

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Навчально-науковий інститут
«Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»
Кафедра міжнародних відносин

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Директор ІНІ «Каразінський інститут
міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

Микола ПИСАРЕВСЬКИЙ
«27» серпня 2026 р.

Робоча програма навчальної дисципліни

**ІНФОРМАЦІЙНІ КАМПАНІЇ У
МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ**

рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)
галузь знань: С «Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини»
(шифр і назва)
спеціальність: СЗ «Міжнародні відносини»
(шифр і назва)
освітня програма: «Міжнародні відносини»
(шифр і назва)
спеціалізація: _____
(шифр і назва)
вид дисципліни: за вибором
(обов'язкова / за вибором)
навчально-науковий інститут «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

2026 / 2027 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

«27» серпня 2026 року, протокол № 1

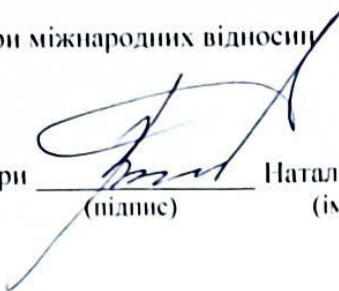
РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ:

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних відносин
Лариса ЧЕРНИШОВА

Програму схвалено на засіданні кафедри міжнародних відносин

«26» серпня 2026 року, протокол № 1

Завідувач кафедри



Наталія ВІННИКОВА
(ім'я та прізвище)

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Міжнародні відносини»

Гарант освітньо-професійної програми
«Міжнародні відносини»



Ганна ПАНАСЕНКО
(ім'я та прізвище)

Програму погоджено науково-методичною комісією ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

«27» серпня 2026 року, протокол №1

Голова науково-методичної комісії



Ганна ПАНАСЕНКО
(ім'я та прізвище)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Інформаційні кампанії у міжнародних відносинах» складена відповідно до освітньо-професійної програми «Міжнародні відносини» підготовки бакалавра спеціальності СЗ «Міжнародні відносини».

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. **Метою викладання** навчальної дисципліни «Інформаційні кампанії у міжнародних відносинах» є формування у здобувача цілісного розуміння теоретичних засад, сутності та специфіки розробки, організації та впровадження інформаційних кампаній в міжнародних відносинах, а також оцінювання їх ефективності.

1.2. **Основними завданнями** вивчення дисципліни «Інформаційні кампанії у міжнародних відносинах» є:

- ознайомити студентів з теоретичними засадами та природою інформаційних кампаній у міжнародних відносинах;
- розкрити механізми міжнародних комунікацій та їхнє значення для формування й реалізації інформаційних кампаній;
- сформувати знання про специфіку зв'язків з громадськістю та сучасних PR-технологій у сфері міжнародних відносин в процесі здійснення інформаційних кампаній;
- розвинути навички аналізу змісту та особливостей сучасних міжнародних інформаційних відносин у контексті інформаційних кампаній;
- забезпечити засвоєння практичних умінь щодо розробки, організації, впровадження та оцінювання ефективності інформаційних кампаній.

1.3. Кількість кредитів - 6

1.4. Загальна кількість годин – 180*

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
За вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
2-й	-й
Семестр	
4-й	-й
Лекції	
32 год.	год.
Практичні заняття	
32 год.	год.
Лабораторні заняття	
- год.	год.
Самостійна робота	
116 год.	год.
Індивідуальні завдання	
- год.	

* у разі формування малочисельних груп обсяг аудиторного навчального навантаження, відведеного на вивчення навчальної дисципліни, зменшується відповідно до Положення про планування й звітування науково-педагогічних працівників Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна.

1.6. Перелік компетентностей, що формує дана дисципліна:

- формування наступних загальних компетентностей:

ЗК4. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;

ЗК6. Здатність генерувати нові ідеї (креативність);

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;

- формування наступних фахових компетентностей:

СК2. Здатність аналізувати міжнародні процеси у різних контекстах, зокрема політичному, безпековому, правовому, економічному, суспільному, культурному та інформаційному;

СК10. Здатність аналізувати структуру та динаміку міжнародних суспільних комунікацій, виявляти їх вплив на міжнародну систему, державні та суспільні інститути;

1.7. Перелік результатів навчання, що формує дана дисципліна.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми здобувачі вищої освіти повинні досягти наступних результатів:

РН05. Знати природу та механізми міжнародних комунікацій;

РН18. Розуміти і вміти розкривати причинно-наслідкові зв'язки виникнення міжнародних подій і процесів у контексті динаміки глобалізаційних трендів.

РН19. Мати навички формулювання комунікаційних стратегій у міжнародному просторі відповідно до особливостей соціокультурного середовища інших країн.

1.8. Пререквізити.

