

Назва дисципліни	<b><i>Теорія та практика міжнародної реклами</i></b>
Інформація про факультети (навчально-наукові інститути) і курси навчання, студентам яких пропонується вивчати цю дисципліну	Дисципліна пропонується для викладання на факультеті міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу. Студенти 4 курсу, 8 семестр, напрям підготовки 6.030204 «Міжнародна інформація»
Контактні дані розробників робочої програми навчальної дисципліни, науково-педагогічних працівників, залучених до викладання	К.е.н., доцент Чернишова Лариса Олексіївна (61022, Харків, майдан Свободи, 6, каб. 264; тел. (057) 705-10-59 електронна адреса: lach.2803@gmail.com).
Попередні умови для вивчення дисципліни	Передбачається наявність знань з теорії та практики комунікацій, зв'язків із громадськістю, прес-служби, основ міжнародних інформаційних відносин, інформаційних кампаній, міжнародного права, історії української та зарубіжної культури.
Опис	<p><b>Мета дисципліни:</b> формування у студентів як майбутніх висококваліфікованих фахівців необхідних знань про національно-культурні та нормативно-правові особливості міжнародної реклами; розвиток навичок створення рекламної концепції на зовнішньому ринку.</p> <p><b>Очікувані результати навчання.</b> у результаті вивчення навчальної дисципліни студенти (слухачі) повинні знати основні етапи розвитку світової рекламної діяльності; базові поняття, терміни і методики створення, функціонування та оцінки рекламної продукції на міжнародному ринку; схеми сучасного рекламного процесу та функції усіх його учасників; механізми впливу реклами на свідомість та підсвідомість потенційного споживача; міжнародні правові та етичні обмеження у сфері рекламної діяльності; специфіку створення та впливу різних видів міжнародної реклами, а також вміти застосовувати наукові підходи до аналізу та створення рекламної продукції; зіставляти рекламні продукти, які представляють однотипні товари різних виробників, з огляду на ефективність рекламної ідеї на міжнародному ринку; виявляти рівень і повноту втілення рекламної ідеї; вільно орієнтуватися у традиційних та нових формах і прийомах рекламної діяльності на міжнародному ринку; розробляти стратегії рекламних кампаній різних типів; створювати рекламну продукцію, призначену для поширення різними ЗМІ у міжнародній діяльності.</p> <p><b>Теми аудиторних занять та самостійної роботи</b> Тема № 1. Реклама у процесі глобалізації світової економіки (Лекцій – 4 год. Сем. – 4 год.). Тема № 2. Історія виникнення та розвитку реклами (Лекцій – 4 год. Сем. – 4 год.). Тема № 3. Засоби та особливості рекламування товарів і</p>

	<p>послуг на міжнародному ринку (Лекцій – 4 год. Сем. – 4 год. )</p> <p>Тема № 4. Психологічні аспекти міжнародної реклами (Лекцій – 4 год. Сем. – 4 год.)</p> <p>Тема № 5. Організація рекламної кампанії на зовнішньому ринку (Лекцій – 4 год. Сем. – 4 год.)</p> <p>Тема № 6. Ефективність міжнародної рекламної діяльності (Лекцій – 2 год. Сем. – 2 год.)</p> <p>Тема № 7. Регулювання рекламної діяльності на міжнародному ринку (Лекцій – 2 год. Сем. – 2 год.)</p> <p><b>Методи контролю результатів навчання</b> поточний контроль у формі опитування, тестування, підсумкового контролю у формі заліку (екзамену).</p> <p><b>Мова викладання.</b> Українська, російська</p>
--	---