



Силабус навчальної дисципліни
«Міжнародна рекламна діяльність»

Спеціальність	Всі спеціальності
Освітня програма	Всі програми
Освітній рівень	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання, навчання та оцінювання	Українська
Курс / семестр	3 курс, 6 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5 кредитів
Розподіл годин за формами освітнього процесу та видами навчальних занять	Лекції – 30 год.
	Практичні – 30 год.
	Лабораторні – 0 год.
	Самостійна робота – 90 год.
Форма семестрового контролю	Залік
Кафедра	Підприємництва, торгівлі та туристичного бізнесу, проспект Науки 9-А, м. Харків, 1-ий корпус, ауд. 316. Тел.: +38(057)758-77-26 (дод. 451) https://ptt.hneu.edu.ua
Викладач (-і)	Стрижак Олена Олегівна, к.е.н., доцент
Контактна інформація викладача (-ів)	ssssellennnn@gmail.com
Дні навчальних занять	Лекція: <u>згідно діючого розкладу занять</u>
	Практичні: <u>згідно діючого розкладу занять</u>
Консультації	На кафедрі, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні, чат в ПНС, Telegram, Viber
Мета навчальної дисципліни - є формування системи теоретичних знань та практичних навичок щодо сучасних форм рекламної діяльності та можливостей їх застосування в ринковій діяльності підприємств міжнародного рівня; порівняння національних та міжнародних інституцій реклами як засобу об'єктивізації способу життя людини постіндустріального суспільства і каналу трансляції норм і цінностей; вдосконалення розробки рекламної кампанії, стимулювання споживчої аудиторії.	
Структурно-логічна схема вивчення дисципліни:	
Пререквізити	Постреквізити
-	-
-	-
Зміст навчальної дисципліни	
Модуль 1. Міжнародна реклама як процес ділової діяльності	
Тема 1. Сутність міжнародної реклами. Реклама як індустрія	
Тема 2. Реклама як процес маркетингової діяльності. Психологічні аспекти маркетингу та реклами	
Тема 3. Міжнародна реклама: розуміння культурних відмінностей. Вплив культури на глобальний маркетинг та рекламу	
Тема 4. Міжнародна реклама як процес комунікації. Мова крос-культурної реклами	
Модуль 2. Міжнародна рекламна діяльність в координатах менеджменту	
Тема 5. Розвиток глобальних брендів. Управління глобальними брендами	
Тема 6. Організація рекламної кампанії на зовнішньому ринку	
Тема 7. Роль інтернет-технологій у просуванні компанії на міжнародних ринках	
Тема 8. Інструменти реклами в соціальних медіа.	



Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни

Мультимедійний проектор, ПНС ХНЕУ ім. С. Кузнеця, ZOOM

Форми та методи оцінювання

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль, який проводиться у формі диференційованого заліку.

Максимально можлива кількість балів за поточний контроль упродовж семестру для дисципліни форма контролю якої залік – 100 та мінімально можлива кількість балів – 60.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: завдання за темами; поточні контрольні роботи; презентації за темами та написання есе.

Більш детальна інформація щодо оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

Політики навчальної дисципліни

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти притягуються до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання відповідного виду навчальної роботи

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.