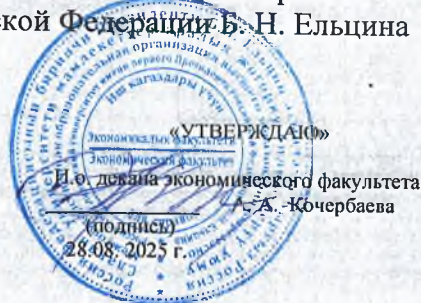


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И ИННОВАЦИЙ
 КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ
 МОО ВО Кыргызско-Российский Славянский университет
 имени первого Президента Российской Федерации Б. Н. Ельцина



Основы международной рекламы

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой: «Мировой экономики»

Учебный план: Ucheb_plan_38.03.01МЭ и МЭО. 2025_29.06.2025.pdf
 Направление 38.03.01 «Экономика»

Профиль «Мировая экономика и МЭО»

Квалификация: бакалавр
 Форма обучения: очная
 Общая трудоемкость: 5 ЗЕТ
 Часов по учебному плану: 180

Виды контроля в семестрах: 5 семестр: экзамен

в том числе:

Лекции 32
 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	32	32	32	32
Практические	32	32	32	32
Контактная работа в период теоретического обучения	0,2	0,2	0,2	0,2
В том числе интерактивных	4	4	4	4
В том числе в форме теоретической подготовки	2	2	2	2
Итого аудиторных часов:	64	64	64	64
Контактная работа	64,2	64,2	64,2	64,2
Самостоятельная работа	115,7	115,7	115,7	115,7
Часы на контроль	31,7	31,7	31,7	31,7
Итого:	180	180	180	180

Программу составил(и):

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

Рабочая программа дисциплины: «Основы международной рекламы»

Разработана в соответствии с ФГОС 3++

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика. Утвержден Приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020 г. № 954

Утвержденного ученым советом вуза от 29.06.2025 год протокол № 14

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Мировой экономики

Протокол от 26.08.2025 г. № 1

Срок действия программы: 2025-2029 уч. год

Зав. кафедрой: д.э.н., профессор Абдынасыров У.Т.



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
2.1.2	История мировой экономики
2.1.3	Международная торговля и сфера услуг
2.1.4	Макроэкономика
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение дисциплины «Основы международной рекламы» необходимо как предшествующее:
2.2.1	Основы геоэкономики
2.2.2	Организация и управление внешнеэкономическими связями
2.2.3	Международный бизнес

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-3: Способен выполнять необходимы для составления экономического анализа, разделов, планов и их расчетов, обосновывать и представлять готовые экономические результаты о проделанной работы 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

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Наименование разделов и тем/вид/занятия	Семестр/курс	Часов	Компетенции	Литература	Интеракт.	Примечание
Раздел 1. Теоретические основы рекламной деятельности						
Теоретические основы рекламы (лекция)	3/5	2	ПК-3	См. список литературы	0	Текущее аудиторное обучение
История становления рекламного дела (семинар)	3/5	2	ПК-3	См. список литературы	0	Опрос, дискуссии
Становление рекламы в странах Запада (СРС)	3/5	8	ПК-3	См. список литературы	0	Аналитическая записка
Основные рекламные средства (лекция)	3/5	2	ПК-3	См. список литературы	0	Текущее аудиторное обучение
Особенности использования	3/5	2	ПК-3	См. список	0	Опрос, дискуссии

рекламных средств (семинар)				литературы		
Сравнительный анализ эффективности рекламных средств (СРС)	3/5	6	ПК-3	См. список литературы	0	Аналитическая записка, контр. раб.
Модуль 2. Основные средства маркетинговых коммуникаций			ПК-3			
Коммерческая пропаганда и стимулирование сбыта (лекция)	3/5	2	ПК-3	См. список литературы	0	Текущее аудиторное обучение
Рекомендации по составлению рекламных заголовков и текстов (семинар)	3/5	2	ПК-3	См. список литературы	0	Опрос, дискуссии
Сравнительный анализ мер стимулирования сбыта (СРС)	3/5	6	ПК-3	См. список литературы	0	Аналитическая записка
Раздел 3 Современное развитие рекламы на современном этапе						
Реклама как средство маркетинговых коммуникаций (лекция)	3/5	2	ПК-3	См. список литературы	0	Текущее аудиторное обучение
Основы проведения презентаций товара (семинар)	3/5	2	ПК-3	См. список литературы	0	Дискуссии
Сравнительный анализ рекламы на ТВ, печати и радио (СРС)	3/5	6	ПК-3	См. список литературы	0	контр. раб.
Модуль 4. Воздействие и восприятие рекламы			ПК-3			
Реклама как метод воздействия на человека (лекция)	3/5	4	ПК-3	См. список литературы	0	Текущее аудиторное обучение
Процессы воздействия на человека (семинар)	3/5	4	ПК-3	См. список литературы	0	Опрос, дискуссии
Пирамида Маслоу – сущность и значение в рекламной деятельности (СРС)	3/5	6	ПК-3	См. список литературы	0	Аналитическая записка
Восприятие рекламы (лекция)	3/5	4	ПК-3	См. список литературы	2	Текущее аудиторное обучение