Вивчення дисципліни передбачає наявність у здобувачів попередньо засвоєних знань з освітніх компонентів «Політичні студії», «Країнознавчі студії», «Міжнародні інформаційні відносини».

2. Тематичний план навчальної дисципліни

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОВЕДЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ КАМПАНІЙ

Тема 1. Інформаційні кампанії як інструмент системи зв'язків з громадськістю (паблік рилейшнз).

Інформація як товар: сутність, властивості, особливості передачі. Інформаційна кампанія: сутність. Мета проведення інформаційної кампанії. Класифікація інформаційних кампаній. Відмінність реклами від інформаційної кампанії. Фактори успішності інформаційної кампанії.

Тема 2. Громадська думка як об'єкт інформаційних кампаній в міжнародних відносинах.

Сутність, характерні риси та ознаки громадської думки. Класифікація об'єктів громадської думки. Функції громадської думки. Основні властивості громадської думки. Процес формування громадської думки та місце в ньому служби зв'язків з громадськістю. Форми та канали вираження громадської думки. Основні джерела громадської думки. Способи впливу на громадську думку. Чутки як засіб комунікації та специфічна форма існування громадської думки. Причини виникнення та ознаки чуток. Силові методи боротьби з чутками.

Тема 3. Планування, організація та проведення інформаційних кампаній в міжнародних відносинах.

Принципи організації інформаційних кампаній. Система засобів масової комунікації. Основні складові процесу розробки інформаційних кампаній. Модель

програми інформаційної кампанії. Рівні позиціювання об'єкта інформаційної кампанії. Алгоритм процесу розробки інформаційної програми. Методи формування бюджету інформаційної кампанії. Стратегічні інформаційні кампанії та їхня роль у зв'язках з громадськістю. Етапи стратегічного планування.

Тема 4. Методи впливу на громадськість в процесі проведення інформаційних кампаній. Вербальна комунікація.

Вербальні комунікації: поняття, основні характеристики та типологізація. Взаємодія мови та комунікації. Завдання різних видів мовної вербальної діяльності. Базові та специфічні функції вербальних комунікацій. Основні компоненти культури мови. Публічні виступи як важливий засіб інформаційних кампаній. Характерні риси зовнішньої усної мови. Умови здійснення монологу, діалогу. Комунікації з використанням письмової мови. Правила конспектування. Типологізація письмових документів, які створюються PR-менами. Особливості текстів для громадськості.

Тема 5. Невербальні комунікації інформаційних кампаній.

Поняття, функції та види невербальної комунікації. Оптико-кінетичні комунікації. Правила жестикуляції. Види жестів. Особливості мімічних зморшок. Фонаційні та графічні засоби невербальної комунікації. Різновиди наочних засобів невербальної комунікації. Вимоги до графічних (наочних) засобів невербальної комунікації. Ситуативні змінні невербальної комунікації. Організація простору. Зовнішній вигляд. Колір та комунікація.

Тема 6. Подієва комунікація в інформаційних кампаніях.

Подієва комунікація: поняття, сутність, місце в процесі інформаційних кампаній. Процес підготовки подієвої комунікації. Типи подієвих комунікацій. Специфіка окремих видів подієвої комунікації. Сутність етапи та структура презентації. Місце проведення презентації. Соціальне значення, причини використання виставок, ярмарків. Основні заходи рекламної участі. Різновиди прийомів. Процес підготовки прийому. Прес-конференція і конференція як спеціальна подія, спрямована на вирішення комплексу завдань. Благодійницька діяльність, спонсорство.

РОЗДІЛ 2

КАНАЛИ ЗДІЙСНЕННЯ ТА РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ КАМПАНІЙ В МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ

Тема 7. Механізм взаємодії із засобами масової інформації в процесі розробки інформаційної кампанії в міжнародних відносинах

Засоби масової інформації: сутність, цілі, функції, права та обов'язки. Зв'язки та співпраця зі ЗМІ при розробці інформаційних кампаній. Механізми передачі повідомлень службою PR засобам масової інформації. Стан і перспективи розвитку засобів масової інформації в Україні

Тема 8. Роль інформаційних кампаній у формуванні міжнародного іміджу корпорації.

Поняття іміджу в сучасній науці. Основні властивості іміджу. Функції іміджу. Імідж організації: поняття, структура, типологія. Вимоги до іміджу організації. Механізм формування іміджу організації. Фактори формування іміджу організації. Система соціальних стереотипів. Прийоми виявлення стереотипів. Основні етапи формування іміджу організації. Засоби візуалізації іміджу організації. Процес управління іміджем.

Тема 9. Внутрішньокорпоративні інформаційні кампанії.

