

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

Аннотация 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

Программу составил(и):

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

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

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 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