Выбор целевой аудитории (семинар)	3/5	4	ПК-3	См. список литературы	0	Опрос, дискуссии
Целевая аудитория в отечественной и зарубежной практике (СРС)	3/5	4	ПК-3	См. список литературы	0	контр. раб.
Модуль 5. Международная рекламная кампания			ПК-3			
Мировая торговая марка (лекция)	3/5	4	ПК-3	См. список литературы	2	Текущее аудиторное обучение
Международные рекламные агентства (семинар)	3/5	4	ПК-3	См. список литературы	0	Опрос, дискуссии
Проблемы выхода торговой марки на международный рынок (СРС)	3/5	4	ПК-3	См. список литературы	0	Аналитическая записка
Принципы проведения международной рекламной кампании (лекция)	3/5	4	ПК-3	См. список литературы	0	Текущее аудиторное обучение
Стратегия позиционирования товаров (семинар)	3/5	4	ПК-3	См. список литературы	0	Опрос, дискуссии
Международные законодательные нормы рекламы (СРС)	3/5	4	ПК-3	См. список литературы	0	контр. раб.
ИТОГО		160	контроль	31,7	4	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ	
5.1 Контрольные вопросы и задания	
В результате изучения дисциплины бакалавры должны ЗНАТЬ: - историю становления рекламного дела - основные теоретические подходы к пониманию рекламы - классификацию основных рекламных средств - основные средства маркетинговых коммуникаций - особенности рекламы как средства маркетинговых коммуникаций - принципы классификации целевой аудитории - сущность коммерческой пропаганды - принципы стимулирования сбыта - особенности прямого маркетинга - пирамиду Маслоу и мотивацию поведения покупателей - процесс воздействия и восприятия рекламы - понятие международной торговой марки	

- особенности выхода отечественной торговой марки на мировой рынок
- сущность международных рекламных агентств
- этапы проведения рекламной кампании
- классификацию рекламных стратегий
- сущность стратегии позиционирования товаров
- законодательные нормы международной рекламы
- методику расчета экономической эффективности рекламной кампании

Перечень вопросов для проверки обученности ЗНАТЬ:

1. Определение рекламы
2. Классификацию рекламных средств
3. Принципы определения целевой аудитории
4. Основные рекламные средства
5. Основные средства маркетинговых коммуникаций
6. Принципы и этапы проведения рекламной кампании
7. Основные принципы мотивации поведения покупателей
8. Пирамиду Маслоу и ее значение для рекламного дела
9. Этапы процессов воздействия и восприятия рекламы
10. Сущность международной торговой марки
11. Проблемы выхода торговой марки на мировой уровень
12. Сущность и значение международных рекламных агентств
13. Стратегию позиционирования товаров
14. Основы проведения международной рекламной кампании
15. Законодательные нормы международной рекламы

В результате изучения дисциплины бакалавры должны УМЕТЬ:

- выбирать наиболее подходящие рекламные средства
- обосновывать выбор целевой аудитории
- разрабатывать этапы проведения рекламной кампании
- выбирать соответствующую рекламную стратегию
- использовать на практике мотивацию поведения покупателей на базе пирамиды Маслоу
- разрабатывать рекламные действия с учетом основ воздействия и восприятия рекламы
- определять конкурентные преимущества отечественной торговой марки с целью определения возможностей ее выхода на мировой рынок
- выбирать траекторию взаимодействия с рекламными агентствами
- обосновывать пути выхода торговой марки на мировой рынок

Перечень вопросов для проверки обученности УМЕТЬ:

16. Основные принципы классификации рекламных средств
17. Достоинства и недостатки основных СМИ для проведения рекламной кампании
18. Сущность современной мотивации поведения покупателей
19. Выявить целевую аудиторию в соответствии с рекламируемым товаром
20. Представить этапы проведения рекламной кампании
21. Обосновать выбор рекламной стратегии
22. Выбрать соответствующее рекламируемому товару средство маркетинговых коммуникаций
23. Определить возможности отечественной торговой марки для выхода на внешний рынок
24. Сформировать соответствующее целям рекламной кампании взаимодействие с рекламным агентством
25. Позиционировать товар на местном рынке
26. Провести расчеты экономической эффективности рекламной кампании

В результате изучения дисциплины бакалавры должны ВЛАДЕТЬ:

- способностью усваивать пройденный материал и анализировать экономические показатели;

- навыками сравнительного анализа основных рекламных средств;
- навыками выявления необходимой целевой аудитории;
- методикой анализа конкурентных преимуществ торговой марки;
- навыками расчета экономической эффективности проведенной рекламной кампании

Перечень вопросов для проверки обученности ВЛАДЕТЬ:

1. Провести сравнительный анализ основных рекламных средств
2. Выявить конкурентные преимущества отечественной торговой марки
3. Обосновать слабые и сильные стороны средств СМИ для проведения рекламной кампании
4. Выявить причины возникающих проблем при выходе торговой марки на внешний рынок
5. Обосновать целесообразность проведения рекламной кампании

5.3 Перечень видов оценочных средств

Шкала оценивания вопросов для проверки контрольных вопросов обученности ЗНАТЬ, УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ

«Отлично» – получены правильные и аргументированные ответы на все поставленные вопросы.

«Хорошо» – получены весьма правильные ответы на поставленные вопросы, но имеются незначительные замечания.

«Удовлетворительно» - получены не совсем правильные ответы, допущены существенные ошибки; ответ не правильный.

«Неудовлетворительно» - менее 50% - при ответах на поставленные вопросы получены не правильные ответы.

Шкала оценивания письменных заданий по СРС

«Отлично» – 85-100 %- получены правильные ответы на все задания.

«Хорошо» – 70-79 % -получены достаточно развернутые ответы на все задания.

«Удовлетворительно» - 50–69 % – получены неполные ответы на все задания.

«Неудовлетворительно» - менее 50% – получены ответы не на все задания.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1 Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Карпова С. В.	Международная реклама: учебник и практикум для академического бакалавриата Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт URL: https://urait.ru/bcode/448136	М., Издательство Юрайт, 2020
Л1.2	Абаева А. Л. и др.	Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов. Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/532412	М.: Издательство Юрайт, 2024.