Сутність, цілі та завдання корпоративних комунікацій. Фактори актуалізації внутрішньорганізаційних комунікацій. Спільне та відмінне внутрішніх і зовнішніх комунікацій. Принципи та структура внутрішньокорпоративних інформаційних кампаній. Правила побудови внутрішньокорпоративних інформаційних кампаній. Основні канали внутрішніх комунікацій. Комунікації з персоналом у “віртуальних” компаніях. Специфіка внутрішніх комунікацій банків. Чутки як форма корпоративних комунікацій. Основні засоби комунікацій із персоналом. Види усних вербальних комунікацій. Види письмових вербальних комунікацій. Мішані засоби комунікацій із персоналом. Подієва комунікація з персоналом. Технічно опосередковані внутрішні комунікації.

Тема 10. Інформаційні кампанії у економічній та соціокультурній сфері.

Філософія фірми як основа інформаційних кампаній. Структура, основні цілі та завдання служб зв'язків з громадськістю комерційних організацій та установ. Інформаційні кампанії у фінансовій сфері. Інформаційні кампанії у сфері культури та мистецтва. Екологічні інформаційні кампанії. Інформаційні кампанії у системі організацій охорони здоров'я.

Тема 11. Інформаційні кампанії в політичному житті суспільства.

Політична комунікація та місце в ній інформаційних кампаній. Модель політичної комунікації сучасного суспільства. Особливості політичних комунікацій. Складові політичних комунікацій. Різновиди, структура та завдання політичних комунікацій. Засоби здійснення політичних інформаційних кампаній. Основні цілі та завдання політичної реклами.

Тема 12. Міжнародні інформаційні кампанії.

Структура, цілі та завдання інформаційних кампаній в міжнародному середовищі. Причини зростання значення міжнародних інформаційних кампаній. Наслідки поширення міжнародних комунікацій з громадськістю для інформаційних кампаній та для суспільства. Напрями міжнародних інформаційних кампаній. Особливості міжнародних інформаційних кампаній держав та державних органів. Складники іміджу України. Інформаційне забезпечення візитів. Мультикультурне середовище як фактор здійснення міжнародних інформаційних кампаній. Рівні ділової культури світу.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усьо- го	у тому числі					усьо- го	у тому числі				
		л	п	с	інд	с.р.		л	п	с	інд	с.р.
Розділ 1. Теоретико-практичні аспекти планування та проведення інформаційних кампаній												
Тема 1. Інформаційні кампанії як інструмент системи зв'язків з громадськістю (паблік рилейшнз).	15	2	2	-	-	11	-	-	-	-	-	-
Тема 2. Громадська думка як об'єкт інформаційних кампаній в міжнародних відносинах.	15	2	2	-	-	11	-	-	-	-	-	-
Тема 3. Планування, організація та проведення інформаційних кампаній в міжнародних відносинах.	15	4	4	-	-	7	-	-	-	-	-	-
Тема 4. Методи впливу на громадськість в процесі проведення інформаційних	15	2	2	-	-	11	-	-	-	-	-	-

кампаній. Вербальна комунікація.												
Тема 5. Невербальні комунікації інформаційних кампаній.	15	4	4	-	-	7	-	-	-	-	-	-
Тема 6. Подієва комунікація в інформаційних кампаніях.	15	2	2	-	-	11						
Разом за розділом 1	90	16	16	-	-	58	-	-	-	-	-	-
Розділ 2. Канали здійснення та роль інформаційних кампаній в міжнародних відносинах												
Тема 7. Механізм взаємодії із засобами масової інформації в процесі розробки інформаційної кампанії в міжнародних відносинах	15	2	2	-	-	11						
Тема 8. Роль інформаційних кампаній у формуванні міжнародного іміджу корпорації.	15	4	4	-	-	7						
Тема 9. Внутрішньокорпоративні інформаційні кампанії.	15	2	2	-	-	11						
Тема 10. Інформаційні кампанії у економічній та соціокультурній сфері.	15	2	2	-	-	11						
Тема 11. Інформаційні кампанії в політичному житті суспільства.	15	4	4	-	-	7						
Тема 12. Міжнародні інформаційні кампанії.	15	2	2	-	-	11						
Разом за розділом 2	90	16	16	-	-	58						
Усього годин	180	32	32	-	-	116	-	-	-	-	-	-

4. Темі практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Інформаційні кампанії як інструмент системи зв'язків з громадськістю (паблік рилейшнз).	2
2	Громадська думка як об'єкт інформаційних кампаній в міжнародних відносинах.	2
3-4	Планування, організація та проведення інформаційних кампаній в міжнародних відносинах.	4
5	Методи впливу на громадськість в процесі проведення інформаційних кампаній. Вербальна комунікація.	2
6-7	Невербальні комунікації інформаційних кампаній.	4
8	Подієва комунікація в інформаційних кампаніях.	2
9	Механізм взаємодії із засобами масової інформації в процесі розробки інформаційної кампанії в міжнародних відносинах	2
10-11	Роль інформаційних кампаній у формуванні міжнародного іміджу корпорації.	4
12	Внутрішньокорпоративні інформаційні кампанії.	2
13	Інформаційні кампанії у економічній та соціокультурній сфері.	2
14-15	Інформаційні кампанії в політичному житті суспільства.	4
16	Міжнародні інформаційні кампанії.	2
	Разом	32

