

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

Директор ІНІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»
Микола ПИСАРЕВСЬКИЙ
«28» серпня 2025 р.



Робоча програма навчальної дисципліни
ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА МІЖНАРОДНОЇ РЕКЛАМИ

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

галузь знань 29 «Міжнародні відносини»

спеціальність 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії»

освітньо-професійна програма «Міжнародна інформація та міжнародні комунікації»

вид дисципліни за вибором

навчально-науковий інститут «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

2025 /2026 навчальний рік

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

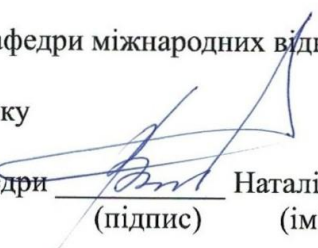
«28» серпня 2025 року, протокол №1

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ:

Галина КУЦ, д. політ. наук, професор, професор кафедри міжнародних відносин.

Програму затверджено на засіданні кафедри міжнародних відносин

Протокол №1 від «25» серпня 2025 року

завідувач кафедри  Наталія ВІННИКОВА
(підпис) (ім'я та прізвище)

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми

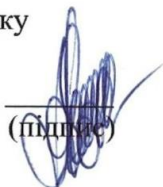
Гарант освітньо-професійної програми
«Міжнародна інформація та міжнародні комунікації» (бакалаврського рівня)

 Валерій РЕЗНІКОВ
(підпис) (ім'я та прізвище)

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

Протокол №1 від «27» серпня 2025 року

Голова науково-методичної комісії

 Ганна ПАНАСЕНКО
(підпис) (ім'я та прізвище)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Теорія та практика міжнародної реклами» складена у відповідності з освітньо-професійною програмою «Міжнародна інформація та міжнародні комунікації» підготовки бакалавра за спеціальністю 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії».

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. **Метою** викладання навчальної дисципліни «Теорія та практика міжнародної реклами» є формування у здобувачів знань про теорії та напрямки дослідження реклами у сфері міжнародних відносин, технології та специфіку формування практик міжнародної реклами.

1.2. Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Теорія та практика міжнародної реклами» є:

- Ознайомлення з основними концепціями теоретиків дискурсу комунікацій, теорії реклами, формування знань про сучасний стан рекламної діяльності у системі міжнародних відносин, пріоритетні напрями формування стратегій міжнародної реклами.

- Формування у здобувачів навичок користуватися знанням сучасних концепцій проблематики міжнародної реклами, яке представляє науковий інструмент високої комунікативної активності, широко вводячи цей загальнозначущий аспект у вивчення та вирішення будь-якої прагматичної професійної задачі.

- Розуміння проблематики та специфіки розвитку сучасних практик міжнародної реклами в системі міжнародних відносин, використання їх методик і критеріїв оцінок задля аналізу сфери міжнародних відносин з точки зору тенденцій формування рекламної діяльності.

1.3. Кількість кредитів – 4

1.4. Загальна кількість годин – 120

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
Вибіркова	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
3-й	-й
Семестр	
5-й	-й
Лекції	
32 год.	год.
Практичні заняття	
16 год.	год.
Семінарські заняття	
16 год.	год.
Лабораторні заняття	
год.	год.
Самостійна робота	
56 год.	год.
Індивідуальні завдання	
-	

** 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:

ЗК6. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК9. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК12. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

- формування наступних спеціальних компетентностей:

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

СК12. Здатність до здійснення комунікації та інформаційно-аналітичної діяльності у сфері міжнародних відносин (українською та іноземними мовами).

СК15. Розуміння сутності та специфіки зв'язків з громадськістю у міжнародних відносинах.

СК18. Розуміння сутності та специфіки міжнародної інформаційної діяльності.

- формування наступних м'яких навичок (soft skills):

- Критичне та аналітичне мислення.

- Навички роботи з інформацією.

- Комунікативні навички.

- Уміння вирішувати проблеми.

- Управління часом.

- Академічна доброчесність.

- Самостійна робота.

- Навички роботи з інформацією.

1.7. Перелік результатів навчання, що формує дана дисципліна

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні досягти наступних результатів:

знання:

РН05. Знати природу та механізми міжнародних комунікацій.

