

SYLLABUS

INTERNATIONAL EUROPEAN
UNIVERSITY



EUROPEAN SCHOOL
OF BUSINESS

Міжнародна реклама

ОП «Маркетинг»

ОП «Туризм»

2024-2025

SYLLABUS

Назва курсу та освітньої програми	Міжнародна реклама ОП «Маркетинг» ОП «Туризм»
Опис курсу	Навчальна дисципліна «Міжнародна реклама» є теоретичною основою сукупності знань та вмінь, що формують міжнародний профіль фахівця в області міжнародного бізнесу. Засвоєння даної дисципліни дасть можливість методологічно обґрунтувати та системно упорядкувати теоретичні уявлення фахівця про рекламу як вид інформаційної діяльності, необхідної суб'єкту підприємницької діяльності для розвитку міжнародного бізнесу
Передумови вивчення	Навчальна дисципліна «Міжнародна реклама» базується на знаннях таких дисциплін як «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Поведінка споживача», «Маркетинг промислового підприємства», «Міжнародний маркетинг», «Менеджмент ЗЕД» та ін.
Обсяг кредитів/годин	3 кредити ЄКТС / 90 академічних годин
Формат навчання	Змішане навчання
Розташування класної кімнати	https://dist.ieu.edu.ua/course/view.php?id=751
ПІБ викладача	Панченко Ольга Вікторівна , доктор філософії, доцент кафедри менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування
Кафедра	кафедра менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування: 
Місцезнаходження офісу	м. Київ, пр-т Академіка Глушкова, 42 В, каб. 511
Консультування	Щовівторка з 14:00 до 15:30 з попереднім записом через корпоративну пошту
E-mail викладача	olhapanchenko@ieu.edu.ua
Цілі курсу	Метою викладання навчальної дисципліни «Міжнародна реклама» є виявлення і розкриття теоретичних та прикладних аспектів рекламної діяльності у міжнародному бізнесі
Роль навчальної дисципліни у	<u>075 «Маркетинг»</u>

<p>досягненні програмних результатів</p>	<p>ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p> <p style="text-align: center;"><i>242 «Туризм і рекреація»</i></p> <p>ПР3. Організовувати процес розвитку певних видів туризму з урахуванням географічних особливостей регіону</p> <p>ПР7. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт</p> <p>ПР9. Організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки</p> <p>ПР12. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг</p>
<p>Результати навчання</p>	<p>Після опанування дисципліни студент повинен знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> - вплив культурного середовища на національну специфіку реклами; - психологічні аспекти рекламної діяльності; - специфіку організації і планування рекламної діяльності економічних суб'єктів, що здійснюють рекламну діяльність за кордоном; - особливості регулювання рекламної діяльності в Україні і за кордоном <p>уміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планувати рекламну діяльність на стратегічному і тактичному рівнях; - оцінювати ефективність рекламного повідомлення і рекламної компанії; - відстоювати власну точку зору в питаннях, пов'язаних з рекламною діяльністю і управлінням рекламою суб'єктами рекламного менеджменту
<p>Зміст курсу</p>	<p>Тема 1. Сутність міжнародної реклами</p> <p>Тема 2. Правове регулювання міжнародної реклами</p> <p>Тема 3. Етика та соціальна відповідальність у міжнародній рекламі</p> <p>Тема 4. Психотехнологічне мистецтво міжнародної реклами</p>