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин
1	Інформаційні кампанії як інструмент системи зв'язків з громадськістю (паблік рилейшнз). <i>Завдання:</i> поглибити знання з сутності та ролі інформаційних кампаній, розглянути питання щодо відмінності інформаційної кампанії та реклами. Підготуватися до обговорення ситуаційних завдань та кейсів. Джерела: 1. Чернишова Л.О. Дистанційний курс «Інформаційні кампанії у міжнародних відносинах». URL: https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3861. 2. Конончук В., Ржевська Н. Інформаційна війна та її вплив на міжнародні дипломатичні процеси: досвід України. Universum. 2023. 3. С. 60-64. 3. Коник Д. Л. Комунікаційні кампанії для зміни поведінки : практичний посібник. 2021. 154 с. URL: https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/22593	11
2	Громадська думка як об'єкт інформаційних кампаній в міжнародних відносинах. <i>Завдання:</i> розглянути основні властивості громадської думки, процес формування громадської думки та місце в ньому інформаційних кампаній. Підготуватися до обговорення ситуаційних завдань та кейсів. Джерела: 1. Чернишова Л.О. Дистанційний курс «Інформаційні кампанії у міжнародних відносинах». URL: https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3861. 2. Конончук В., Ржевська Н. Інформаційна війна та її вплив на міжнародні дипломатичні процеси: досвід України. Universum. 2023. 3. С. 60-64. 3. Коник Д. Л. Комунікаційні кампанії для зміни поведінки : практичний посібник. 2021. 154 с. URL: https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/22593	11
3	Планування, організація та проведення інформаційних кампаній в міжнародних відносинах. <i>Завдання:</i> застосувати принципи організації та алгоритму розробки інформаційної кампанії. Підготувати в командах проект «Власна інформаційна кампанія» (охарактеризувати кожний етап спланованої кампанії). Джерела: 1. Чернишова Л.О. Дистанційний курс «Інформаційні кампанії у міжнародних відносинах». URL: https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3861. 2. Конончук В., Ржевська Н. Інформаційна війна та її вплив на міжнародні дипломатичні процеси: досвід України. Universum. 2023. 3. С. 60-64.	7
4	Методи впливу на громадськість в процесі проведення інформаційних кампаній. Вербальна комунікація. <i>Завдання:</i> вивчити загальні правила підготовки письмових текстів при проведенні інформаційних кампаній. Підготувати текстове повідомлення, яке коротко характеризує будь-яку інформаційну кампанію (на вибір). Джерела: 1. Чернишова Л.О. Дистанційний курс «Інформаційні кампанії у міжнародних відносинах». URL: https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3861. 2. Конончук В., Ржевська Н. Інформаційна війна та її вплив на	11

	міжнародні дипломатичні процеси: досвід України. Universum. 2023. 3. С. 60-64. 3. Коник Д. Л. Комунікаційні кампанії для зміни поведінки : практичний посібник. 2021. 154 с. URL: https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/22593	
5	Невербальні комунікації інформаційних кампаній. <i>Завдання:</i> розглянути місце та роль простору та часу у комунікативному процесі організації. Підготуватися до круглого столу «Функції та види невербальної комунікації інформаційних кампаній». Джерела: 1. Чернишова Л.О. Дистанційний курс «Інформаційні кампанії у міжнародних відносинах». URL: https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3861. 2. Конончук В., Ржевська Н. Інформаційна війна та її вплив на міжнародні дипломатичні процеси: досвід України. Universum. 2023. 3. С. 60-64.	7
6	Подієва комунікація інформаційних кампаній. <i>Завдання:</i> поглибити знання щодо процесу підготовки подієвої комунікації, типів подієвих комунікацій, специфіки окремих видів подієвої комунікації. Підготувати презентацію дослідження щодо ефективності проведення будь-якої інформаційної кампанії. Джерела: 1. Чернишова Л.О. Дистанційний курс «Інформаційні кампанії у міжнародних відносинах». URL: https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3861. 2. Конончук В., Ржевська Н. Інформаційна війна та її вплив на міжнародні дипломатичні процеси: досвід України. Universum. 2023. 3. С. 60-64. 3. Коник Д. Л. Комунікаційні кампанії для зміни поведінки : практичний посібник. 2021. 154 с. URL: https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/22593	11
7	Механізм взаємодії із засобами масової інформації в процесі розробки інформаційної кампанії в міжнародних відносинах. <i>Завдання:</i> визначити переваги та недоліки розміщення матеріалів інформаційної кампанії в різних ЗМІ, проаналізувати ефективність використання цього засобу передачі інформації. Джерела: 1. Чернишова Л.О. Дистанційний курс «Інформаційні кампанії у міжнародних відносинах». URL: https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3861. 2. Конончук В., Ржевська Н. Інформаційна війна та її вплив на міжнародні дипломатичні процеси: досвід України. Universum. 2023. 3. С. 60-64. 3. Коник Д. Л. Комунікаційні кампанії для зміни поведінки : практичний посібник. 2021. 154 с. URL: https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/22593	11