РН08. Знати сутність та особливості зв'язків з громадськістю та сучасних PR-технологій у міжнародних відносинах.

уміння/навички:

РН13. Збирати, обробляти та аналізувати великі обсяги інформації про стан міжнародних відносин, зовнішньої політики України та інших держав, регіональних систем, міжнародних комунікацій.

РН23. Аналізувати зміст та специфіку сучасних міжнародних інформаційних відносин.

комунікація:

РН25. Вести фахову дискусію із проблем міжнародних відносин, міжнародних комунікацій, регіональних студій, зовнішньополітичної діяльності, аргументувати свою позицію, поважати опонентів і їхню точку зору.

1.8. Пререквізити: «Філософія», «Політологія», «Сучасні інформаційні технології», «Інформаційно-комунікаційні системи і мережі», «Теорія комунікації», «Міжнародна інформація та міжнародні комунікації».

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Тема 1. Історія та ключові етапи розвитку реклами

Поняття реклами. Функції реклами. Основні етапи розвитку реклами. Типи реклами.

Тема 2. Міжнародна реклама: сутність та основні підходи

Поняття міжнародної реклами. Реклама в країнах Європи. Реклама в країнах Північної та Південної Америки. Реклама в країнах Азії. Реклама в період СРСР. Реклама та пропаганда.

Тема 3. Формування рекламної стратегії: міжнародний вимір

Основні типи рекламних стратегій у сфері міжнародних відносин.

Тема 4. Специфіка рекламної кампанії в системі міжнародних відносин

Рекламна кампанія як інструмент рекламної стратегії. Види рекламних кампаній.

Тема 5. Основні засоби поширення рекламних повідомлень: міжнародний контекст

Базові критерії вибору засобів поширення рекламних повідомлень у сфері міжнародних комунікацій.

Тема 6. Реклама і мас-медіа: міжнародний вимір

Міжнародна реклама та ЗМІ. Процес медіапланування.

Тема 7. Особливості розвитку реклами в Україні

Рекламна діяльність в сучасній Україні.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
	го	л	п	с	інд	с.р.	го	л	п	с	інд	с.р.
Тема 1. Історія та ключові етапи розвитку реклами	18	6	2	2	-	8	-	-	-	-	-	-
Тема 2. Міжнародна реклама: сутність та основні підходи	24	6	4	4	-	10	-	-	-	-	-	-
Тема 3. Формування рекламної стратегії: міжнародний вимір	16	4	2	2	-	8	-	-	-	-	-	-
Тема 4. Специфіка рекламної кампанії в системі міжнародних відносин	18	6	2	2	-	8	-	-	-	-	-	-
Тема 5. Основні засоби поширення рекламних повідомлень: міжнародний контекст	16	4	2	2	-	8	-	-	-	-	-	-
Тема 6. Реклама і мас-медіа: міжнародний вимір	16	4	2	2	-	8	-	-	-	-	-	-

Тема 7. Особливості розвитку реклами в Україні	12	2	2	2	-	6	-	-	-	-	-	-
Усього годин	120	32	16	16	-	56	-	-	-	-	-	-

4. Теми семінарських, практичних занять

4.1. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Історія та ключові етапи розвитку реклами	2
2	Міжнародна реклама: сутність та основні підходи	4
3	Формування рекламної стратегії: міжнародний вимір	2
4	Специфіка рекламної кампанії в системі міжнародних відносин	2
5	Основні засоби поширення рекламних повідомлень: міжнародний контекст	2
6	Реклама і мас-медіа: міжнародний вимір	2
7	Особливості розвитку реклами в Україні	2
	Разом	16

4.2. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Історія та ключові етапи розвитку реклами	2
2	Міжнародна реклама: сутність та основні підходи	4
3	Формування рекламної стратегії: міжнародний вимір	2
4	Специфіка рекламної кампанії в системі міжнародних відносин	2
5	Основні засоби поширення рекламних повідомлень: міжнародний контекст	2
6	Реклама і мас-медіа: міжнародний вимір	2
7	Особливості розвитку реклами в Україні	2
	Разом	16