	<p>Тема 5. Культурні особливості та їх вплив на міжнародну рекламу</p> <p>Тема 6. Міжнародне маркетингове середовище та його вплив на рекламу</p> <p>Тема 7. Медіапланування в міжнародній рекламі</p> <p>Тема 8. Брендинг у міжнародній рекламі</p> <p>Тема 9. Цифрові технології у міжнародній рекламі</p> <p>Тема 10. Ефективність міжнародної реклами</p> <p>Тема 11. Інноваційні підходи у міжнародній рекламі</p> <p>Тема 12. Вірусний маркетинг і контекстна реклама у міжнародному середовищі</p> <p>Тема 13. Міжнародні рекламні агентства та їх діяльність</p> <p>Тема 14. Рекламні стратегії глобальних корпорацій</p>
<p>Книги та матеріали</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Роулз Деніел. Цифровий брендинг. Повне покрокове керівництво зі стратегії, тактики, інструментів та вимірювань/ пер. з англ. К. Дерев'янка. Х.: Фабула. 2020. 256 с. 2. Панченко О.В. Особливості впливу реклами на свідомість споживачів. Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні проблеми науки, освіти та технологій»: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 23 липня 2022 року). Полтава: ЦФЕНД, 2022. С.15-16. URL: http://www.economics.in.ua/2022/08/blog-post_3.html 3. Огілві Д. Про рекламу / Девід Огілві. — Київ : Видавництво Vivat, 2020. – 320 с. 4. The Brand and Its History: Trademarks, Branding and National Identity / Edited by multiple authors. – London : Routledge, 2021. – 432 p. 5. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР. [Електронний ресурс]. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр
<p>Технічні вимоги для роботи на курсі</p>	<p>Для роботи на курсі «Міжнародна реклама», вам необхідний регулярний доступ до комп'ютера (чи телефону) та інтернету.</p> <p>Для успішного вивчення та складання іспиту з навчального курсу, вам необхідно спочатку ознайомитись із дистанційною платформою (Moodle або Classroom) та вивчити всі папки, на яких вже є або поетапно розміщені інформація або матеріали для вивчення курсу. Також потрібно буде завантажувати та створювати документи, переглядати відео або ж створювати його. Можливість використовувати дистанційні платформи можливо тільки з використанням корпоративної пошти.</p> <p>При неможливості зайти на курс, вам необхідно повідомити деканат або старосту або ж безпосередньо викладача курсу.</p>
<p>Процес навчання</p>	<p>Процес вивчення курсу «Міжнародна реклама» містить і собі лекції та практичні заняття.</p>

Під час лекцій будуть використовуватись такі методи навчання, як *лекція, лекція-бесіда, дискусія, обговорення проблемних питань, демонстрація, аналіз різних ситуацій відповідно до теми лекцій.*

Під час практичних занять будуть використовуватись такі методи навчання, як *опитування, тестування, виконання індивідуальних та командних завдань, кейсів, підготовка доповідей та презентацій, виконання аналітично-розрахункових робіт, вирішених конкретних задач та ситуацій, мозковий штурм (мозкова атака, брейнстормінг).*



Ознаки дисципліни	Термін викладання	Семестр	Міжнародна дисциплінарна інтеграція	Курс рік (навчання)	Цикли: загальної підготовки/ професійної підготовки/ вільного вибору
	1 семестр	8 семестр	так	4 курс	Цикл професійної підготовки

Політика оцінювання

У вас будуть різні способи продемонструвати свої знання і навички протягом семестру. Це включає в себе те, як відвідуєте заняття, як і що ви вносите в обговорення в класі, як виконуєте і чи вчасно виконуєте практичні завдання та тести, як виконуєте завдання з самостійної роботи, вміння презентувати свою доповідь. Додатково надається можливість виконання ІНДЗ, яке виконується індивідуально або невеликою групою у вигляді студентської наукової роботи.

Діяльність протягом семестру	Максимальна кількість балів протягом семестру
Поточна робота (відвідування, усне опитування, вирішення розрахункових задач та завдань, ситуаційних вправ)	15
Доповіді з презентацією (3 шт.)	10
Тести (4 шт.)	10
Модульна контрольна робота (2 шт.)	15
ІНДЗ (допуск до іспиту)	10
Разом	60

Шкала оцінювання

Мінімальна кількість балів, яку повинен набрати здобувач освіти за поточну навчальну діяльність за семестр для допуску до підсумкового контролю – 36 балів. Оцінка за дисципліну визначається як сума підсумкового балу за поточну діяльність та балу за підсумковий контроль і виражається за багатобальною шкалою.

Оцінка з дисципліни, яка завершується іспитом, визначається як сума балів за поточну навчальну діяльність (не менше 36), бали за індивідуальну самостійну роботу здобувача освіти (не більше 6) та балів за іспит (не менше 24).

Загальний бал з дисципліни становить 100. Сумарна оцінка за вивчення дисципліни виставляється за національною та європейською шкалою.

Підсумковий контроль у формі іспиту проводиться після завершення вивчення усіх тем дисципліни і складається здобувачами освіти у період залікової сесії.