8	Роль інформаційних кампаній у формуванні міжнародного іміджу корпорації <i>Завдання:</i> поглибити знання щодо процесу формування позитивного іміджу та його ролі в розвитку організації, країни. Підготуватися до круглого столу «Аналіз проблем формування іміджу міжнародних кампаній та різних країн». Джерела: - Чернишова Л.О. Дистанційний курс «Інформаційні кампанії у міжнародних відносинах». URL: https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3861. - Конончук В., Ржевська Н. Інформаційна війна та її вплив на міжнародні дипломатичні процеси: досвід України. Universum. 2023. 3. С. 60-64.	7	
9	Внутрішньокорпоративні інформаційні кампанії. <i>Завдання:</i> поглибити знання з сутності, ролі, завдань та формування внутрішньокорпоративних інформаційних кампаній. Скласти поетапний план організації внутрішньокорпоративної інформаційної кампанії. Джерела: - Чернишова Л.О. Дистанційний курс «Інформаційні кампанії у міжнародних відносинах». URL: https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3861. - Конончук В., Ржевська Н. Інформаційна війна та її вплив на міжнародні дипломатичні процеси: досвід України. Universum. 2023. 3. С. 60-64. - Коник Д. Л. Комунікаційні кампанії для зміни поведінки : практичний посібник. 2021. 154 с. URL: https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/22593	11	
10	Інформаційні кампанії в економічній та соціокультурній сфері. <i>Завдання:</i> розглянути особливості формування інформаційних кампаній в економічній та соціокультурній сфері на прикладі різних країн. Розробити структуру інформаційної кампанії бібліотеки щодо популяризації діяльності. Джерела: - Чернишова Л.О. Дистанційний курс «Інформаційні кампанії у міжнародних відносинах». URL: https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3861. - Конончук В., Ржевська Н. Інформаційна війна та її вплив на міжнародні дипломатичні процеси: досвід України. Universum. 2023. 3. С. 60-64.	11	
11	Інформаційні кампанії в політичному житті суспільства. <i>Завдання:</i> розглянути особливості формування інформаційних кампаній в політичному житті суспільства на прикладі різних країн. Розробити структуру інформаційної кампанії політичної партії у передвиборчий період. Джерела: - Чернишова Л.О. Дистанційний курс «Інформаційні кампанії у міжнародних відносинах». URL: https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3861. - Конончук В., Ржевська Н. Інформаційна війна та її вплив на міжнародні дипломатичні процеси: досвід України. Universum. 2023. 3. С. 60-64.	7	

12	Міжнародні інформаційні кампанії. <i>Завдання:</i> проаналізувати специфіку культур, орієнтованих на різні джерела отримання інформації, розглянути структуру, цілі та завдання інформаційних кампаній в міжнародному середовищі. Підготуватися до круглого столу «Особливості міжнародних інформаційних кампаній держав та державних органів». Джерела: 1. Чернишова Л.О. Дистанційний курс «Інформаційні кампанії у міжнародних відносинах». URL: https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3861. 2. Конончук В., Ржевська Н. Інформаційна війна та її вплив на міжнародні дипломатичні процеси: досвід України. Universum. 2023. 3. С. 60-64. 3. Коник Д. Л. Комунікаційні кампанії для зміни поведінки : практичний посібник. 2021. 154 с. URL: https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/22593	11
	Разом	116

6. Індивідуальні завдання

Індивідуальне завдання навчальним планом не передбачене.