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин
1	Історія та ключові етапи розвитку реклами. Завдання: ознайомлення з літературою по темі, конспектування тез, підготовка доповідей, дистанційний курс у Moodle «Теорія та практика міжнародної реклами», Тема 1.	8
2	Міжнародна реклама: сутність та основні підходи. Завдання: ознайомлення з літературою по темі, конспектування тез, підготовка доповідей, дистанційний курс у Moodle «Теорія та практика міжнародної реклами», Тема 2.	10
3	Формування рекламної стратегії: міжнародний вимір. Завдання: ознайомлення з літературою по темі, конспектування тез, підготовка доповідей, дистанційний курс у Moodle «Теорія та практика міжнародної реклами», Тема 3.	8
4	Специфіка рекламної кампанії в системі міжнародних відносин.	8

	<i>Завдання: ознайомлення з літературою по темі, конспектування тез, підготовка доповідей, дистанційний курс у Moodle «Теорія та практика міжнародної реклами», Тема 4.</i>	
5	Основні засоби поширення рекламних повідомлень: міжнародний контекст. <i>Завдання: ознайомлення з літературою по темі, конспектування тез, підготовка доповідей, дистанційний курс у Moodle «Теорія та практика міжнародної реклами», Тема 5.</i>	8
6	Реклама і мас-медіа: міжнародний вимір. <i>Завдання: ознайомлення з літературою по темі, конспектування тез, підготовка доповідей, дистанційний курс у Moodle «Теорія та практика міжнародної реклами», Тема 6.</i>	8
7	Особливості розвитку реклами в Україні. <i>Завдання: ознайомлення з літературою по темі, конспектування тез, підготовка доповідей, дистанційний курс у Moodle «Теорія та практика міжнародної реклами», Тема 7.</i>	6
	Разом	56

6. Індивідуальні завдання

Індивідуальні завдання не передбачені навчальним планом.

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 «Теорія та практика міжнародної реклами»

Шифр ПРН (відповідно до ОПП)	Результати навчання (відповідно до ОПП)	Методи навчання	Засоби діагностики /форми оцінювання
РН05	Знати природу та механізми міжнародних комунікацій.	Лекція, робота в командах, робота з вторинними даними, виконання практичних завдань, аналіз отриманих результатів, а також методи дистанційного навчання на платформах Zoom, Moodle.	Оцінювання результатів дослідження на практичних, семінарських заняттях; розв'язування ситуаційних завдань, залікова робота
РН08	Знати сутність та особливості зв'язків з громадськістю та сучасних PR-технологій у міжнародних відносинах.	Лекція, робота в командах, робота з вторинними даними, виконання практичних завдань, аналіз отриманих результатів, а також методи дистанційного	Оцінювання результатів дослідження на практичних, семінарських заняттях; розв'язування

		навчання на платформах Zoom, Moodle.	ситуаційних завдань, залікова робота
PH13	Збирати, обробляти та аналізувати великі обсяги інформації про стан міжнародних відносин, зовнішньої політики України та інших держав, регіональних систем, міжнародних комунікацій.	Лекція, робота в командах, робота з вторинними даними, виконання практичних завдань, аналіз отриманих результатів, а також методи дистанційного навчання на платформах Zoom, Moodle.	Оцінювання результатів дослідження на практичних, семінарських заняттях; розв'язування ситуаційних завдань, залікова робота
PH23	Аналізувати зміст та специфіку сучасних міжнародних інформаційних відносин.	Лекція, робота в командах, робота з вторинними даними, виконання практичних завдань, аналіз отриманих результатів, а також методи дистанційного навчання на платформах Zoom, Moodle.	Оцінювання результатів дослідження на практичних, семінарських заняттях; розв'язування ситуаційних завдань, залікова робота
PH25	Вести фахову дискусію із проблем міжнародних відносин, міжнародних комунікацій, регіональних студій, зовнішньополітичної діяльності, аргументувати свою позицію, поважати опонентів і їхню точку зору.	Лекція, робота в командах, робота з вторинними даними, виконання практичних завдань, аналіз отриманих результатів, а також методи дистанційного навчання на платформах Zoom, Moodle.	Оцінювання результатів дослідження на практичних, семінарських заняттях; розв'язування ситуаційних завдань, залікова робота

8. Методи контролю

При вивченні дисципліни «Теорія та практика міжнародної реклами» застосовуються наступні методи контролю: усний, письмовий (презентації, аналітичні доповіді). Засвоєння тем розділів (поточний контроль) здійснюється на семінарських та практичних заняттях відповідно до контрольних цілей. Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки студентів до виконання конкретної роботи.