Загальна підсумкова оцінка в балах, за національною шкалою та за шкалою ЄКТС заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	A	відмінно	Зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
66-73	D	Задовільно	
60-65	E		
30-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-29	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

QR Code:



<p>Як дізнатись свою оцінку</p>	<p>Щоб перевірити свої оцінки за завдання та прочитати коментарі викладача, ви повинні перевірити відповідні вкладки дистанційних платформ навчання Moodle.</p> <p>Також отримати інформацію про отримані оцінки ви можете безпосередньо у викладача курсу через корпоративну пошту або ж за попереднім записом у дні надання консультацій (каб. 511).</p>
<p>Політика курсу</p>	<p>Для продуктивної навчально-пізнавальної діяльності студентів при вивченні дисципліни здійснюються актуальні лекції та семінари у вигляді презентацій, робота в групах, семінарів-дискусій.</p> <p>На заняттях та під час перебування в університеті студент повинен поважно ставитися до викладачів, співробітників та інших студентів, відвідувати заняття згідно з розкладом, приходити вчасно і не залишати аудиторії без дозволу викладача. Необхідно виконувати всі академічні завдання і роботи у визначені терміни.</p> <p>Викладач, у свою чергу повинен постійно підвищувати свій професійний рівень, педагогічну майстерність, загальну культуру, забезпечувати умови для засвоєння студентами навчальних програм на рівні обов'язкових вимог щодо змісту, рівня та обсягу освіти, сприяти всебічному професійному розвитку студентів. Обов'язково дотримуватися навчально-тематичного плану, не спізнюватися на заняття, не допускати жодних проявів корупції, дискримінації, булінгу, цькування та утиску прав здобувачів освіти.</p> <p>Студент, який з <i>поважних причин</i>, підтверджених документально, не підлягав поточному контролю має право пройти поточний контроль у двотижневий термін після повернення до навчання.</p> <p>Студент, що був відсутній на заняттях <i>без поважних причин</i>, не брав участі у заходах поточного контролю, не ліквідував академічну заборгованість, не допускається до підсумкового семестрового контролю знань з цієї дисципліни, а в день складання іспиту в екзаменаційній відомості науково-педагогічним працівником виставляється оцінка «недопущений».</p> <p>Повторне складання іспиту з дисципліни призначається за умови виконання всіх видів навчальної, самостійної (індивідуальної) роботи, передбачених робочою навчальною програмою дисципліни, і проводиться згідно із затвердженим директором графіком ліквідації.</p> <p>QR Code:</p>



Всі учасники освітнього процесу керуються принципами академічної доброчесності.

QR Code:



Виконання завдання з запізненням, виправлення оцінок, відпрацювання

Завдання мають бути надіслані через Moodle до термінів завершення, зазначених у розкладі курсу на нашому сайті. Більшість завдань мають бути виконані до 09:00 у день чергового заняття, щоб узгодити їх зі змістом курсу та діяльністю в групі. Найкращою практикою буде виконувати завдання якомога швидше після отримання, щоб у вас було достатньо часу для активної участі на заняттях.

Якщо вам потрібно більше часу для виконання завдання, доступні гнучкі терміни. Виконані завдання приймаються до повного заліку до останнього заняття з дисципліни за розкладом, після чого 40% частковий кредит на основі отриманої оцінки буде нараховано протягом тижня після останнього дня занять. Завдання, які взагалі не здавалися, отримують 0.

Якщо ви плануєте пропустити заняття більше ніж на один тиждень через хворобу або з інших причин, будь ласка, зв'яжіться з викладачем, щоб домовитися про альтернативні варіанти виконання завдань.

Пам'ятайте, що дедлайни працюють в обидві сторони, і їх дотримання гарантує, що викладачем буде наданий своєчасний зворотний зв'язок щодо ваших завдань, щоб переконатися, що ви не відстаєте від курсу.

QR Code:



