

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ))



Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
высшего образования - программы бакалавриата
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Реклама и связи с общественностью во внешнеэкономической
деятельности**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в отрасли

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде
электронного документа выгружена из единой
корпоративной информационной системы управления
университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 2575
Подписал: заведующий кафедрой Терешина Наталья
Петровна
Дата: 01.06.2021

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Цель освоения учебной дисциплины – дать студентам основы теоретических знаний и навыки в области массовых коммуникаций, которые необходимы для поиска и принятия эффективных управленческих решений во внешнеэкономической деятельности.

Задачи дисциплины -

- осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации;

- овладеть навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;

- овладеть навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;

- организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

ОПК-5 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

Знать:

Понятие, виды и формы внешнеэкономической деятельности.

- Организационные условия осуществления

внешнеэкономической деятельности с учетом тенденций в развитии национального и мировых рынков.

- Методы регулирования международных внешнеэкономических связей.
- Нормативную базу регулирования рекламы во внешнеэкономической деятельности.

- Методы и инструменты государственного регулирования рекламы внешнеэкономической деятельности.

- Организацию рекламы во внешнеэкономической деятельности

Владеть:

- Навыками самостоятельного проведения рекламных компаний внешнеэкономической деятельности и нахождения привлекательных возможностей

внешнеэкономической деятельности организации.

- Навыками организации и реализации проведения рекламной компании внешнеэкономической операции.

- Навыками оценки и выбора лучшего вариант рекламы во внешнеэкономической сделки.

Уметь:

- Принимать организационно- управленческие решения в области рекламы во внешнеэкономической деятельности.

- Установливать международные контакты.

- Организовать и провести внешнеэкономическую операцию.

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 з.е. (108 академических часа(ов)).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов
---------------------	------------------

	Всего	Сем. №8
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	48	48
В том числе:		
Занятия лекционного типа	24	24
Занятия семинарского типа	24	24

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 60 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

4. Содержание дисциплины (модуля).

4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	Реклама как элемент системы маркетинговых коммуникаций. Цели и задачи рекламы. Требования к рекламе как элементу «маркетинг – микс». Современное состояние рынка рекламы. Основные средства распространения рекламы. Методика создания рекламного сообщения. Организация рекламной деятельности на предприятии. методы планирования рекламного бюджета. Сущность медиапланирования, основные показатели
2	Оценка эффективности в медиапланировании во внешне-экономической деятельности. Анализ и контроль затрат и результатов в рекламе. Формулы расчета эффективности рекламы. Оценка полученных результатов.
3	Международная коммерческая и маркетинговая деятельность Международная коммерческая деятельность. Виды внешнеторговых операций и сделок. Формы и методы международной торговли. Коммуникационная политика. Элементы системы международных маркетинговых коммуникаций: реклама и пропаганда, связь с общественностью, стимулирование сбыта, прямые коммуникации

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	<p>Внешнеполитическая деятельность как направление государственной политики</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Природа и сущностные черты внешнеполитической деятельности 2. Внешнеполитическая деятельность как функция государства 3. Нормативно-правовое регулирование внешнеполитической деятельности 4. Предпосылки и факторы институционализации внешней политики
2	<p>Международные отношения: предпосылки возникновения и концептуальные основания</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. История развития международных отношений 2. Концептуальные основания внешней политики 3. Основные теории международных отношений 4. Марксистские и неомарксистские концепции международных отношений 5. Политический реализм и неореализм 6. Политический идеализм
3	<p>Оценка эффективности в медиапланировании во внешне-экономической деятельности.</p> <p>Организация и обеспечение рекламы и связей с общественностью во внешнеполитической деятельности</p> <p>Планирование работы по информационному сопровождению</p> <p>Аналитический процесс</p> <p>Проблема обеспечения общественной поддержки (формирование внутривнутриполитического имиджа)</p> <p>Координация информационной политики и учет особенностей работы иностранной прессы</p> <p>Образ-стереотип и учет культурологических особенностей</p> <p>Распространение сообщений и координация информационных выпусков</p> <p>Тема: Практика использования рекламы и связей с общественностью во внешнеполитической деятельности</p> <p>Функции и задачи пресс-служб в органах власти при осуществлении международных контактов</p> <p>Возможности рекламы при осуществлении международных контактов</p> <p>Принципы PR и рекламы во внешнеполитической деятельности</p> <p>Примеры коммуникационной стратегии государств, зарубежных и российских компаний в осуществлении международных контактов</p>

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям
2	Подготовка к практическим занятиям
3	Работа с литературой
4	Подготовка к промежуточной аттестации.
5	Подготовка к текущему контролю.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 301 с.	https://urait.ru/bcode/450115
2	Прокушев, Е. Ф. Внешнеэкономическая деятельность : учебник и практикум для вузов / Е. Ф. Прокушев, А. А. Костин ; под редакцией Е. Ф. Прокушева. — 11-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 471 с. Прокушев, Е. Ф. Внешнеэкономическая деятельность : учебник и практикум для вузов / Е. Ф. Прокушев, А. А. Костин ; под редакцией Е. Ф. Прокушева. — 11-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 471 с.	https://urait.ru/bcode/468105
3	Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / А. Л. Абаев [и др.] ; под редакцией В. А. Алексунина. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 362 с.	https://urait.ru/bcode/468845
4	Вологдин, А. А. Правовое регулирование внешнеэкономической деятельности : учебник и практикум для вузов / А. А. Вологдин. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 387 с.	https://urait.ru/bcode/468379

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ): <http://library.miiit.ru>

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

фисный пакет приложений Microsoft?Office

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для проведения лекционных занятий необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой.

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 8 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

доцент, доцент, к.н. кафедры
«Экономика и управление на
транспорте»

А.В. Стрельцов

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ
Председатель учебно-методической
комиссии

Н.П. Терешина

М.В. Ишханян