7. Методи навчання

Відповідність методів навчання та форм оцінювання визначеним результатам навчання за ОПП віддзеркалює табл. 7.1

Таблиця 7.1

Методи навчання та засоби діагностики результатів навчання за освітньою компонентою «Інформаційні кампанії у міжнародних відносинах»

Шифр ПРН (відповідно до ОНП)	Результати навчання (відповідно до ОПП)	Методи навчання	Засоби діагностики /форми оцінювання
РН05	Знати природу та механізми міжнародних комунікацій	Лекція, виконання творчих завдань у командах, аналіз отриманих результатів	Оцінювання результатів творчих завдань, залікова робота
РН18	Розуміти і вміти розкривати причинно-наслідкові зв'язки виникнення міжнародних подій і процесів у контексті динаміки глобалізаційних трендів	Лекція, пошук джерел інформації (критичний аналіз, інтерпретація), виконання творчих завдань у командах, аналіз отриманих результатів, робота з вторинними даними, презентація результатів досліджень	Оцінювання результатів дослідження на практичних заняттях; розв'язування аналітичних завдань, виконання творчих завдань, залікова робота
РН19	Мати навички формулювання комунікаційних стратегій у міжнародному просторі відповідно до особливостей соціокультурного середовища інших країн	Лекція, виконання творчих завдань у командах, аналіз отриманих результатів	Оцінювання результатів аналітичних завдань, виконання творчих завдань, залікова робота

8. Методи контролю

Засвоєння тем розділів (поточний контроль) здійснюється на практичних заняттях відповідно до контрольних цілей. Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки здобувачів до виконання конкретної роботи.

Поточний контроль і оцінювання результатів навчання передбачає виставлення оцінок за всіма формами проведення занять:

- контроль та оцінювання активності роботи здобувача під час лекційних та практичних занять (групова дискусія, тренінгові завдання);
- контроль та оцінювання якості підготовки та розробки проєктних завдань в ході індивідуально / командної роботи студентів;
- контроль засвоєння теоретичного та практичного матеріалу (у вигляді тестування);
- контроль та оцінювання вмінь вирішувати аналітичні та інші завдання;
- контроль та оцінювання вмінь проводити дослідження та презентувати із застосуванням сучасних інформаційних технологій;
- оцінювання вмінь та навичок збирати та оброблювати дані.

Підсумковий контроль засвоєння розділів здійснюється по їх завершенню на основі проведення **заліку**. Завданням контролю є оцінювання знань, умінь та практичних навичок здобувачів, набутих під час вивчення зазначених тем.

9. Схема нарахування балів

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання												Разом	Залік	Сума
Розділ 1						Розділ 2								
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12			
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	40	100

T1, T2 ... – теми розділів.

Для допуску до складання підсумкового контролю (заліку) здобувач вищої освіти повинен набрати не менше 10 балів з навчальної дисципліни під час поточного контролю, самостійної роботи.

Критерії оцінювання навчальних досягнень

Під час вивчення навчальної дисципліни використання технологій штучного інтелекту (ШІ) здійснюється відповідно до Політики використання технологій штучного інтелекту Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

У межах дисципліни застосовуються такі моделі використання ШІ:

1. Модель «ШІ заборонено».

Використання технологій штучного інтелекту не допускається під час виконання контрольних заходів, спрямованих на перевірку індивідуальних знань і сформованості компетентностей здобувача освіти, зокрема: усного опитування, тестування, аналізу, інтерпретації результатів дослідження та пропозицій, заліку.

2. Модель «ШІ як асистент».

Під час підготовки до практичних занять, виконання аналітичних, проєктних завдань дозволяється використання ШІ для: пошуку та систематизації наукових джерел, перевірки граматики, стилю та оформлення. Фінальний текст роботи, висновки, аналіз, інтерпретація результатів та прийняті рішення повинні бути самостійно підготовлені здобувачем освіти.

3. Модель «ШІ як інструмент».

Для окремих проєктних робіт використання технологій штучного інтелекту може бути обов'язковою складовою виконання завдання. У таких окремих випадках здобувачі освіти можуть використовувати генеративні моделі ШІ для: створення візуалізацій, схем або зображень.

Усі результати, отримані за допомогою ШІ, підлягають критичному аналізу,

перевірці та доопрацюванню здобувачем освіти.

Декларування використання ШІ.

У разі використання технологій штучного інтелекту здобувач освіти зобов'язаний зазначити: назву сервісу або моделі ШІ; дату використання; характер допомоги (пошук наукових джерел, створення візуалізацій, редагування тексту тощо).

За вимогою викладача здобувач освіти повинен надати використані запити (prompts) або пояснити спосіб використання інструментів ШІ.

Недеклароване використання технологій штучного інтелекту або подання згенерованого ШІ матеріалу як власного результату навчальної діяльності розглядається як порушення принципів академічної доброчесності відповідно до внутрішніх нормативних документів Університету.

Заходи, спрямовані на дотримання академічної доброчесності для здобувачів освіти:

1. Самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей);

2. Посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;

3. Дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;

4. Надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.