6.1.2 Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
--	---------------------	----------	-------------------

Л2.1	Долгова Н. В.	Основы рекламы и связей с общественностью в средствах массовой информации: практикум	Изд-во Рязанский университет, 2021
Л2.2	Логунцова И. В.	Маркетинговые коммуникации. Сборник интерактивных заданий, деловых игр и кейсов	Москва, Изд-во «Лань» 2022
Л2.3	Антипов К. В.	Основы рекламы: Учебник	М., Изд-во «Дашков и К» 2021
6.1.3. Методические разработки			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
	-	-	-
6.2 Перечень ресурсов информационно - телекоммуникационной сети «Интернет»			
Э1	Обзоры мировых товарных рынков		www.cmmarket.ru
Э2	Научные статьи и учебные материалы по экономике		www.catback.ru
Э3	Экономика и достопримечательности стран мира		www.gecont.ru
Э4	Обзорная информация по мировой экономике		www.ereport.ru
6.3.1 Компетентностно-ориентированные образовательные технологии			
6.3.1.1	Традиционные образовательные технологии (лекции, семинарские (практические занятия).		
6.3.1.2	Интерактивные технологии (лекции с использованием слайд - презентаций, коллективное обсуждение различных подходов к решению той или иной учебно – профессиональной задачи/ работа в малых группах, анализ конкретных ситуаций, метод коллективной оценки различных ситуаций по маркетинговым заданиям и задачам и т.д.)		
6.3.1.3	Информационно-образовательные технологии (подготовка и защита докладов с представлением презентаций, выполнение СРС по вопросам согласно темам дисциплины и т.д.).		
6.3.1.4	Подготовка и выполнение самостоятельной аудиторной и внеаудиторной работы.		
6.3.2 Перечень информационных справочных систем и программного обеспечения			
6.3.2.1	Библиотечный фонд и электронная библиотечная база КРСУ, Интегрированный научный портал в зоне сети Интернет, включающий базы данных научных изданий и сервисы для информационного обеспечения науки и высшего образования. (Включает РИНЦ – библиографическая база данных публикаций авторов и SCIENCE INDEX – информационно – аналитическая система, позволяющая проводить аналитические и статистические исследования публикационной активности ученых и научных организаций). Режим доступа: http://elibrary.ru/		
6.3.2.2	Научная электронная библиотека КРСУ. Режим доступа: http://www.lib.krsu.edu.kg		
6.3.2.3	Электронно – библиотечная система «ZNANIUM.COM». Режим доступа: http://www.znanium.com/		
6.3.2.4	Профессиональные базы данных и информационно – справочные системы.		
6.3.2.5	Информационно- правовой портал «КонсультантПлюс» (адрес доступа: http://www.consultant.ru)		
6.3.2.6	Международный валютный фонд http://www.imf.org		

6.3.2.7	Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ: http://www.gks.ru
6.3.2.8	Официальный сайт национального статистического комитета КР: http://www.stat.kg

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Лекционную аудиторию вместимостью не менее 50 посадочных мест, оборудованную учебной мебелью, видеопроекционным оборудованием для презентаций и экраном.
7.2	Аудиторию для проведения семинарских (практических) занятий, оборудованную учебной мебелью, видеопроекционным оборудованием для презентаций и экраном.
7.3	Библиотеку и читальный зал, оснащенный компьютерной техникой для доступа к базам данных Интернет и электронному каталогу библиотеки КРСУ.
7.4	Компьютерные классы для всех видов выполнения самостоятельной аудиторной и внеаудиторной работы студентов.

8.3 Методические рекомендации для проведения практических и семинарских занятий:

Семинар - вид учебных занятий, при котором в результате предварительной работы над программным материалом преподавателя и студентов, в обстановке их непосредственного и активного общения решаются задачи познавательного и воспитательного характера.

Цель такой формы обучения - углубленное изучение дисциплины, закрепление пройденного материала, овладение методологией научного познания. Немаловажным преимуществом семинаров является и формирование навыков профессиональной дискуссии. Кроме того, на таких занятиях можно легко проследить, как усвоен материал, какие вопросы и возражения появились у аудитории.

В учебно-воспитательном процессе семинарские занятия выполняют многообразные задачи, в частности:

- стимулируют регулярное изучение программного материала, первоисточников научной литературы;
- закрепляют знания, полученные при прослушивании лекций и во время самостоятельной работы;
- обогащают знаниями благодаря выступлениям товарищей и преподавателя на занятии, корректируют ранее полученные знания;
- способствуют превращению знаний в твердые личные убеждения;
- прививают навыки устного выступления по теоретическим вопросам, приучают свободно оперировать понятиями и категориями;
- предоставляют возможность преподавателю систематически контролировать как самостоятельную работу студентов, так и свою работу.

На семинарских занятиях студенты и преподаватель объединяются в один общий процесс его подготовки и проведения. Для студентов главная задача состоит в том, чтобы усвоить содержание учебного материала темы, которая выносится на обсуждение, подготовиться к выступлению и дискуссии. Преподаватель составляет рабочий план проведения семинара, в котором отражены следующие вопросы: цель занятия, темы докладов (сообщений) и литература для их подготовки, перечень дополнительных проблемных вопросов, задачи, перечень используемых технических средств обучения.

Важнейшей частью семинарского занятия является обсуждение заданных вопросов по соответствующей теме.

8.4 Требования для выполнения СРС аудиторной АСР и внеаудиторной ВСР:
Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов:

Самостоятельная работа является одним из видов учебной деятельности обучающихся, способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Самостоятельная работа проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умений использовать основную и дополнительную литературу;
- развития познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, ответственности и организованности;
- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развития исследовательских умений.

