

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.2 «Международная реклама»

наименование дисциплин (модуля)/практики

Автор: Д.э.н., профессор, Философова Татьяна Георгиевна

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.06 Торговое дело "Международная торговля на региональных и мировых рынках"

Квалификация (степень) выпускника: Магистратура

Форма обучения: Очная

Цель освоения дисциплины:

Целью дисциплины «Международная реклама» является познакомить студентов с нормами, правилами и стилями международной рекламы.

Задачи изучения дисциплины:

- Изучение особенностей организации межкультурной коммуникации;
- Ознакомление со специфическими каналами коммуникации, организацией рекламной деятельности в мире;
- Сравнение ценностных систем представителей восточных и западных культур, способствующих формированию наиболее эффективных коммуникационных приемов;
- Углубление представлений о сути глобальной и национальной рекламы.

План курса:

Тема 1. Реклама в современном обществе. Особенности международной рекламы

Тема 2. Управление международной рекламой

Тема 3. Международная реклама и ВЭД

Тема 4. Эффективность международной рекламы, принципы ее построения, каналы распространения

Тема 5. Социально-этические аспекты и проблемы регулирования международной рекламы

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Формы текущего контроля успеваемости: опрос, доклад.

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенции на уровне данной дисциплины: зачет.

Основная литература:

1. Шелег Н.С. Международная торговля [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Н.С. Шелег, Ю.И. Енин— Электрон. текстовые данные.— Минск: Вышэйшая школа, 2014.— 512 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/35496.html>.— ЭБС «IPRbooks».

2. Майкл Портер Международная конкуренция [Электронный ресурс]: конкурентные преимущества стран/ Портер Майкл— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2017.— 948 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/58559.html>.— ЭБС «IPRbooks».

3. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Реклама, публик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ф.И. Шарков— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2016.— 324 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/5249.html>.— ЭБС «IPRbooks».

4. Бердышев С.Н. Эффективная наружная реклама (2-е издание) [Электронный ресурс]: практическое пособие/ С.Н. Бердышев— Электрон. текстовые данные.— М.:

Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 132 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/57030.html>.— ЭБС «IPRbooks».

5. Скрипникова Н.Н. Реклама. Консалтинг. Public Relations [Электронный ресурс]: теоретические брифы. Учебное пособие/ Н.Н. Скрипникова— Электрон. текстовые данные.— Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015.— 53 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/59126.html>.— ЭБС «IPRbooks».