Засвоєння тем розділів (поточний контроль) здійснюється на семінарських та практичних заняттях відповідно до контрольних цілей.

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

- контроль та оцінювання активності роботи здобувача під час лекційних, семінарських та практичних занять (групова дискусія);

- контроль та оцінювання якості підготовки та розробки проектних завдань в ході індивідуально / командної роботи здобувачів;
- контроль та оцінювання вмінь вирішувати аналітичні та інші завдання;
- контроль та оцінювання вмінь проводити дослідження та презентувати із застосуванням сучасних інформаційних технологій;

Поточний контроль самостійної роботи здобувачів проводиться у формі опрацювання навчальної літератури за темою, підготовки доповідей та презентацій. Сума балів, які здобувач може набрати за поточним контролем, дорівнює 60. Сума балів за виконанні завдання на семінарському та практичному занятті наведена в пункті 9.

Здобувачі, які були відсутні на лекції, семінарському чи практичному занятті, або отримали незадовільну оцінку, відпрацьовують пропущене заняття або незадовільну оцінку викладачу у дні його консультацій за графіком, затвердженим кафедрою. Для відпрацювання здобувач зобов'язаний надати індивідуально виконане завдання за темою пропущеного заняття та продемонструвати належний рівень теоретичної підготовки за темою заняття, яке відпрацьовується.

Підсумковий семестровий контроль з дисципліни є обов'язковою формою контролю навчальних досягнень здобувача. Він проводиться відповідно до навчального плану у вигляді семестрового **заліку** в терміни, встановлені графіком навчального процесу та в обсязі навчального матеріалу, визначеному цією робочою програмою дисципліни «Регіоналізм в системі міжнародних відносин». Завданням контролю є оцінювання знань, умінь та практичних навичок здобувачів, набутих під час вивчення зазначених тем. Сума балів, які здобувач може набрати за підсумковим контролем, дорівнює 40.

Проведення заліку у вигляді залікової роботи (білети). У одному білеті запропоновано 2 питання, одне питання оцінюється у 20 балів. Загальна кількість балів за успішне виконання залікової роботи – 40.

Оцінка успішності здобувача з дисципліни є рейтинговою і виставляється за багатобальною шкалою з урахуванням оцінок за поточним та підсумковим контролем.

9. Схема нарахування балів

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання														Разом	Залік	Сума		
T1		T2				T3		T4		T5		T6		T7				
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	60	40	100

T1, T2 ... – теми розділів.

Для допуску до складання підсумкового контролю (заліку) здобувач вищої освіти повинен набрати не менше 15 балів з навчальної дисципліни під час поточного контролю, самостійної роботи.

Розрахункова шкала для оцінювання роботи здобувачів за **поточним контролем**

Кількість балів	Критерії оцінювання
45-60	Систематичне відвідування лекцій та практичних занять, відсутність пропусків занять без поважної причини, відпрацювання тем практичних занять, пропущених з поважної причини, виконання завдань до кожного практичного заняття, висока активність роботи на практичному занятті, засвоєння всього обсягу матеріалу, повні та обґрунтовані відповіді при виконанні завдань, здатність визначення теоретичних питань, на які розраховані завдання, уміння сформулювати своє ставлення до певної проблеми