Самостоятельная работа студентов проводится на основании компетентного подхода к реализации профессиональных образовательных программ, видами заданий для самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы), составление плана текста, графическое изображение структуры текста, конспектирование текста, выписки из текста, работа со словарями и справочниками, ознакомление с нормативными документами, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.
- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио и видеозаписей, составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради, аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ), завершение аудиторных практических работ и оформление отчётов по ним, подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на семинаре (конференции), материалов-презентаций, подготовка реферата, составление библиографии, тематических кроссвордов, тестирование и др.
- для формирования умений: написание письменных контрольных вопросов подготовка к выполнению заданий по дисциплине.

Аудиторная самостоятельная работа по учебной дисциплине на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию. Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется по заданию преподавателя без его непосредственного участия.

Виды заданий для внеаудиторной самостоятельной работы, их содержание и характер могут иметь вариативный и дифференцированный характер, учитывать специфику изучаемой учебной дисциплины, индивидуальные особенности обучающегося.

Контроль самостоятельной работы и оценка ее результатов организуется как единство двух форм:

- самоконтроль и самооценка обучающегося;
- контроль и оценка со стороны преподавателя.

Организация и руководство аудиторной самостоятельной работы:

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине «Основы международной рекламы» выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Основными видами аудиторной самостоятельной работы являются:

- выполнение лабораторных и практических работ по инструкциям; работа с литературой и другими источниками информации, в том числе электронными;
- само- и взаимопроверка выполненных заданий;
- решение проблемных и ситуационных задач.

Для обеспечения самостоятельной работы по дисциплине «Основы международной рекламы» имеется учебно-методический комплекс по данной дисциплине.

Работа с литературой, другими источниками информации, в том числе электронными может реализовываться на семинарских и практических занятиях. Данные источники информации могут быть представлены на бумажном и/или электронном носителях, в том числе, в сети Internet.

Преподаватель формулирует цель работы с данным источником информации, определяет время на проработку документа и форму отчетности.

Само и взаимопроверка выполненных заданий чаще используется на семинарском, практическом занятии и имеет своей целью приобретение таких навыков как наблюдение, анализ ответов сокурсников, сверка собственных результатов с эталонами.

Решение ситуационных задач используется на семинарском (практическом) и других видах внеаудиторных самостоятельных занятиях.

Организация и руководство внеаудиторной самостоятельной работы

Внеаудиторная самостоятельная работа (ВСП) - выполняется по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. При предъявлении видов заданий на внеаудиторную самостоятельную работу рекомендуется использовать дифференцированный подход к уровню подготовленности обучающегося. Перед выполнением внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит консультацию с определением цели задания, его содержания, сроков выполнения, ориентировочного объема работы, основных требований к результатам работы, критериев оценки, форм контроля и перечня литературы. В процессе консультации преподаватель предупреждает о возможных типичных ошибках, встречающихся при выполнении задания. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня подготовленности обучающихся.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы могут быть:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста; графическое изображение структуры текста; конспектирование текста; выписки из текста; работа со словарями и справочниками; учебно-исследовательская работа; использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернет-ресурсов и др.;
- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции (обработка текста); повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио- и видеозаписей); составление плана и тезисов ответа; составление таблиц, ребусов, кроссвордов, глоссария для систематизации учебного материала; изучение словарей, справочников; ответы на контрольные вопросы и др.); подготовка сообщений к выступлению на семинаре, конференции; подготовка рефератов, докладов; составление библиографии, заданий в тестовой форме и др.;
- для формирования умений: решение задач и упражнений по образцу; решение вариативных задач и упражнений; составление схем; решение ситуационных производственных (профессиональных) задач; подготовка к деловым и ролевым играм; проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности; подготовка презентаций, творческих проектов; подготовка курсовых и выпускных работ; опытно-экспериментальная работа; проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности и др.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Обучающийся самостоятельно определяет режим своей внеаудиторной работы и меру труда, затрачиваемого на овладение знаниями и умениями по каждой дисциплине, выполняет внеаудиторную работу по индивидуальному плану, в зависимости от собственной подготовки, бюджета времени и других условий.

Ежедневно обучающийся должен уделять выполнению внеаудиторной самостоятельной работы в среднем не менее 3 часов.

При выполнении внеаудиторной самостоятельной работы обучающийся имеет право обращаться к преподавателю за консультацией с целью уточнения задания, формы контроля выполненного задания.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может проводиться в письменной, устной или смешанной форме с представлением продукта деятельности обучающегося. В качестве форм и методов контроля внеаудиторной самостоятельной работы могут быть использованы - тестирование, самоотчеты, контрольные работы, защита творческих работ и др.

Для проверки академической активности и качества работы студента рабочую тетрадь по СРС - периодически проверяет преподаватель.

8.5 Методические указания к выполнению письменной контрольной работы

Письменная контрольная работа является одной из составляющих учебной деятельности студента по овладению знаниями в области международной рекламы. К ее выполнению необходимо приступить только после изучения тем дисциплины.

Целью контрольной работы является определения качества усвоения лекционного материала и части дисциплины, предназначенной для самостоятельного изучения.

Задачи, стоящие перед студентом при подготовке и написании контрольной работы:

1. закрепление полученных ранее теоретических знаний;
2. выработка навыков самостоятельной работы;
3. выяснение подготовленности студента к будущей практической работе.

Контрольные выполняются студентами в аудитории, под наблюдением преподавателя. Тема контрольной работы известна и проводится она по сравнительно недавно изученному материалу. Преподаватель готовит задания либо по вариантам, либо индивидуально для каждого студента. По содержанию работа может включать теоретический материал, задачи, тесты и т.п. выполнению контрольной работы предшествует инструктаж преподавателя.

