

# СИЛАБУС

## « ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА МІЖНАРОДНОЇ РЕКЛАМИ»

(назва навчальної дисципліни)

### Викладач

Чернишова Лариса Олексіївна

канд. екон. наук, доцент

е-пошта: lchernyshova@karazin.ua

телефон: (057) 705-10-59

часи роботи: 9<sup>00</sup> – 17<sup>00</sup>

### Академічний період

8 семестр 2020/2021 н.р.

### Академічні години

дні тижня

час проведення за розкладом

### Місце проведення

ауд. 264, майдан Свободи, 6, м. Харків

### Навчальне навантаження

3 кредита ЄКТС, 90 годин

**Пререквізити:** вивчення дисципліни передбачає попереднє засвоєння кредитів з теорії та практики комунікацій, теорії масової комунікації, історії української та зарубіжної культури, основ міжнародних інформаційних відносин, зв'язків з громадськістю в міжнародних відносинах.

**Постреквізити:** Основні положення навчальної дисципліни мають застосовуватися при вивченні дисциплін «Інформаційні кампанії», «Інтернет-журналістика».

**Призначення навчальної дисципліни:** Дисципліна призначена для бакалаврів спеціальності 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії», освітньо-професійна програма «Міжнародна інформація та міжнародні комунікації».

Вивчення дисципліни «Теорія та практика міжнародної реклами» спрямоване на ознайомлення з сучасними методами та засобами міжнародної реклами. Це навчить здобувачів вищої освіти розуміти особливості регулювання та організації рекламної практики в Україні та за кордоном.

### Цілі курсу:

- аналізувати геополітичне та геоекономічне положення окремих держав світу та виявляти їх головні інтереси;
- демонструвати систематичне сприйняття та розуміння положень, які відносяться до галузі знань або є складовою професійної практики;
- критично оцінювати і прогнозувати соціальні, економічні, політичні, екологічні, культурні та інші події та явища;
- демонструвати в умовах усних ділових контактів з використанням прийомів і методів усного спілкування знання в царині міжкультурної комунікації та відповідних комунікативних технологій, застосовувати ситуаційний підхід з метою ефективного виконання професійних обов'язків;
- здійснювати пошук інформації зовнішньополітичного, зовнішньоекономічного та правового характеру та обробку статистичних даних щодо політичного та соціально-економічного розвитку країн та регіонів;
- використовувати правила цивілізованого спілкування у ділових справах, мати на увазі принципи поведінки ділових партнерів, які сприяють створенню умов для забезпечення взаємовигідних стосунків
- використовувати методи та засоби міжнародної реклами.

## **Інформаційні ресурси:**

### Необхідні:

1. Морохова В. О., Бойко О. В., Лорві І. Ф. Рекламний менеджмент : навчальний посібник. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 236 с.
2. Балабанова Л. В., Юзик Л. О. Рекламний менеджмент : підруч. для студ. ВНЗ. М-во освіти і науки, молоді та спорту України. Київ : Центр учб. л-ри, 2013. 392 с.
3. Зазимко О. В., Корольчук М. С., Корольчук В. М. Психологія реклами : навч. посіб. Київ : КНТЕУ, 2016. 384 с.
4. Дурович А. П. Реклама в туризме : учеб. пособие. Москва: Новое знание, 2013. 254 с.
5. Исаенко Е. В., Васильев А. Г. Организация и планирование рекламной деятельности : учеб. пособие для вузов. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. 252 с.
6. Коробицын В. И., Юдина Е. Н. Социологические исследования ТВ и рекламы. Москва: РИП-холдинг, 2016. 200 с.
7. Матанцев А. Н. Эффективность рекламы. Москва: Финпресс, 2012. 414 с.
8. Карпова С. В. Международная реклама: учебник и практикум для академического бакалавриата. 3-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2015. 473 с.
9. Ученова В. В., Старых Н. В. История рекламы : учеб. пособие. 2-е изд. Санкт Петербург : Питер, 2012. 304 с.

