



Силабус навчальної дисципліни
«Міжнародна рекламна діяльність»

Спеціальність	Всі спеціальності
Освітня програма	Всі освітні 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 (семінарські) – 30 год. Лабораторні – 0 год. Самостійна робота – 90 год.
Форма семестрового контролю	Залік
Кафедра	Кафедра туризму, 1 корпус, ауд. 316, тел. (057)758-77-26 (дод. 451), сайт кафедри: http://tourism.hneu.edu.ua/
Викладач (-і)	Ахмедова Олена Олегівна, к.н., доцент
Контактна інформація викладача (-ів)	yelena.akhmedova@hneu.net
Дні навчальних занять	Лекція: <u>згідно діючого розкладу занять</u> Практичні: <u>згідно діючого розкладу занять</u>
Консультації	На кафедрі туризму, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні, чат в ПНС

Мета навчальної дисципліни: є 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

Структурно-логічна схема вивчення дисципліни:

Пререквізити	Постреквізити
-	-
-	-

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Міжнародна реклама як бізнес-процес.

Тема 1. Сутність міжнародної реклами. Реклама як галузь.

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 міжкультурної реклами.

Змістовий модуль 2. Міжнародна рекламна діяльність як процес управління.

Тема 5. Розвиток глобальних брендів. Управління глобальними брендами.

Тема 6. Організація рекламної кампанії на зовнішньому ринку

Тема 7. Роль Інтернету у просуванні компанії на міжнародних ринках

Тема 8. Рекламні засоби в соціальних мережах.

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: практичні завдання, творче завдання, презентації, поточний модульний контроль.

Більш детальна інформація щодо системи 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. Порухеннями 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 та методів оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.