Ключевым требованием при подготовке контрольной работы выступает творческий подход, умение обрабатывать и анализировать информацию, делать самостоятельные выводы, обосновывать целесообразность и эффективность предлагаемых рекомендаций и решений проблем, четко и логично излагать свои мысли. Подготовка контрольной работы следует начинать с повторения соответствующего раздела учебника, учебных пособий по данной теме и конспектов лекций.

Создание презентаций

Презентация - это вид самостоятельной работы студентов по созданию наглядных информационных пособий, выполненных с помощью мультимедийной компьютерной программы PowerPoint.

Этот вид работы требует координации навыков студента по сбору, систематизации, переработке информации, оформления ее в виде подборки материалов, кратко отражающих основные вопросы изучаемой темы, в электронном виде. То есть создание материалов-презентаций расширяет методы и средства обработки и представления учебной информации, формирует у студентов навыки работы на компьютере.

Презентации готовятся студентом в виде слайдов (5-8 слайдов) с использованием программы Microsoft PowerPoint, примерно на 8-10 минут

8.6 Виды шкал оценивания результатов обучения, по дисциплине «Основы международной рекламы»

1. Шаблон для целостных схем оценивания:

85-100 баллов: «Отлично» - Базовый уровень освоения компетенции - студент демонстрирует полное понимание теоретического и практического материала. Все требования, предъявляемые к дисциплине выполнены на высоком уровне.

70-84 балла: «Хорошо» - Пороговый уровень освоения компетенции - студент демонстрирует значительное понимание теоретического и практического материала. Все требования, предъявляемые к дисциплине выполнены, но имеются незначительные замечания.

61-69 баллов: «Удовлетворительно» - Низкий уровень освоения компетенции - студент демонстрирует частичное понимание теоретического и практического материала. Большинство требований, предъявляемых к дисциплине выполнены, но есть существенные ошибки.

0-60 баллов: «Неудовлетворительно» - Нулевой уровень освоения компетенции - студент демонстрирует небольшое понимание теоретического и практического материала. Многие требования, предъявляемые к дисциплине не выполнены.

9. Требования для выполнения СРС аудиторной АСР и внеаудиторной ВСР:

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов:

Самостоятельная работа является одним из видов учебной деятельности обучающихся, способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Самостоятельная работа проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умений использовать основную и дополнительную литературу;
- развития познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, ответственности и организованности;
- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развития исследовательских умений.

Самостоятельная работа студентов проводится на основании компетентного подхода к реализации профессиональных образовательных программ, видами заданий для самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы), составление плана текста, графическое изображение структуры текста, конспектирование текста, выписки из текста, работа со словарями и справочниками, ознакомление с нормативными документами, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.
- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио и видеозаписей, составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради, аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ), завершение аудиторных практических работ и оформление отчётов по ним, подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на семинаре (конференции), материалов-презентаций, подготовка доклада, составление библиографии, тематических кроссвордов, тестирование и др.
- для формирования умений: написание письменных контрольных вопросов подготовка к выполнению заданий по дисциплине.

Аудиторная самостоятельная работа по учебной дисциплине на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию. Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется по заданию преподавателя без его непосредственного участия.

Виды заданий для внеаудиторной самостоятельной работы, их содержание и характер могут иметь вариативный и дифференцированный характер, учитывать специфику изучаемой учебной дисциплины, индивидуальные особенности обучающегося.

Контроль самостоятельной работы и оценка ее результатов организуется как единство двух форм:

- самоконтроль и самооценка обучающегося;
- контроль и оценка со стороны преподавателя.

Организация и руководство аудиторной самостоятельной работы студентов (СРС):

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине «Мировая экономика (продвинутый уровень)» выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Основными видами аудиторной самостоятельной работы являются:

- выполнение лабораторных и практических работ по инструкциям; работа с литературой и другими источниками информации, в том числе электронными;
- само- и взаимопроверка выполненных заданий;

- решение проблемных и ситуационных задач.

Для обеспечения самостоятельной работы по дисциплине «Мировая экономика (продвинутый уровень)» имеется учебно-методический комплекс по данной дисциплине.

Работа с литературой, другими источниками информации, в том числе электронными может реализовываться на семинарских и практических занятиях. Данные источники информации могут быть представлены на бумажном и/или электронном носителе, в том числе, в сети Internet. Преподаватель формулирует цель работы с данным источником информации, определяет время на проработку документа и форму отчетности.

Само и взаимопроверка выполненных заданий чаще используется на семинарском, практическом занятии и имеет своей целью приобретение таких навыков как наблюдение, анализ ответов сокурсников, сверка собственных результатов с эталонами.

Решение ситуационных задач используется на семинарском (практическом) и других видах внеаудиторных самостоятельных занятий.

Организация и руководство внеаудиторной самостоятельной работы:

Внеаудиторная самостоятельная работа (ВСР) - выполняется по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. При предъявлении видов заданий на внеаудиторную самостоятельную работу рекомендуется использовать дифференцированный подход к уровню подготовленности обучающегося. Перед выполнением внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит консультацию с определением цели задания, его содержания, сроков выполнения, ориентировочного объема работы, основных требований к результатам работы, критериев оценки, форм контроля и перечня литературы. В процессе консультации преподаватель предупреждает о возможных типичных ошибках, встречающихся при выполнении задания. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня подготовленности обучающихся.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы могут быть:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста; графическое изображение структуры текста; конспектирование текста; выписки из текста; работа со словарями и справочниками; учебно-исследовательская работа; использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернет-ресурсов и др.;

- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции (обработка текста); повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио- и видеозаписей); составление плана и тезисов ответа; составление таблиц, ребусов, кроссвордов, глоссария для систематизации учебного материала; изучение словарей, справочников; ответы на контрольные вопросы и др.); подготовка сообщений к выступлению на семинаре, конференции; подготовка докладов, докладов; составление библиографии, заданий в тестовой форме и др.;

- для формирования умений: решение задач и упражнений по образцу; решение вариативных задач и упражнений; составление схем; решение ситуационных производственных (профессиональных) задач; подготовка к деловым и ролевым играм; проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности; подготовка презентаций, творческих проектов; подготовка курсовых и выпускных работ; опытно-экспериментальная работа; проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности и др.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Обучающийся самостоятельно определяет режим своей внеаудиторной работы и меру труда, затрачиваемого на овладение знаниями и умениями по каждой дисциплине, выполняет внеаудиторную работу по индивидуальному плану, в зависимости от собственной подготовки, бюджета времени и других условий.

