



**Силабус навчальної дисципліни**  
**«Міжнародна рекламна діяльність»**

|  |   |
|--|---|
| <b>Спеціальність</b>   | <i>Всі спеціальності</i>  |
| <b>Освітня програма</b>  | <i>Всі програми</i>   |
| <b>Освітній рівень</b>   | <i>Перший (бакалаврський)</i>   |
| <b>Статус дисципліни</b>   | <i>Вибіркова</i>  |
| <b>Мова викладання</b>   | <i>Англійська</i>   |
| <b>Курс / семестр</b>  | <i>3 курс, 2 семестр</i>  |
| <b>Кількість кредитів ЄКТС</b>   | <i>5</i>  |
| <b>Розподіл за видами занять та годинами навчання</b>  | <i>Лекції – 30 год.</i>   |
|  | <i>Практичні – 30 год.</i>  |
|  | <i>Самостійна робота – 90 год.</i>  |
| <b>Форма підсумкового контролю</b>   | <i>Залік</i>  |
| <b>Кафедра</b>   | <i>Туризму, проспект Науки 9-А, м. Харків, 1-ий корпус, ауд. 316. Тел. 38(057)758-77-26 (дод. 451)<br/><a href="http://www.hneu.edu.ua/Department_of_tourism">http://www.hneu.edu.ua/Department_of_tourism</a></i>  |
| <b>Викладач</b>  | <i>Ахмедова Олена Олегівна, доцент кафедри туризму, кандидат наук з державного управління;<br/>Стрижак Олена Олегівна, доцент кафедри туризму, кандидат економічних наук</i>  |
| <b>Контактна інформація викладача</b>  | <i><a href="mailto:yelena.akhmedova@hneu.net">yelena.akhmedova@hneu.net</a><br/><a href="mailto:sssellennnn@gmail.com">sssellennnn@gmail.com</a></i>  |
| <b>Дні занять</b>  | <i>Згідно діючого розкладу занять</i>   |
| <b>Консультації</b>  | <i>Відповідно до графіку</i>  |
| <b>Мета</b> навчальної дисципліни - формування системи теоретичних знань та практичних навичок щодо особливостей міжнародного рекламного бізнесу та можливостей застосування рекламних інструментів підприємств на міжнародному рівні; вдосконалення розвитку рекламних засобів як каналу передачі інформації, формування норм і цінностей, стимулювання споживчої діяльності.   |   |
| <b>Передумови для навчання</b>   |   |
| <i>Економіка підприємства, Міжнародна економіка, Маркетинг / Знання основ маркетингової діяльності, навички роботи з просування товарів та послуг на міжнародні ринки</i>  |   |
| <b>Зміст навчальної дисципліни</b>   |   |
| <b>Змістовий модуль 1.</b> Міжнародна реклама як бізнес-процес.<br>Тема 1. Сутність міжнародної реклами. Реклама як галузь.<br>Тема 2. Реклама як процес маркетингової діяльності. Психологічні аспекти маркетингу та реклами.<br>Тема 3. Міжнародна реклама: розуміння культурних відмінностей. Вплив культури на глобальний маркетинг та рекламу.<br>Тема 4. Міжнародна реклама як процес комунікації. Мова міжкультурної реклами. |   |
| <b>Змістовий модуль 2.</b> Міжнародна рекламна діяльність як процес управління.<br>Тема 5. Розвиток глобальних брендів. Управління глобальними брендами.<br>Тема 6. Організація рекламної кампанії на зовнішньому ринку<br>Тема 7. Роль Інтернету у просуванні компанії на міжнародних ринках<br>Тема 8. Рекламні засоби в соціальних мережах.   |   |
| <b>Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни</b>  |   |
| <i>Для опанування навчальної дисципліни необхідним є використання мультимедійних засобів</i>   |   |
| <b>Сторінка курсу на платформі Moodle (персональна навчальна система)</b>  | <i>РНПД, Технологічна карта, лекції, завдання для практичних та самостійних занять, інформаційні матеріали, завдання для перевірки знань.<br/>(<a href="https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=6788">https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=6788</a>)</i> |
| <b>Рекомендовані джерела</b>   |   |
| <i>Основні джерела: 1. Cheng H. The Handbook of International Advertising Research, 2014. - John</i>   |   |



Wiley & Sons, Ltd., 656 p.; 2. Diehl S., Terlutter R. *International Advertising and Communication. Current Insights and Empirical Findings.* - Deutscher Universitäts-Verlag, GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, 2006. - 513 p.; 3. Farrall C., Lindsley M. *Professional English in Use.* – Cambridge University Press. – 2008. – 144 p.; 3. Marieke M. *Global Marketing and Advertising. Understanding Cultural Paradoxes.* – Sage Publications, Inc., Los Angeles. – 2010. – 322 p.; 4. Mueller B. *Dynamics of International Advertising. Theoretical and Practical Perspectives.* – Peter Lang Publishing, Inc., New York. – 2008. – 342 p.; 5. Лисица Н. М. *Реклама в современном обществе: Монографія.* – Х.: „Основа”, 2009. – 272 с.

Допоміжні джерела: 6. Aldoshyna M., Stryzhak O. *Relationship marketing in tourism // Інфраструктура ринку.* – 2020. - № 43. – 108-113.; 7. Стрижак О.О. Глобалізація як суспільно-економічний феномен: методологічні основи аналізу // *Економічний вісник НТУУ «КПІ».* – 2012 (71) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economy.kpi.ua/uk/node/352>.; 8. Стрижак Е. О., Ахмедова Е. О. *Особенности проведения рекламной кампании в туристической сфере // Туризм и гостеприимство.* – 2018. - № 2. – С. 31-40.

### Система оцінювання результатів навчання

Система оцінювання включає поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних та практичних занять з цієї дисципліни й оцінюється сумою набраних балів; підсумковий модульний контроль, що проводиться у формі письмової контрольної роботи, відповідно до графіку навчального процесу (максимальна кількість – 100 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 60 балів).

### Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни

| Види навчальної роботи             | Мах кількість балів |
|------------------------------------|---------------------|
| Лекції (активна робота)            | 15                  |
| Практичні заняття (активна робота) | 15                  |
| Завдання за темами                 | 47                  |
| Есе                                | 3                   |
| Письмові контрольні роботи         | 10                  |
| Участь у науковій роботі           | 10                  |
| <b>Максимальна кількість балів</b> | <b>100</b>          |

### Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та ХНЕУ ім. С. Кузнеця

| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка ЄКТС | Оцінка за національною шкалою   |               |
|--|-------------|---|---------------|
|  |             | для екзамену (іспиту), диференційованого заліку, курсового проекту (роботи), практики, тренінгу | для заліку    |
| 90 – 100                                     | A           | відмінно  | зараховано    |
| 82 – 89                                      | B           | добре   |               |
| 74 – 81                                      | C           |   |               |
| 64 – 73                                      | D           | задовільно  |               |
| 60 – 63                                      | E           | незадовільно  | не зараховано |
| 35 – 59                                      | FX          |   |               |
| 1 – 34                                       | F           |   |               |

### Політики навчальної дисципліни

Під час вивчення даної дисципліни обов'язковим є дотримання політики дотримання академічної доброчесності, політики щодо пропусків занять та політики щодо виконання завдань пізніше встановленого терміну.

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