При вивченні кожного розділу проводиться *поточний контроль*. На практичному занятті здобувач може отримати від 1 до 5 балів. При відсутності здобувача вищої освіти на семінарському/практичному занятті без поважної причини та особистої презентації виконаних завдань, але за умови розміщення ним виконаних практичних завдань на платформі Moodle в дистанційному курсі «Інформаційні кампанії у міжнародних відносинах», оцінка за завдання виставляється на 1 бал нижча від потенційної.

Замість виконання завдань (вивчення тем) можуть також додатково враховуватись такі **види активностей та неформальної освіти** здобувача:

– проходження тренінг-курсів чи дистанційних курсів з використання сучасних освітніх технологій на платформах Prometheus тощо (за наявності відповідного документу про їх закінчення, надання копії викладачу);

– участь в майстер-класах, форумах, конференціях, семінарах, зустрічах з проблем використання сучасних освітніх технологій (з підготовкою есе, інформаційного повідомлення тощо, що підтверджено навчальною програмою заходу чи відповідним сертифікатом);

– участь у науково-дослідних та прикладних дослідженнях з проблем використання сучасних освітніх технологій (в розробці анкетних форм, проведенні опитувань, підготовці та проведенні фокус-груп, обробці результатів дослідження, підготовці звіту, презентації результатів тощо, що підтверджується демонстрацією відповідних матеріалів).

Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті здійснюється згідно з нормативно-правовими документами Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Максимальна сума балів за поточним контролем складає **60 балів**.

Таблиця 9.1

Критерії та методи оцінювання поточного контролю

Методи	Критерії оцінювання	Система оцінювання, бали
Робота над аналітичними завданнями, індивідуальними і завданнями	виставляється здобувачу вищої освіти, який при усній або письмовій відповіді на запитання продемонстрував систематизовані, глибокі знання програмного матеріалу, вміє грамотно інтерпретувати одержані результати; продемонстрував знання фахової літератури, передбачені на рівні творчого використання	5
	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	3-4
	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	1-2
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	5
	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	3-4
	виставляється здобувачу вищої освіти, який не досяг цілей завдання, частково виконав роль ділової гри тощо, не зміг застосувати знання на практиці, обґрунтувати власну думку	1-2
Тренінг-курси, дистанційні курси	здобувач повинен надати підтверджуючий документ про закінчення курсів; теми курсів, які відповідають робочій програмі навчальної дисципліни перезараховуються	5 (за тему)
Участь в майстер-класах, форумах, конференціях, семінарах, зустрічах тощо	здобувач повинен надати підтверджуючі документи (сертифікати учасника заходу, витяги з протоколів тощо)	5
Участь у науково-дослідних та прикладних дослідженнях	здобувач повинен надати підтверджуючі документи (копії наукових публікацій, витяги з протоколів тощо)	5-15

Підсумковий контроль проводиться на основі **заліку**. Кожен з білетів містить 2 теоретичні питання. Максимальна кількість балів, яка може бути нарахована за кожне теоретичне питання, дорівнює 20 балів. Загальна кількість балів за успішне виконання залікових завдань – **40**. Час виконання – до 80 хвилин

УВАГА! У разі використання заборонених джерел на заліку здобувач на вимогу викладача залишає аудиторію та одержує загальну нульову оцінку (0).

У разі настання/подовження дії **форс-мажорних обставин** здобувачам вищої освіти денної форми навчання надається можливість скласти **залік в тестовій формі** (білет містить 40 тестових завдань, здобувач одержує 1 бал за кожну вірну відповідь) дистанційно на платформі Moodle в дистанційному курсі «Інформаційні кампанії у міжнародних відносинах», режим доступу: <https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3861>.

Таблиця 9.2

Критерії та методи оцінювання підсумкового контролю

Методи	Критерії оцінювання	Система оцінювання, бали
За теоретичне питання залікового 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.	16-20
	здобувач розкрив сутність питання, вільно оперує поняттями і термінологією, але спостерігаються деякі упущення при відповідях на питання та неточні обґрунтування.	11-15
	здобувач розкрив питання у загальних рисах, розуміє їхню сутність, намагається робити висновки, але слабо орієнтується в джерелах, припускається помилок, матеріал викладає нелогічно.	6-10
	здобувач не розкрив питання навіть у загальних рисах, не розуміє його сутності, не орієнтується в джерелах, припускається грубих помилок, матеріал викладає нелогічно.	0-5

Максимальна кількість набраних балів з дисципліни складає **100 балів**.
Оцінювання здійснюється відповідно до шкали ЗВО.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка
	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	зараховано
70-89	
50-69	
0-49	не зараховано

