023 р.) <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2023/05/otzinnuvannja-uspishnosti.pdf>

Неформальна освіта

Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується Положення про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника (Редакція 3) (введено в дію наказом ректора № 672 від 24.11.2022 р.) <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2022/11/neformalna-osvita.pdf>

### 8. Рекомендована література

1. Зеліч, В. (2022). Використання PR-технологій як інструменту маркетингових комунікацій у просуванні компанії. Економіка та підприємництво, No 1 (124), с. 77–82. URL: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2022-1-13>.
2. Зайлик, М. (2020) Роль та значення функцій зв'язків із громадськістю у системі публічного управління. Актуальні проблеми публічного управління та адміністрування: монографія / за заг. ред. Н. Б. Кирич. Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., с. 33–49.
3. Київський міжнародний інститут соціології (2023). Результати всеукраїнського опитування для консультативної місії Європейського Союзу в Україні. URL: [https://kiis.com.ua/materials/pr/20231026\\_r/AReport\\_PublicSurvey\\_EUAM\\_sept2023\\_ukr\\_public.pdf](https://kiis.com.ua/materials/pr/20231026_r/AReport_PublicSurvey_EUAM_sept2023_ukr_public.pdf).
4. Рябов, І. Б., Шевкопляс, І. М. (2020). Особливості та сучасні тенденції застосування системи digital-маркетингу на підприємстві. Ефективна економіка, No 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8423>.

5. Трушевич, Г. (2019). Роль та досвід застосування PR-технологій в формуванні і просуванні політичного іміджу. Міжнародні та політичні дослідження, вип. 32 (Липень), с. 260–274. URL: <https://doi.org/10.18524/2304-1439.2019.32.173852>.
6. Чарських, І., Булега, К. (2020). Міжнародний PR та проблема створення пізнаваного бренду України. Вісник студентського наукового товариства Донецького національного університету імені Василя Стуса, т. 1, № 12, с. 35–39.
7. Цурканова, І. (2022) Імідж України в умовах війни та міжнародна політична підтримка. Грані, т. 26, № 3, с. 87–93. URL: <https://doi.org/10.15421/172353>.

Викладач

\_\_\_\_\_

*доцент кафедри  
міжнародних економічних  
відносин Коровчук Ю.І.*