

## СИЛЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Теорія та практика міжнародної реклами»

Галузь знань		29 «Міжнародні відносини»	Освітній рівень	Перший (бакалаврський)		
Освітньо-професійні програми		«Міжнародна інформація та міжнародні комунікації»	Тип дисципліни	за вибором		
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять			
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Самостійна підготовка
	3	90	24	12	-	54

### АНОТАЦІЯ КУРСУ

#### Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Для вивчення дисципліни здобувач має володіти знаннями та навичками з :	дисциплін «Вступ до спеціальності», «Теорія та практика комунікацій», «Зв'язки з громадськістю в міжнародних відносинах», «Основи міжнародних інформаційних відносин».
Онлайн курси, які можуть бути корисними для попереднього вивчення та в процесі набуття компетентностей за неформальною освітою	Цифровий маркетинг <a href="https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:Prometheus+DM101+2021_T1/about">https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:Prometheus+DM101+2021_T1/about</a> Нативна реклама <a href="https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:OSCE+NATIVEADS101+2018_T3/about">https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:OSCE+NATIVEADS101+2018_T3/about</a>
<b>Мета курсу:</b>	формування у здобувачів вищої освіти необхідних знань про національно-культурні та нормативно-правові особливості міжнародної реклами; розвиток навичок створення рекламної концепції на зовнішньому ринку.

#### Компетентності, в тому числі відповідно до освітньо-професійної програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетентності (СК)
<p>ЗК 2 – знання та розуміння предметної області спеціальності «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» та розуміння професійної діяльності;</p> <p>ЗК 3 – здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями та застосовувати їх у практичній діяльності;</p> <p>ЗК 5 – здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел, зокрема завдяки використанню інформаційних і комунікаційних технологій;</p> <p>ЗК 6 – уміння виявляти та вирішувати проблеми;</p> <p>ЗК 7 – уміння аргументувати вибір шляхів вирішення завдань професійного характеру, критично оцінювати отримані результати та обґрунтовувати прийняті рішення;</p> <p>ЗК 9 – здатність до адаптації та дії в новій ситуації, зокрема в міжнародному контексті.</p>	<p>ФК 1 – знання про природу, динаміку, принципи організації та історичні тенденції розвитку міжнародних відносин;</p> <p>ФК 3 – знання про стан досліджень міжнародних відносин та світової політики у політичній, економічній, юридичній науках та міждисциплінарних дослідженнях;</p> <p>ФК 6 – розуміння основ сучасного міжнародного права та його впливу на структуру й динаміку міжнародних відносин та зовнішньої політики держав;</p> <p>ФК 7 – розуміння основ сучасної світової економічної системи та структури міжнародних економічних відносин, та їх впливу на структуру й динаміку міжнародних відносин та зовнішньої політики держав;</p> <p>ФК 10 – знання та розуміння національних інтересів України на міжнародній арені.</p> <p>ФК 11 – розуміння характеристик розвитку країн та регіонів, особливостей та закономірностей глобальних процесів та місця в них окремих держав;</p>

#### Результати навчання (програмні результати навчання – ПРН)

<p>ПРН 39 – знання основних методів та засобів міжнародної реклами / розуміння методів інформаційного менеджменту.</p> <p>ПРН 56 – використовувати основні методи та засоби міжнародної реклами / методи інформаційного менеджменту</p> <p>ПРН 73 – використовувати основні методи та засоби міжнародної реклами / інформаційного менеджменту</p>
---

## ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема	Вид заняття	Розподіл балів	Форми та методи навчання (форми робіт, за які здобувач отримує бали)
<b>Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ.</b>			
Тема 1. Реклама у процесі глобалізації світової економіки	Лекція 1	-	Лекція-візуалізація (Power Point)
	Лекція 2	-	Лекція-візуалізація (Power Point)
	Практичне заняття 1	8	Визначення характерних ознак реклами під час виконання ситуаційних завдань.
Тема 2. Регулювання рекламної діяльності на міжнародному ринку	Лекція 3	-	Лекція-візуалізація (Power Point)
Тема 3. Особливості рекламної діяльності різних країн світу	Лекція 4	-	Лекція-візуалізація (Power Point)
	Практичне заняття 2	14	Проведення круглого столу «Приклади порушення основних принципів у вітчизняній та міжнародній рекламі». Провести у малих групах порівняльний аналіз особливостей розвитку рекламної діяльності двох країн (на вибір), презентувати результати.
Тема 4. Основні класифікаційні ознаки міжнародної реклами	Лекція 5	-	Лекція-візуалізація (Power Point)
Тема 5. Основні засоби розповсюдження міжнародної реклами	Лекція 6	-	Лекція-візуалізація (Power Point)
	Практичне заняття 3	15	Презентація проекту «Варіанти застосування різних видів міжнародної реклами товару або послуги (на вибір)».
	Лекція 7	-	Лекція-візуалізація (Power Point)
Тема 6. Психологічні аспекти міжнародної реклами	Лекція 8	-	Лекція-візуалізація (Power Point)
	Практичне заняття 4	8	Презентація результатів аналізу цільової аудиторії обраного рекламного продукту, та побудованого для неї рекламного тексту на основі використання моделі AIDA.
	Лекція 9	-	Лекція-візуалізація (Power Point)
Тема 7. Організація рекламної діяльності на зовнішньому ринку	Лекція 10	-	Лекція-візуалізація (Power Point)
	Практичне заняття 5	8	Презентація етапів декількох творчих рекламних стратегій для певного товару масового вжитку: стратегію раціоналістичного типу (стратегію переваги, стратегію унікальної торгової пропозиції або стратегію позиціонування), стратегію проєкційного типу (афективну стратегію або стратегію розриву стереотипів) та обґрунтування вибору.
	Лекція 11	-	Лекція-візуалізація (Power Point)
Тема 8. Оцінка ефективності міжнародної рекламної діяльності	Лекція 12	-	Лекція-візуалізація (Power Point)
	Практичне заняття 6	7	Презентація командами результатів аналітичного завдання «Аналіз ефективності міжнародної реклами товару / послуги (на вибір)».