Ежедневно обучающийся должен уделять выполнению внеаудиторной самостоятельной работы в среднем не менее 3 часов.

При выполнении внеаудиторной самостоятельной работы обучающийся имеет право обращаться к преподавателю за консультацией с целью уточнения задания, формы контроля выполненного задания.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может проводиться в письменной, устной или смешанной форме с представлением продукта деятельности обучающегося. В качестве форм и методов контроля внеаудиторной самостоятельной работы могут

быть использованы - тестирование, самоотчеты, контрольные работы, защита творческих работ и др.

Для проверки академической активности и качества работы студента рабочую тетрадь по СРС - периодически проверяет преподаватель.

1. Методические указания к выполнению письменной контрольной работы

Письменная контрольная работа является одной из составляющих учебной деятельности студента по овладению знаниями в области геоэкономики. К ее выполнению необходимо приступить только после изучения тем дисциплины.

Целью контрольной работы является определения качества усвоения лекционного материала и части дисциплины, предназначенной для самостоятельного изучения.

Задачи, стоящие перед студентом при подготовке и написании контрольной работы:

1. закрепление полученных ранее теоретических знаний;
2. выработка навыков самостоятельной работы;
3. выяснение подготовленности студента к будущей практической работе.

Контрольные выполняются студентами в аудитории, под наблюдением преподавателя. Тема контрольной работы известна и проводится она по сравнительно недавно изученному материалу. Преподаватель готовит задания либо по вариантам, либо индивидуально для каждого студента. По содержанию работа может включать теоретический материал, задачи, тесты и т.п. выполнению контрольной работы предшествует инструктаж преподавателя.

Ключевым требованием при подготовке контрольной работы выступает творческий подход, умение обрабатывать и анализировать информацию, делать самостоятельные выводы, обосновывать целесообразность и эффективность предлагаемых рекомендаций и решений проблем, четко и логично излагать свои мысли. Подготовка контрольной работы следует начинать с повторения соответствующего раздела учебника, учебных пособий по данной теме и конспектов лекций.

Создание презентаций:

Презентация -это вид самостоятельной работы студентов по созданию наглядных информационных пособий, выполненных с помощью мультимедийной компьютерной программы PowerPoint.

Этот вид работы требует координации навыков студента по сбору, систематизации, переработке информации, оформления ее в виде подборки материалов, кратко отражающих основные вопросы изучаемой темы, в электронном виде. То есть создание материалов-презентаций расширяет методы и средства обработки и представления учебной информации, формирует у студентов навыки работы на компьютере.

Презентации готовятся студентом в виде слайдов (5-8 слайдов) с использованием программы Microsoft PowerPoint, примерно на 8-10 минут

8.8 Виды шкал оценивания результатов обучения, по дисциплине «Мировая экономика (продвинутый уровень)»

1. Шаблон для целостных схем оценивания:

85-100 баллов: «Отлично» - Базовый уровень освоения компетенции - студент демонстрирует полное понимание теоретического и практического материала. Все требования, предъявляемые к дисциплине выполнены на высоком уровне.

70-84 балла: «Хорошо» - Пороговый уровень освоения компетенции - студент демонстрирует значительное понимание теоретического и практического материала. Все требования, предъявляемые к дисциплине выполнены, но имеются незначительные замечания.

61-69 баллов: «Удовлетворительно» - Низкий уровень освоения компетенции - студент демонстрирует частичное понимание теоретического и практического материала. Большинство требований, предъявляемых к дисциплине выполнены, но есть существенные ошибки.

0-60 баллов: «Неудовлетворительно» - Нулевой уровень освоения компетенции - студент демонстрирует небольшое понимание теоретического и практического материала. Многие требования, предъявляемые к дисциплине не выполнены.

Перечень оценочных средств
для текущего контроля знаний, умений обучающихся
по учебной дисциплине:

№ п/п	Наименование КОС	Краткая характеристика оценочного средства	Материалы для представления в ФОС
1	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
2	Вопросы для устного (письменного) опроса по теме, разделу		Перечень вопросов по теме, разделу
3	Тест по теме, разделу	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Тест по теме, разделу
4	Практические занятия	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач или заданий.	Методические рекомендации по выполнению лабораторно – практических занятий
5	Самостоятельная работа (доклад, доклад, сообщение, эссе)	Доклад - продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Доклад, сообщение - продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы Доклады; курсовая работа - средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы

Перечень оценочных средств
для промежуточной аттестации обучающихся
по учебной дисциплине

№ п/п	Наименование КОС	Краткая характеристика оценочного средства	Материалы для представления в ФОС
1	Контрольная работа по дисциплине	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач, выполнения заданий определенного типа	Комплект контрольных заданий по вариантам
2	Вопросы для дифференцированного зачета с оценкой	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося	Тестовые задания По вариантам

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

ТЕМАТИКА
КУРСОВЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«Основы международной рекламы»