### Додаткові:

1. Васильев Г. А. Основы рекламной деятельности: Учеб. пособие. – М., 2014. – 414 с.
2. Головлева Е. Л. Основы рекламы: Учеб. пособие. – М., 2014. – 320 с.
3. Джефкінс Ф. Реклама: Практ. посіб.: Пер. з англ. / Доп. і ред. Д. Ядіна. – К.: Знання, 2011. – 456 с.

## **Політика курсу**

При вивченні дисципліни «Теорія та практика міжнародної реклами» навчальним планом передбачено 24 год. лекційних занять, 12 год. практичних занять, 54 год. самостійної роботи здобувача (з яких 15 год. – написання контрольної роботи).

Беруться до уваги такі показники академічної активності та додаткових освітніх досягнень здобувачів вищої освіти:

- обов’язкове відвідувати занять. За об’єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету);
- обов’язкове написання контрольної роботи;
- участь в активних формах навчання на практичних заняттях;
- відповіді на питання плану практичного заняття під час заняття;
- доповіді з проблемних питань практичного заняття;
- розробка тематичних презентацій і кейсів;
- участь у роботі наукового гуртка: публікація тез доповідей та участь у конференціях, написання наукових статей, есе, рефератів;
- відпрацювання тем пропущених практичних занять.

При вивченні дисципліни «Теорія та практика міжнародної реклами» необхідно спиратися на конспект лекцій та рекомендовану літературу. Водночас вітається використання інших джерел з альтернативними поглядами на ті чи інші питання задля формування продуктивної дискусії.

Виконання контрольної роботи здійснюється здобувачами протягом семестру. Виконана контрольна робота відправляється для перевірки на електронну пошту викладача. Останній строк здачі контрольної роботи на перевірку 10.04.2021 р. При наявності суттєвих зауважень до змісту та оформлення контрольної роботи, здобувачу необхідно доопрацювати роботу та надіслати для повторного оцінювання. Після оцінювання контрольна робота здається на кафедрі у роздрукованому вигляді.

### Неприпустимо:

- пропущення занять без поважних причин;

- запізнення на заняття без поважних причин;
- порушення дисципліни на заняттях (здобувач покидає аудиторію та отримує 0 балів);
- несвоєчасне виконання завдань. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку;
- виявлення плагіату при написанні контрольної роботи, списування при складанні іспиту (здобувач отримує 0 балів). Якщо з поважних причин здобувач був відсутній під час проведення контрольного заходу, то йому надається можливість пройти його в додатково призначений викладачем час, в інших випадках здобувач отримує «0» балів.

Обов'язковою вимогою є дотримання норм академічної поведінки та етики.

В умовах дії карантинних обмежень освітній процес в університеті здійснюється за змішаною формою навчання, а саме:

- дистанційно (за затвердженим розкладом занять) на платформі Zoom проводяться всі лекційні заняття;
- дистанційно на платформі Moodle (<https://dist.karazin.ua/moodle>) проводяться практичні (семінарські), індивідуальні заняття та консультації, контроль самостійної роботи;
- аудиторно (за затвердженим розкладом занять) проводяться 10% практичних та семінарських занять у навчальних групах кількістю до 20 осіб з урахуванням відповідних санітарних і протиепідемічних заходів.

**Протоколи комунікації.** Основними каналами комунікації зі студентами є сайт факультету, університетська освітня платформа Moodle, де розміщені основні навчально-методичні матеріали дисципліни. Консультації з дисципліни проводяться згідно визначеного графіка. Для обміну електронними листами може бути використана електронна скринька викладача.

### Форми контролю та критерії оцінювання

При вивченні дисципліни застосовується поточний та підсумковий семестровий форми контролю. Також, передбачено обов'язковий контроль засвоєння навчального матеріалу дисципліни, віднесеного на самостійну роботу.