Підсумковий контроль знань (екзамен)		40	1. Теоретичне питання №1 – 13 балів 2. Теоретичне питання №2 – 13 балів 3. Теоретичне питання №3 – 14 балів Або дистанційно 40 тестових завдань – 1 бал за кожну правильну відповідь.
Додаткові бали в рамках неформальної освіти			Участь у наукових конференціях, підготовка наукових публікацій, проектна робота тощо.

<b>СИСТЕМА ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ І КОНТРОЛЮ</b> (дистанційний курс) – <a href="https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=2740">https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=2740</a> .		
<b>ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ</b>		
<b>Актуальні журнали для поглибленого вивчення дисципліни</b>	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. Карпова С. В. Международная реклама: учебник и практикум для академического бакалавриата. 3-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2015. 473 с.	
1. Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії <a href="https://relint.vnu.edu.ua/index.php/relint">https://relint.vnu.edu.ua/index.php/relint</a>		
2. Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти <a href="http://international-relations.knukim.edu.ua/">http://international-relations.knukim.edu.ua/</a>		
3. Маркетинг и реклама <a href="https://mr.com.ua/ru/">https://mr.com.ua/ru/</a>		
<b>ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.</li> <li>• Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу. Перескладання екзамену відбувається за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).</li> <li>• Самостійна робота включає в себе: підготовку індивідуального проекту та / або проекту в команді з трьох осіб.</li> <li>• Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.</li> <li>• Якщо студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації.</li> <li>• Здобувачі вищої освіти мають слідувати принципам академічної доброчесності. У разі виявлення факту плагіату у виконаних роботах здобувач отримує за завдання 0 балів.</li> <li>• Курс передбачає роботу в команді (до 3-х осіб).</li> <li>• Передбачено перезарахування результатів навчання, отриманих у неформальній освіті. Для зарахування теми або частини теми здобувач надає відповідний сертифікат, де зазначені результати навчання та обсяг курсу (модуля) у годинах (кредитах ЄКТС). Передбачається зарахування результатів навчання у разі, якщо здобувач вищої освіти прослухав аналогічний курс (або його частину) у будь-якому університеті України або Європи, був учасником міжнародних проектів Жан-Моне модуль, К1, у межах якого вивчалась така ж дисципліна (його частина), або слухачем такого ж дистанційного курсу на платформі «Prometheus», Coursera та інших, і при цьому має підтвердження – сертифікат про результати навчання (оцінку).</li> </ul>		
<b>КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ</b>		
<b>Методи</b>	<b>Критерії оцінювання</b>	<b>Система оцінювання, бали</b>
Робота над аналітичними завданнями, індивідуальними завданнями	виставляється здобувачу вищої освіти, який при усній або письмовій відповіді на запитання продемонстрував систематизовані, глибокі знання програмного матеріалу, вмів грамотно інтерпретувати одержані результати; продемонстрував знання фахової літератури, передбачені на рівні творчого використання	7-8
	виставляється здобувачу вищої освіти, який при усній або письмовій відповіді на запитання продемонстрував повне знання програмного матеріалу, передбачене на рівні аналогічного відтворення, але припустився окремих несуттєвих помилок	4-6
	виставляється здобувачу вищої освіти, який при усній або письмовій відповіді на запитання продемонстрував неповне знання програмного матеріалу, передбачене на рівні аналогічного відтворення, припустився суттєвих помилок	1-3

Робота над проєктними завданнями, командними роботами тощо	виставляється здобувачу вищої освіти, який досяг цілей завдання, виконав ефективно роль ділової гри тощо, продемонстрував здатність застосовувати знання на практиці, обґрунтовувати власну думку	7-8
	виставляється здобувачу вищої освіти, який частково досяг цілей завдання, виконав роль ділової гри тощо, продемонстрував здатність застосовувати знання на практиці, обґрунтовувати власну думку, проте припускався певних помилок	4-6
	виставляється здобувачу вищої освіти, який не досяг цілей завдання, частково виконав роль ділової гри тощо, не зміг застосувати знання на практиці, обґрунтувати власну думку	1-3
За теоретичне питання екзаменаційного білету	здобувач 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.	11-14
	здобувач розкрив сутність питання, вільно оперує поняттями і термінологією, але спостерігаються деякі упущення при відповідях на питання та неточні обґрунтування.	7-10
	здобувач розкрив питання у загальних рисах, розуміє їхню сутність, намагається робити висновки, але слабо орієнтується в джерелах, припускається помилок, матеріал викладає нелогічно.	4-6
	здобувач не розкрив питання навіть у загальних рисах, не розуміє його сутності, не орієнтується в джерелах, припускається грубих помилок, матеріал викладає нелогічно.	0-3
<b>Самостійна робота</b>		
	1) Підготовка до практичних занять (вивчення теоретичного матеріалу)	16 годин
	2) Підготовка до обговорення проблемних питань, ситуаційних завдань.	5 години
	3) Вивчення актуальної літератури за фаховими запропонованими журналами (обговорення в аудиторії в контексті вивчення теми).	8 години
	4) Підготовка до круглих столів.	5 годин
	5) Підготовка преєктів та їх презентація.	10 годин
	6) Підготовка результатів наукових досліджень, їх презентація.	10 годин.