1. История рекламы. Определение рекламы. Основные понятия.
2. Функции, цели и задачи рекламы. Факторы, влияющие на постановку целей и задач в рекламной деятельности.
3. Международный кодекс рекламной практики.
4. Нормативно-правовая база рекламной деятельности. Закон «О рекламе» и его основные положения.
5. Сфера деятельности рекламы в туризме. Виды рекламы и их характеристика.
6. Классификация средств рекламы. Выбор места и средства рекламы.
7. Механизм воздействия и требования к рекламе.
8. Структура рекламы. Разработка рекламных материалов.
9. Фирменный стиль и его роль в рекламной практике.
10. Виды выставок. Этапы выставочной деятельности.
11. Логотип, фирменный знак и их характеристика. Принципы рекламы.
12. Мероприятия, направленные на формирование положительного имиджа турфирмы.
13. Характеристика и особенности выставочной деятельности в индустрии гостеприимства.
14. Особенности рекламы для различных возрастных групп потребителей.
15. Нерекламные средства продвижения турпродукта.
16. Оценка эффективности рекламной деятельности.
17. Этапы переговоров и их краткая характеристика.
18. Реклама в индустрии гостеприимства. Мотивация потребителей, функции СМИ.
19. Планирование рекламной кампании.
20. Выбор стратегии маркетинга, определение целевой стратегии и т.д.
21. PR в индустрии гостеприимства. Основные инструменты и роль.
22. Формирование рекламного бюджета.
23. Организация рекламной кампании в турфирме.

24. Особенности рекламы на радио и телевидении.
25. Презентации, используемые в рекламной деятельности.
26. Особенности создания буклетов.
27. Защита торгового знака, его регистрация.
28. Логотип. Требования, предъявляемые к его созданию.
29. Использование и регистрация товарного знака, торговой марки.
30. Федеральный закон «О рекламе». Требования, предъявляемые к рекламе.
31. Особенности создания социальной, имиджевой, наружной туристской рекламы.
32. Особенности создания радиоролика.
33. Эффективность рекламы. Оценка эффективности рекламы. Метод Старча.
34. Маркетинговая стратегия.
35. Планирование рекламной кампании туристской фирмы.
36. Анализ маркетинговой ситуации.
37. Размещение рекламы в СМИ.
38. Компьютеризированная реклама. Брандмауэры.
39. Особенности создания телерекламы.
40. Какие существуют профессиональные издания в сфере туризма
41. Какие существуют формы представления наружной рекламы
42. Каковы особенности использования сувенирной рекламы
43. Какие преимущества имеет прямая почтовая рассылка
44. Реклама туристского предприятия в сети Internet.
45. Какие существуют способы размещения рекламы в сети Internet
46. Каковы достоинства и недостатки Internet-рекламы
47. Какие основные показатели медиапланирования используются при выборе средств распространения
48. Как оценить эффективность рекламной деятельности фирмы
49. Какими документами регламентируется рекламная деятельность на предприятиях культуры и туризма
50. Кто несет ответственность за ненадлежащую рекламу
51. Какая реклама относится к недобросовестной рекламе
52. Какая реклама относится к недостоверной рекламе
53. Какая реклама относится к неэтичной рекламе?
54. Что такое контрреклама
55. Кто осуществляет контроль правильности соблюдения Закона «О рекламе»
56. Минимальные требования к исследованиям телеаудитории – TV ARMS.
57. Медиаизмерения. Целевая группа рекламного воздействия (target group).
58. Классификация медиаисследований.
59. Виды презентаций, используемые в рекламной деятельности.
60. Особенности создания мультимедийных презентаций.

Рекомендации по выполнению некоторых видов самостоятельной работы

Доклад и иные виды работ - краткое изложение (перед аудиторией или в письменной форме) содержания книги, статьи, рассмотрения различных источников информации и т.д.

Выбор темы доклада.

Предлагается преподавателем или выбирается самостоятельно обучаемым.

Поиск информации.

Если обучающемуся выдана только тема доклада, то поиски информации

необходимо осуществлять в учебных и справочных источниках, энциклопедиях по основным (ключевым словам).

Отбор материала.

Следует выбрать наиболее важный материал, который отображает основные теоретические сведения по тематике доклада. Можно использовать обобщающие таблицы, схемы, диаграммы, графики, рисунки, чертежи и другие иллюстративные материалы.

Отобранный материал следует систематизировать, структурировать, построить в логической последовательности. Для этого необходимо составить план, который включает такие элементы как:

1. Введение.
2. Основная часть (не менее 2 пунктов доклада).
3. Выводы.
4. Приложения (в случае необходимости).
- 5.Список использованной литературы.

Создание доклада и иных видов работ:

Во введении должны быть раскрыты цель и основные задачи данной докладной работы.

В основной части должны быть последовательно раскрыты задачи доклада. При этом предлагается в первом пункте представить теоретические моменты по теме доклада. Во втором пункте практические моменты по теме доклада (последовательность осуществления действий, форма представления продукта деятельности, графики изменения деятельности).

В заключении необходимо продемонстрировать насколько решены поставленные задачи (во введении доклада).

В приложениях необходимо представить средства, которые позволяют визуализировать теоретические сведения (рисунки, графики, последовательность действий, фотографии).

Пункт доклада список использованной литературы должен содержать информацию об источниках, которые использовались при написании доклада.

Правила оформления и защиты доклада. Доклад должен иметь титульную страницу, содержание, изложение основного материала, выводы, приложения (при необходимости), список использованной литературы.

Объем доклада составляет - 7-15 листов печатного текста, согласно следующих параметров: шрифт Times New Roman, 14 кегль, междустрочный интервал - 1,5 см; поля - 1,5 см; левое поле - 2 см.