*Поточний контроль* (засвоєння окремих тем) проводиться у формі усного опитування або письмового експрес-контролю на лекціях та практичних заняттях, у формі виступів здобувачів з доповідями, презентаціями при обговоренні навчальних питань.

*Контрольна робота* яка передбачена навчальним планом і виконується протягом семестру під час самостійної роботи, є формою контролю засвоєння навчального матеріалу дисципліни, віднесеного на самостійну роботу.

*Підсумковий семестровий контроль* з дисципліни є обов'язковою формою контролю навчальних досягнень здобувача. Він проводиться у письмовій формі у вигляді екзамену. Терміни проведення підсумкового семестрового контролю встановлюються графіком навчального процесу.

Сумарна кількість рейтингових балів за вивчення дисципліни за семестр розраховується як сума балів, отриманих за результатами поточного контролю, балів, отриманих за виконання контрольної роботи, та балів, отриманих за результатами підсумкового семестрового контролю. Максимальна сума балів за семестр складає 100 балів.

### Схема нарахування балів

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання								Контрольна робота	Разом	Екзамен	Сума
Розділ 1				Розділ 2							
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8				
5	5	5	5	5	5	5	5	20	60	40	100

T1, T2 ... – теми розділів.

### Схема нарахування балів за поточним контролем (засвоєння теми дисципліни):

- 5 балів - здобувач цілком і всебічно розкрив сутність питань теми, вільно оперує поняттями і термінологією, демонструє глибокі знання джерел, має власну точку зору стосовно відповідних питань і може аргументовано її доводити;

- 3-4 балів - здобувач розкрив питання теми у загальних рисах, розуміє їхню сутність, вільно оперує поняттями і термінологією, але спостерігаються деякі упущення при відповідях на питання та неточні обґрунтування;

- 1-2 балів - здобувач не повністю розкрив питання теми у загальних рисах, намагається робити висновки, але слабо орієнтується в джерелах, припускається помилок, матеріал викладає нелогічно;

- 0 балів - здобувач не розкрив питання теми, не розуміє його сутності, не орієнтується в джерелах, припускається грубих помилок, матеріал викладає нелогічно.

Схема нарахування балів за контрольну роботу, яка виконується протягом семестру під час самостійної роботи:

- 16-20 балів – зміст курсової роботи відповідає темі і розкриває її повною мірою, структура роботи та її оформлення повністю відповідають встановленим вимогам;

- 11-15 балів – зміст курсової роботи відповідає темі і розкриває її значною мірою, структура роботи та її оформлення відповідають встановленим вимогам;

- 6-10 балів - зміст курсової роботи відповідає темі, але розкриває її частково, структура роботи та її оформлення значною мірою відповідають встановленим вимогам;

- 0-5 балів - зміст курсової роботи не відповідає темі і не розкриває її сутності, структура роботи та її оформлення не відповідають встановленим вимогам.

Підсумковий семестровий контроль з дисципліни проводиться за екзаменаційними білетами. *Кожен з білетів містить 3 теоретичні питання. Максимальна кількість балів, яка може бути нарахована за перше та друге теоретичне питання, становить по 13 балів, за третє питання – 14 балів. Загальна кількість балів за успішне виконання екзаменаційних завдань – 40. Час виконання – до 80 хвилин*

Схема нарахування балів за одне теоретичне питання екзаменаційного білету:

- 11-14 балів - студент цілком і всебічно розкрив сутність питання, вільно оперує поняттями і термінологією, демонструє глибокі знання джерел, має власну точку зору стосовно відповідних питань і може аргументовано її доводити;

- 7-10 балів - студент розкрив сутність питання, вільно оперує поняттями і термінологією, але спостерігаються деякі упущення при відповідях на питання та неточні обґрунтування;

- 4-6 балів - студент розкрив питання у загальних рисах, розуміє їхню сутність, намагається робити висновки, але слабо орієнтується в джерелах, припускається помилок, матеріал викладає нелогічно;

- 0-3 балів - студент не розкрив питання навіть у загальних рисах, не розуміє його сутності, не орієнтується в джерелах, припускається грубих помилок, матеріал викладає нелогічно.