	теми, вміння мислити абстрактно і узагальнено, здатність публічно представити матеріал.
31-44	Систематичне відвідування лекцій та практичних занять, відсутність пропусків занять без поважних причин, відпрацювання тем практичних занять, пропущених з поважної причини, виконання завдань до кожного практичного заняття, висока активність роботи на практичному занятті, засвоєння всього обсягу матеріалу, повні та обґрунтовані відповіді з несуттєвими помилками при виконанні завдань, здатність визначення теоретичних питань, на які розраховані завдання, уміння сформулювати своє ставлення до певної проблеми теми, здатність публічно представити матеріал.
26-30	Наявність пропущених лекцій та практичних занять, відпрацювання тем пропущених практичних занять, виконання завдань до кожного практичного заняття, активна робота на практичних заняттях, засвоєння основних положень курсу, допущення декількох незначних помилок при виконанні завдань, здатність визначення теоретичних питань, на які розраховані завдання, здатність публічно представити матеріал.
21-25	Наявність пропущених лекцій та практичних занять, відпрацювання тем пропущених практичних занять, епізодична відсутність виконання завдань, участь у роботі на практичних заняттях, засвоєння окремих положень матеріалу, неповні відповіді при виконанні завдань, складності при визначенні теоретичних питань, на які розраховані завдання, здатність публічно представити матеріал.
16-20	Несистематичне відвідування лекцій та практичних занять, відсутність на заняттях без поважних причин, наявність декількох невідпрацьованих тем пропущених практичних занять, епізодична відсутність виконаних завдань, участь у роботі на практичних заняттях, засвоєння окремих положень матеріалу тем змістовного розділу, неповні відповіді, допущення помилок при виконанні завдань, великі складності при визначенні теоретичних питань на які розраховані завдання, невпевнені навички публічного представлення матеріалу.
11-15	Епізодичне відвідування лекцій та практичних занять, відсутність на заняттях без поважної причини, наявність невідпрацьованих тем пропущених лекцій та практичних занять, епізодична відсутність виконаних завдань, пасивна робота на практичних заняттях (участь у роботі останніх лише за наявності стимулу з боку викладача), наявність певного уявлення щодо матеріалу тем змістовного розділу, неповні відповіді, допущення значної кількості помилок при виконанні завдання, невміння визначити теоретичні питання, на які розраховано завдання, невпевнені навички публічного представлення матеріалу.
6-10	Систематичні пропуски лекцій та практичних занять без поважних причин, наявність невідпрацьованих тем пропущених лекцій та практичних занять. систематична відсутність виконаних завдань, пасивність у роботі на практичних заняттях, неповні, необґрунтовані відповіді, допущення істотних помилок при виконанні завдань, нездатність визначити теоретичні питання, на які розраховані завдання.
0-5	Систематичні пропуски лекцій та практичних занять без поважних причин, теми пропущених лекцій та практичних занять не відпрацьовані, систематична відсутність виконаних завдань, пасивність у роботі на практичних заняттях, відсутність знань, неповні, необґрунтовані відповіді, допущення істотних помилок при виконанні завдання. Нездатність визначити теоретичні питання, на які розраховані завдання, невміння публічно представити матеріал.

Критерії оцінювання поточного контролю знань здобувачів за 4-бальною шкалою

Рівень	Критерії оцінювання
Високий рівень 3-4 бали	Відповідь здобувача характеризується повним, глибоким та змістовним знанням теоретичного та практичного матеріалу з теми, вільним володінням термінами та поняттями дисципліни, його відповіді характеризуються креативним підходом.
Середній рівень 2 бали	Відповідь здобувача характеризується повним і змістовним знанням теоретичного матеріалу з теми, вільним володінням термінами та поняттями. Але він допускає деякі неточності, його відповіді не характеризуються креативним підходом.
Низький рівень 1 бал	Відповідь здобувача характеризується слабким і невпевненим знанням як теоретичного, так практичного матеріалу. Він допускає багато помилок у відповідях.
Незадовільний рівень 0 балів	Здобувач не в змозі дати відповідь на поставлені запитання, або відповідь не правильна, не розуміє суть питання. Не ознайомлений з джерелами. Не може зробити висновків.

Критерії оцінювання підсумкового контролю:

Підсумковий семестровий контроль здійснюється під час проведення заліку.

Загальна кількість балів за успішне виконання залікових завдань – 40. Час виконання – до 80 хвилин

Вміст білета й оцінювання відповідей на заліку:

Теоретичне питання 1– 20 балів

Теоретичне питання 2– 20 балів

Критерії оцінювання підсумкового контролю:

1-2 питання білета:

17-20 балів. Повне й глибоке володіння матеріалом дисципліни. Чітка, логічна та аргументована відповідь, викладена вільно. Демонструється системне розуміння концепцій, теорій і підходів до розуміння проблематики міжнародної реклами. Використання коректної термінології, здатність проводити міждисциплінарні паралелі. Наявні приклади з реальної міжнародної практики (історичні факти, сучасні події, політика ключових акторів). Знання основної й додаткової літератури, вміння зіставляти різні школи та підходи. Відповідь демонструє вміння аналізувати та прогнозувати регіоналізм у вимірі міжнародних відносин.