Час відповіді викладача	Через корпоративну пошту, впродовж 24 годин.	
Ефективна комунікація	Ефективна комунікація – це вулиця з двостороннім рухом!!! Тому основні рекомендації до ефективної комунікації – це корпоративна електронна пошта на пряму із викладачем курсу; це особиста комунікація із одногрупниками через соціальні мережі/корпоративні пошти/мобільні телефони; це комунікація безпосередньо на курсі дистанційних платформ Moodle; це очна зустріч із викладачем у дні консультацій.	
Політика публікації та розповсюдження матеріалів курсу	Студенти не можуть розміщувати, публікувати, продавати або іншим чином публічно поширювати матеріали курсу без письмового дозволу викладача. Такі матеріали включають, але не обмежуються: конспекти лекцій, слайди лекцій, відео чи аудіозаписи, завдання, набори задач, іспити, роботи інших студентів і ключі відповідей. Студенти, які продають, розміщують, публікують або розповсюджують матеріали курсу без письмового дозволу з метою отримання відповідей чи іншим чином, можуть бути притягнуті до дисциплінарної відповідальності, аж до вимоги відмовитися від навчання. Крім того, студенти не можуть робити відео- чи аудіозаписи занять для власного використання без письмового дозволу викладача.	
Очікуване навантаження та залученість студентів	На роботу в цьому курсі слід виділити окремі години для самостійного опрацювання деяких матеріалів лекцій відповідно до тематики курсу (приблизно 5-6 годин на тиждень). Якщо виникнуть обставини, що змушують вас витратити більше часу на якість з завдань, проінформуйте викладача електронною поштою. Продовження терміну здачі можливо лише за умови, що викладач попередньо проінформований про те, що ви не зможете здати завдання вчасно. Очікується, що студенти мають резервний план на випадок несправності комп'ютера або перебоїв у роботі Інтернету.	
Служби підтримки	Електронний розклад Бібліотека Куратор Репозиторій Деканат	
Розклад курсу	Назва теми лекції	Практичні заняття
	Тема 1. Сутність міжнародної реклами	1. <i>Усне опитування</i> 2. <i>Практичні завдання</i>

	Тема 2. Правове регулювання міжнародної реклами	<ol style="list-style-type: none"> 3. <i>Домашні завдання</i> 4. <i>Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення</i> 5. <i>Написання доповіді</i> 6. <i>Тести</i>
	Тема 3. Етика та соціальна відповідальність у міжнародній рекламі	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Усне опитування</i> 2. <i>Розв'язування практичних завдань</i> 3. <i>Домашні завдання</i> 4. <i>Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення</i> 5. <i>Тести</i>
	Тема 4. Психотехнологічне мистецтво міжнародної реклами	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Усне опитування</i> 2. <i>Розв'язування практичних завдань</i> 3. <i>Домашні завдання</i> 4. <i>Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення</i> 5. <i>Тести</i>
	Тема 5. Культурні особливості та їх вплив на міжнародну рекламу	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Усне опитування</i> 2. <i>Розв'язування практичних завдань</i> 3. <i>Домашні завдання</i> 4. <i>Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення</i> 5. <i>Тести</i>
	Тема 6. Міжнародне маркетингове середовище та його вплив на рекламу	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Усне опитування</i> 2. <i>Розв'язування практичних завдань</i> 3. <i>Домашні завдання</i> 4. <i>Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення</i> 5. <i>Контрольна робота</i>
	Тема 7. Медіапланування в міжнародній рекламі	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Усне опитування</i> 2. <i>Розв'язування практичних завдань</i> 3. <i>Домашні завдання</i> 4. <i>Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення</i> 5. <i>Презентація доповідей</i>
	Тема 8. Брендинг у міжнародній рекламі	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Усне опитування</i> 2. <i>Розв'язування практичних та ситуаційних завдань</i> 3. <i>Домашні завдання</i> 4. <i>Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення</i> 5. <i>Тести</i>
	Тема 9. Цифрові технології у міжнародній рекламі	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Усне опитування</i> 2. <i>Розв'язування практичних та ситуаційних завдань</i> 3. <i>Домашні завдання</i> 4. <i>Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення</i> 5. <i>Тести</i>

	Тема 10. Ефективність міжнародної реклами	1. <i>Розв'язування практичних та ситуаційних завдань</i>
	Тема 11. Інноваційні підходи у міжнародній рекламі	2. <i>Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення</i>
	Тема 12. Вірусний маркетинг і контекстна реклама у міжнародному середовищі	3. <i>Контрольна робота</i> 4. <i>Захист індивідуальних завдань</i>
	Тема 13. Міжнародні рекламні агентства та їх діяльність	
	Тема 14. Рекламні стратегії глобальних корпорацій	
<p>Поради з успішного навчання на курсі</p>	<p>Якщо Ви бажаєте успішно засвоїти цей предмет, необхідно бути:</p> <ul style="list-style-type: none"> - наполегливим, уважним і допитливим; - креативним і життєрадісним, відкритим для спілкування та дискусій; - готовим отримувати інформацію і знання з предмету не лише на лекціях, а й у позааудиторний час. <p>До зустрічі!</p>	