У разі настання / подовження дії **обставин непереборної сили** (в тому числі запровадження жорстких карантинних обмежень в умовах пандемії з заборонаю відвідування ЗВО ) здобувачам вищої освіти денної форми навчання надається можливість скласти **екзамен в тестовій формі** (білет містить 20 тестових завдань, здобувач одержує 2 бали за кожну вірну відповідь) **дистанційно на платформі Moodle** в дистанційному курсі «Теорія та практика міжнародної реклами», режим доступу: <https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=2740>.

Набрана кількість рейтингових балів є основою для оцінки за національною шкалою. Шкала оцінювання наведена нижче.

#### Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка
	для чотирирівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно
70-89	добре
50-69	задовільно
1-49	незадовільно

**КАЛЕНДАР КУРСУ  
«ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА МІЖНАРОДНОЇ РЕКЛАМИ»**

№ тижня (дні тижня)	Тема	Форми організації навчання	Кількість годин	Завдання для самостійної роботи
8 семестр 2020/2021 навчального року				
24	Тема 1. Реклама у процесі глобалізації світової економіки	Лекційне заняття	2	Опрацювання лекційного матеріалу, кейсів, підготовка доповідей, презентації. Вибір, затвердження теми контрольної роботи.
25	Тема 1. Реклама у процесі глобалізації світової економіки Тема 2. Регулювання рекламної діяльності на міжнародному ринку	Лекційне заняття Практичне заняття	2 2	Опрацювання лекційного матеріалу, кейсів, підготовка доповідей, презентації. Виконання контрольної роботи.
26	Тема 2. Регулювання рекламної діяльності на міжнародному ринку	Лекційне заняття	2	Опрацювання лекційного матеріалу, кейсів, підготовка доповідей, презентації. Виконання контрольної роботи.
27	Тема 3. Особливості рекламної діяльності різних країн світу Тема 4. Основні класифікаційні ознаки міжнародної реклами	Лекційне заняття Практичне заняття	2 2	Опрацювання лекційного матеріалу, кейсів, підготовка доповідей, презентації. Виконання контрольної роботи.
28	Тема 4. Основні класифікаційні ознаки міжнародної реклами	Лекційне заняття	2	Опрацювання лекційного матеріалу, кейсів, підготовка доповідей, презентації. Виконання контрольної роботи.
29	Тема 5. Основні засоби розповсюдження міжнародної реклами	Лекційне заняття Практичне заняття	2 2	Опрацювання лекційного матеріалу, кейсів, підготовка доповідей, презентації. Виконання контрольної роботи.
30	Тема 5. Основні засоби розповсюдження міжнародної реклами	Лекційне заняття	2	Опрацювання лекційного матеріалу, кейсів, підготовка доповідей, презентації. Виконання контрольної роботи.
31	Тема 6. Психологічні аспекти міжнародної реклами	Лекційне заняття Практичне заняття	2 2	Опрацювання лекційного матеріалу, кейсів, підготовка доповідей, презентації. Виконання контрольної роботи.
32	Тема 6. Психологічні аспекти міжнародної реклами	Лекційне заняття	2	Опрацювання лекційного матеріалу, кейсів, підготовка доповідей, презентації. Здача контрольної роботи на перевірку.
33	Тема 7. Організація рекламної діяльності на зовнішньому ринку	Лекційне заняття Практичне заняття	2 2	Опрацювання лекційного матеріалу, кейсів, підготовка доповідей, презентації.
34	Тема 7. Організація рекламної діяльності на зовнішньому ринку	Лекційне заняття	2	Опрацювання лекційного матеріалу, кейсів, підготовка доповідей, презентації.
35	Тема 8. Оцінка ефективності міжнародної рекламної діяльності	Лекційне заняття Практичне заняття	2 2	Опрацювання лекційного матеріалу, кейсів, підготовка доповідей, презентації.
36-38		ІСПИТ	2	