13-16 балів. Достатнє володіння матеріалом, відповідь загалом повна й грамотно викладена. Є логічна структура, проте подекуди бракує глибини аргументації. Розкриття суті питань здійснюється більше на рівні опису, ніж аналітики. Використовується здебільшого обов'язкова література. Приклади наводяться, але вони обмежені, без ґрунтового аналізу. Виявляється загальне розуміння методів дискурсу міжнародної реклами, але слабше показано вміння порівнювати чи прогнозувати наслідки.

9-12 балів. Володіння матеріалом фрагментарне, без цілісної картини. Відповідь має поверховий характер, логіка викладу порушена. Наявні фактичні помилки або неточності у використанні термінів. Продемонстровано лише часткове знання основних концепцій. Приклади з міжнародної практики або відсутні, або випадкові й непов'язані з темою. Використовується мінімальна література (лише базова), без ознак критичного мислення. Відповідь нагадує переказ, без чіткого аналізу та прогнозування.

5-8 балів. Знання матеріалу поверхові й неповні. Відповідь фрагментарна, часто нелогічна, з численними фактологічними або термінологічними помилками. Немає умінь застосовувати методи аналізу та прогнозування з проблематики міжнародної реклами. Приклади відсутні або неправильні. Використання літератури не підтверджується (знання виглядають неповними). Демонструється слабка грамотність, що ускладнює сприйняття відповіді.

1-4 бали. Відсутність системних знань з дисципліни. Відповідь хаотична, без розкриття суті питань. Використання термінології неправильне або взагалі відсутнє. Виявляється незнання ключових концепцій, шкіл, авторів чи подій. Відповідь не відповідає критеріям академічності, має ознаки некомпетентності. Демонструється критично низький рівень підготовки, що унеможливорює позитивну оцінку.

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

Зарахування неформальної освіти та додаткових активностей

1. Зарахування сертифікованих курсів

Здобувачі вищої освіти можуть отримати додаткові бали за успішне проходження дистанційних курсів або тренінгів на провідних освітніх платформах (Coursera, Prometheus тощо), які тематично пов'язані зі змістом дисципліни.

Умови зарахування:

- Студент має надати викладачеві офіційний документ (сертифікат або свідоцтво), що підтверджує успішне завершення курсу.
- Курс має бути погоджений з викладачем. Рекомендується обговорити вибір курсу заздалегідь.
- За успішне проходження одного курсу може бути зараховано до 5 балів додаткової поточної успішності.

2. Зарахування активної участі в наукових заходах

Додаткові бали можуть бути нараховані за активну участь у наукових конференціях, семінарах, публікацію наукових статей або тез досліджень.

Умови зарахування:

- Студент має надати офіційне звернення до викладача.
- До звернення необхідно додати підтверджуючі документи (сертифікати учасника конференції, копії наукових публікацій, витяги з протоколів тощо).

Кількість балів:

- Участь з доповіддю на науково-практичній конференції: до 5 балів.
- Публікація тез конференції: до 5 балів.
- Публікація статті у фаховому виданні: до 10 балів.

Кожне звернення розглядається індивідуально. Рішення про зарахування додаткових балів приймається згідно з нормативно-правовими документами, що діють у Харківському національному університеті імені В.Н. Каразіна.

Незалежно від кількості додаткових активностей, максимальна кількість балів поточної успішності **не може перевищувати 60 балів**.

У кінці семестру сумуються всі отримані студентом бали. Вказані вище види і форми засвоєння навчального курсу дають можливість набрати 60 балів та 40 балів за залікову роботу. Отже, максимальна кількість балів – 100.