10. Рекомендована література**Основна література**

1. Чернишова Л.О. Дистанційний курс «Інформаційні кампанії у міжнародних відносинах». URL: <https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3861>.
2. Сідченко С. О., Залкін С. В., Хударковський К. І., Белімов В. В., Ревін О. В. Головні підсумки інформаційної кампанії Російської Федерації проти України за 2023 рік. Наука і техніка Повітряних Сил Збройних Сил України. 2024. № 1 (54). С. 114-121. URL: <https://doi.org/10.30748/nitps.2024.54.16>.
3. Інформаційні технології : навч.-метод. посібник / Н. І. Логінова, О. Г. Трофименко, М. А. Яценко, Т. А. Латковська. Одеса, 2024. 152 с. URL: <https://doi.org/10.32837/11300.27258>
4. Бреус С., Цимбаленко О., Глухов М. Інформаційні технології: їх роль у зміні бізнес-парадигми компаній. Економіка та суспільство. 2024. 63. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-15>
5. Інформаційні технології та Data mining в соціальних науках: навчально-методичний посібник для підготовки здобувачів вищої освіти галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» / Р. І. Чанишев, М. А. Яценко; Нац. ун-т «Одеська юрид. академія». Одеса: Фенікс, 2024. 706 с. URL: <https://doi.org/10.32837/11300.27676>
6. Конончук В., Ржевська Н. Інформаційна війна та її вплив на міжнародні дипломатичні процеси: досвід України. Universum. 2023. 3. С. 60-64.
7. Цифрові технології в бізнесі: підручник / за заг. ред. Л. М. Буяк, О. В. Птащенко, І. А. Крисоватий, К. М. Пришляк. Тернопіль: ЗУНУ, 2025. 404 с.

Допоміжна література

1. Фролова О. М., Кайло М. І. Інформаційна політика країн в умовах електоральних кампаній на прикладі США та України. *Міжнародні та політичні дослідження*. 2022. 35. С. 203-212. DOI:10.18524/2707-5206.2022.35.259155
2. Каприця Р. О. Піар та пропаганда на пострадянському просторі: проблеми розвитку інформаційної політики. *Міжнародні та політичні дослідження*. 2022. 35. С. 213-230. DOI:10.18524/2707-5206.2022.35.260422
3. Сідченко С. О. Основні етапи інформаційної кампанії Російської Федерації в ході збройної агресії проти України станом на вересень 2022 року. *Наука і техніка Повітряних Сил Збройних Сил України*. 2022. № 2 (47). С. 6-19. DOI:10.30748/nitps.2022.47.01
6. Jones B. T., Mattiacci E. How foreign information campaigns shape US public pronouncements about civil wars. *International Studies Review*. 2023. DOI:10.1177/00223433221095887
7. Dominique Geissler, Dominik Bär, Nicolas Pröllochs, Stefan Feuerriegel. Russian propaganda on social media during the 2022 invasion of Ukraine. *EPJ Data Science*. 2023. Vol. 12, Article 35.
8. Hidden messages: mapping nations' media campaigns. *Computational and Mathematical Organization Theory*. 2023. 30. P. 161-172.

11. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті

1. <https://euprostir.org.ua> - Анастасія Нуржинська. Інформаційні кампанії : онлайн-курс.
2. <http://www.publicity.kiev.ua/> - спеціалізований ресурс з PR і інших комунікацій.
3. <http://www.prweek.com/> - Онлайн-версія одного з найбільших видань про PR.
4. <http://www.prschik.kiev.ua/> - Український сайт про PR, маркетингу й рекламі
5. <http://www.pr-center.org.ua/> - веб-ресурс для недержавних організацій, які цікавляться питаннями просування своїх інституцій за допомогою комунікативних технологій
6. <http://www.marketing.web-standart.net/> - Журнал про маркетинг, рекламу й PR
7. <http://www.piar.kiev.ua/> - Асоціація політичних консультантів України
8. <http://www.mm.com.ua/> - Marketing Mix - електронний журнал.
9. www.prweekuk.com - PR Week
10. www.prnewswire.com - PR Newswire
11. www.ragan.com - Journal of Employee Communications Management
12. www.prandmarketing.com - Спільний проект PR News, Interactive PR & Marketing News і декількох інших ведучих видань
13. www.pr-liga.org.ua - офіційний сайт ВГО «Українська ліга зі зв'язків із громадськістю»
14. www.uaprg.com.ua - офіційний сайт Української Асоціації зав'язків з громадськістю

12. Особливості навчання за денною формою в умовах подовження дії обставин непереборної сили

В умовах дії обставин непереборної сили освітній процес в університеті здійснюється відповідно до наказів/ розпоряджень ректора/ проректора або за змішаною формою навчання або повністю дистанційно в синхронному режимі.

Складання підсумкового семестрового контролю: в разі запровадження жорстких обмежень з заборонаю відвідування ЗВО студентам денної форми навчання надається можливість скласти залік дистанційно на платформі Moodle в дистанційному курсі «Інформаційні кампанії у міжнародних відносинах» <https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3861>