Защита доклада представляет собой краткое, сжатое изложение самых основных положений, интересных и новых фактов, сделанных выводов. Для представления доклада необходимо подготовить сообщение, доклад продолжительностью до 5 минут.

После представления доклада обучающиеся и преподаватель могут задавать вопросы, которые у них возникли.

Оценивание доклада. Оценивается самостоятельная работа по подготовке и защите доклада в пределах 3-5 баллов.

5 баллов - доклад содержит не только теоретические сведения, но и практическую информацию по особенностям выполнения действий, представления продукта деятельности; подготовленный по докладу доклад, раскрывает и теоретические и практические вопросы;

4 балла - доклад содержит и теоретические и практические сведения, однако в докладе представляются только теоретические (практические) сведения

3 балла - доклад представлен теоретической и практической информацией, доклад по докладу не представлен.

2 балла - содержание доклада не соответствует его теме. СРС Творческие домашние задания - одна из форм самостоятельной работы обучающихся, способствующая углублению знаний, выработке устойчивых навыков самостоятельной работы. По данной теме предусмотрено выполнение заданий креативного типа: Составление - составить словарь, кроссворд, викторину и т.д. Изготовление - изготовить видеоролик, презентацию.

Рекомендации по подготовке к дифференцированному зачету:

Изучение многих дисциплин завершается зачетом/ с оценкой дифференцированным зачетом.

Подготовка к зачету/ дифференцированному зачету включает в себя:

- самостоятельную работу в ходе изучения дисциплины;
- непосредственную подготовку в дни, предшествующие зачету,
- подготовку ответов на вопросы зачета/ дифференцированного зачета.

Основным источником подготовки к зачету/ дифференцированному зачету является конспект лекций, где учебный материал дается в систематизированном виде.

Вопросы к дифференцированному зачету с оценкой приводятся в комплекте оценочных средств по дисциплине.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Технологическая карта дисциплины:

Дисциплина: Основы международной рекламы;

Направление/профиль подготовки: Мировая экономика и МЭО

Курс: 3

Количество кредитов: 5

Отчетность: экзамен.

Преподаватель: д.э.н., профессор Абдынасыров У.Т.

Название модулей дисциплины согласно РПД	Контроль	Форма контроля	Зачет минимум	Зачет макс	График контроля
Модуль 1					
Модуль 1 Теоретические основы рекламной деятельности	Текущий контроль	Фронтальный опрос; решение ситуационных задач; СРС – информационно – аналитическая самостоятельная работа по темам семинарских; написание и занятий. Тестирование по пройденному материалу в конце текущего модуля; написание ЭССЕ для части дисциплин. За каждое пропущенное занятие снимается 0,5 баллов; за активность и посещение добавляется за каждое занятие 0,5 баллов.	3	12	3 неделя
	Рубежный контроль	Письменная работа по вопросам текущего модуля. Утверждение планов написания реферативных работ.	3	12	
Модуль 2					
Модуль 2 Основные средства маркетинговых коммуникаций	Текущий контроль	Фронтальный опрос; решение ситуационных задач; СРС – информационно – аналитическая самостоятельная работа по темам семинарских; написание и занятий. Тестирование по пройденному материалу в конце текущего модуля; написание ЭССЕ для части дисциплин. За каждое пропущенное занятие снимается 0,5 баллов; за активность и посещение добавляется за каждое занятие 0,5 баллов.	3	12	6 неделя
	Рубежный контроль	Письменная работа по вопросам текущего модуля. Утверждение планов написания реферативных работ. Защита реферативных работ и презентации в формате power point	3	12	
Модуль 3					
Модуль 3 Современное развитие рекламы на современном этапе	Текущий контроль	Фронтальный опрос; решение ситуационных задач; СРС – информационно – аналитическая самостоятельная работа по темам семинарских; написание и занятий. Тестирование по пройденному материалу в конце текущего модуля; написание ЭССЕ для части дисциплин. За каждое пропущенное занятие снимается 0,5 баллов; за активность и посещение добавляется за каждое занятие 0,5 баллов.	3	12	9 неделя
	Рубежный контроль	Письменная работа по вопросам текущего модуля. Утверждение планов написания	3	12	

		реферативных работ. Защита реферативных работ и презентации в формате power point			
Модуль 4					
Модуль 4 Воздействие и восприятие рекламы	Текущий контроль	Фронтальный опрос; решение ситуационных задач; СРС – информационно – аналитическая самостоятельная работа по темам семинарских; написание и занятий. Тестирование по пройденному материалу в конце текущего модуля; написание ЭССЕ для части дисциплин. За каждое пропущенное занятие снимается 0,5 баллов; за активность и посещение добавляется за каждое занятие 0,5 баллов.	3	12	12 неделя
	Рубежный контроль	Письменная работа по вопросам текущего модуля. Утверждение планов написания реферативных работ. Защита реферативных работ и презентации в формате power point	3	12	
Модуль 5					
Модуль 5 Международная рекламная компания	Текущий контроль	Фронтальный опрос; решение ситуационных задач; СРС – информационно – аналитическая самостоятельная работа по темам семинарских; написание и занятий. Тестирование по пройденному материалу в конце текущего модуля; написание ЭССЕ для части дисциплин. За каждое пропущенное занятие снимается 0,5 баллов; за активность и посещение добавляется за каждое занятие 0,5 баллов.	4	12	15 неделя
	Рубежный контроль	Письменная работа по вопросам текущего модуля. Утверждение планов написания реферативных работ. Защита реферативных работ и презентации в формате power point	4	12	
Всего за семестр:			40	70	
Промежуточный контроль: экзамен		Письменная работа.	20	30	18 неделя
Семестровый рейтинг по дисциплине			60	100	