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. Рекомендоване методичне забезпечення та література

Основна література

1. Європейські публічні комунікації: культура, політика, технології: колективна монографія / А.Л. Шинкарук, В.М. Парфенюк, Е.Я. Кац. – Рівне, 2013. – 416 с.
2. Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – 440 с.
3. Карпчук Н.П. Теорія та практика комунікацій : навчальний посібник / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т імені Лесі Українки, 2013. – 244 с.
4. Кочубей Л.О. PR у політичній сфері : підручник. Київ, 2013. 472 с.
5. Куц Г. Взаємозв'язок понять «стереотип», «імідж» і «бренд»: політологічне осмислення // Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії. – Луцьк: Вежа-Друк, 2024. – № 3 (20). – С. 245–257. DOI <https://doi.org/10.29038/2524-2679-2024-03-245-257> URL: <https://www.relint.vnu.edu.ua/index.php/relint/article/view/402>
6. Куц Г. Популізм як загроза демократичному поступу Української держави // Боротьба за людей в умовах гібридної війни: матеріали другого Харківського міжнародного безпекового форуму / за ред. проф. І. П. Руценка. – Харків: Видавець О.А. Мірошниченко, 2020. – 76 с. – С. 64–67.
7. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник / за заг. ред. В. Ф. Іванова, В. В. Різуна. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2012. 431 с.
8. Почепцов Г.Г. Паблік рілейшнз для професіоналів. Київ, 2005. 506 с.
9. Почепцов, Г. Г. Паблік рілейшнз : навч. посібн. 2-е вид., випр. і доп. Київ : Знання, 2004. 376 с.
10. Стратегічні комунікації. Підручник. – К. : Вадекс, 2019. – 446 с.
11. Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю. Навчальний посібник - https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/419/1/PR_Tikhomirova.pdf
12. Шевченко О.В., Яковець А.В. PR: теорія і практика. Підручник – К.: Бізнесполіграф, 2017. – 464с.

Допоміжна література

1. Карпчук Н.П. Міжнародна інформація та суспільні комунікації. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/14600/1/%D0%9A%D0%B0%D1%80%D0%BF%D1%87%D1%83%D0%BA-%D0%9C%D1%96%D0%B6%D0%BD%D0%B0%D1%80-%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE-%D1%96-%D1%81%D1%83%D1%81%D0%BF-%D0%BA%D0%BE%D0%BC.pdf>
2. Куц Г.М. «Мем» як базова одиниця сучасної культурної еволюції // Сучасне суспільство: Збірник наукових праць / Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди. – Харків, 2020. – Вип. 2 (21). – С. 49–57. URL: <http://journals.hnpu.edu.ua/index.php/politology/article/view/3423>

3. Юськів Б.М. Контент-аналіз. Історія розвитку і світовий досвід: монографія. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/15969/1/Yuskiv-KA%20history.pdf>
4. Dennis L. Wilcox and Glen T. Cameron Public Relations: Strategies and Tactics (10th Edition). Pearson, 2015. 624 p.
5. Edward Bernays and Stuart Ewen Crystallizing Public Opinion - Ig Publishing, 2012. 216 p.
6. Rodríguez-Salcedo N, Watson T. Public relations origins and evolution: A global perspective. - Public relations, 2021. URL: <https://dadun.unav.edu/server/api/core/bitstreams/2ab9160e-ee1d-4833-b3f2-71d0efe44250/content>

11. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відеолекції, інше методичне забезпечення

1. Міжнародна асоціація зі зв'язків з громадськістю (IPRA). Веб-сайт. URL: <http://www.ipra.org>
2. Міжнародна асоціація комунікаторів у сфері бізнесу. Веб-сайт. URL: <http://www.iabc.com>
3. Міністерство закордонних справ України. URL: <http://mfa.gov.ua/ua>
4. Офіційний сайт Європейського Союзу. URL: https://european-union.europa.eu/index_en
5. Офіційний сайт Організації Об'єднаних Націй. URL: www.un.org
6. Global Alliance for Public Relations and Communications Management. Веб-сайт. URL: <http://www.online-pr.com>
7. International Communications Consultancy Organisation. Веб-сайт. URL: <http://www.iccopr.com>

12. Особливості навчання за денною формою в умовах 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 із заборобою відвідування ЗВО студентам денної форми навчання надається можливість скласти залік дистанційно на платформі Moodle в дистанційному курсі «Теорія та практика міжнародної реклами»: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=15407>