

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ,
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ
МОО ВО Кыргызско-Российский Славянский университет
имени первого Президента Российской Федерации Б. Н. Ельцина



Основы международной рекламы

Аннотация дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой: Мировой экономики

Учебный план: Ucheb_plan_38.03.01ME2024_29.06.2024.pdf

Направление 38.03.01 Экономика

Профиль: «Мировая экономика»

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость: 5 ЗЕТ

Часов по учебному плану: 160

Виды контроля в семестрах: 5 семестр: экзамен

в том числе:

Лекции: 16

Практические: 32

самостоятельная работа: 80

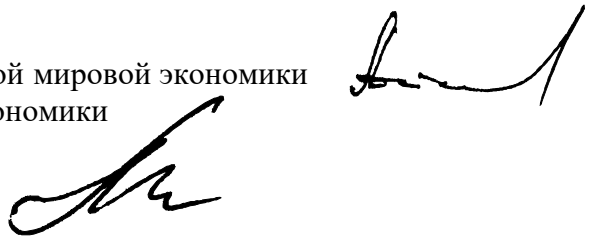
Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр; курс	5(3.5)		ИТОГО:	
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	16	68	16	16
Практические	32	32	32	32
Контактная работа в период теоретического обучения	0,3	0,3	0,3	0,3
В том числе интерактивных	4	4	4	4
В том числе в форме теоретической подготовки	2	2	2	2
Итого аудиторных часов:	48	48	48	48
Контактная работа	48,3	48,3	48,3	48,3
Самостоятельная работа	80	80	80	80
Часы на контроль	31,7	31,7	31,7	31,7
Итого:	180	160	160	160

Программу составил(и):

Аттокурова Н.С., д.э.н., профессор, зав. кафедрой мировой экономики

Мун В. Г. – к. э. н. доцент кафедры мировой экономики



Рабочая программа дисциплины: **Основы международной рекламы**

Разработана в соответствии с ФГОС ВПО 3++

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ ВЫСШЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ
38.03.01 ЭКОНОМИКА (УРОВЕНЬ БАКАЛАВРИАТ).

Приказ Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020 г. N 954 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» (с изменениями и дополнениями) от 12 августа 2020 года.

Составлена на основании учебного плана: Ucheb_plan_38.03.01 24 __ 3э __мэ. plx
.27.06.2024.pdf

Направление 38.03.01 Экономика; профиль «Мировая экономика»

Утвержденного ученым советом вуза от _____ 2024 год протокол №

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Мировой экономики

Протокол от _____ 2024 г. №

Срок действия программы: 2024-2028 уч. год

Зав. кафедрой: д.э.н., профессор Аттокурова Н.С.

Визирование РПД за исполнение в очередном учебном году

Председатель УМС

Милкина Н.П.

28 10 2024 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2024–2025 учебном году на заседании кафедры
Мировой экономики

Протокол от 26 10 2024 г. № 1
Зав. кафедрой Аттокурова Н. С., д.э.н., проф.

[Signature]

Председатель УМС

Милкина Н.П.

_____ 2025 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2025–2026 учебном году на заседании кафедры
Мировой экономики

Протокол от _____ 2025 г. № _____
Зав. кафедрой Аттокурова Н. С., д.э.н., проф.

Председатель УМС

_____ 2026 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2026–2027 учебном году на заседании кафедры
Мировой экономики

Протокол от _____ 2026 г. № _____
Зав. кафедрой Аттокурова Н. С., д.э.н., проф.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	Целью изучения дисциплины является овладение знаниями по особенностям развития экономической деятельности разных стран в разные исторические эпохи

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	Целью освоения дисциплины «Основы международной рекламы» является получение студентами базовых знаний по международной рекламной деятельности
1.2 ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.2.1	Изучение теоретических основ международной рекламы
1.2.2	Ознакомление с основами составления рекламных текстов
1.2.3	Разработка навыков презентаций новых товаров и услуг
1.2.4	Изучение основ проведения международной рекламной кампании

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП	Б1.В ДВ.04.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Мировая экономика Б1.О. 26
2.1.2	История мировой экономики Б1. В. 07
2.1.3	Международная торговля и сфера услуг Б1. В.07
2.1.4	Макроэкономика Б1. О.17
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение дисциплины «Основы международной рекламы» необходимо как предшествующее:
2.2.1	Основы геоэкономики Б1.В.03
2.2.2	Организация и управление внешнеэкономическими связями Б1.В.05
2.2.3	Международный бизнес Б1.В.06

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-3: Способен выполнять необходимые для составления экономического анализа, разделов, планов и их расчетов, обосновывать и представлять готовые экономические результаты о проделанной работе в соответствии с принятыми в организации стандартами соответствующие профессиональной деятельности.	
Знать:	
Уровень 1	современные подходы к пониманию сущности международной рекламы
Уровень 2	методы проведения рекламной кампании и используемые при этом средства
Уровень 3	механизм выхода отечественной рекламы на международный рынок
Уметь:	
Уровень 1	самостоятельно выбирать рекламные средства
Уровень 2	представлять результаты проведенной рекламной кампании
Уровень 3	составлять рекламные тексты и проводить презентации товаров
Владеть:	

Уровень 1	способностью усваивать пройденный материал и анализировать экономические показатели рекламной деятельности
Уровень 2	навыками получения информации из различных основных и дополнительных источников, включая Интернет и зарубежную литературу
Уровень 3	навыками анализа и расчета экономической эффективности рекламной кампании

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

3.1	Знать:
3.1.1	сущность международной рекламной деятельности
3.1.2.	принципы проведения рекламной кампании
3.1.3.	сущность международной рекламы
3.2	Уметь:
3.2.1.	рассчитывать показатели экономической эффективности рекламной кампании
3.2.2.	анализировать основные рекламные средства и их действенность
3.2.3.	выявлять конкурентные преимущества рекламируемого товара ил услуги
3.3	Владеть:
3.3.1.	способностью усваивать пройденный материал и анализировать экономические показатели рекламной кампании
3.1.2.	навыками получения информации из различных основных и дополнительных источников, включая Интернет и зарубежную литературу
3.1.3.	навыками анализа и расчета экономической эффективности рекламной кампании