

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна

Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий

Дата подписания: 19.06.2024 10:58:16

Уникальный программный ключ:

d72783635b77d687e179a146c849dcb1abc6ab7a

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины (модуля)	Креативные рекламные технологии
Содержание	Введение в курс «Креативные рекламные технологии». Зачем креатив рекламисту. Область применения креативности в рекламе. Понятие креативности. Креативность как творческий процесс. Творческие этапы креативного процесса. Креативные техники в творческом процессе. Слагаемые креативности. Художественно-творческое мышление как профессиональное мышление рекламиста. Роль психических процессов в формировании рекламных образов: ощущение, восприятие, внимание, память, мышление. Виды мышления. Ассоциации и архетипический символ. Целостность рекламного образа. Техники развития креативности. Творческие игры и упражнения. Технология разработки брифа. Структура брифа. Визуализация идеи. Создание бордоматиков. Гроузхакинг – технология «взрывного роста». Performancemarketing. Модели использования performance маркетинга. Ключевые метрики performance креативов - от CPA до SAS. Минусы подхода при несформированном или ограниченном спросе. Выбор оптимальных каналов коммуникации для проекта. Категории каналов коммуникации по видам размещения. Принцип выбора каналов в соответствии с целями, задачами, ЦА, платформой бренда. Презентация стратегии проекта заказчику.
Результаты освоения дисциплины (модуля)	Владеет навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта. Используют базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере.
Трудоемкость, з.е.	3 з.е.
Формы отчетности	Зачет с оценкой в 4 семестре
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Гермес. Торговля и реклама. - М.: Аллегория, Санкт-Петербург оркестр, 2020. - 480 с 2. Курушин, В. Графический дизайн и реклама / В. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2019. - 390 с. 3. Марио, Прикен Гейзер в голове. Креативные техники и мыслительные стратегии для рекламы, маркетинга и СМИ / Прикен Марио. - М.: Дитон, 2018. - 545 с. 4. Секерин, В.Д. Рекламная деятельность: Уч. / В.Д. Секерин. - М.: Инфра-М, 2018. - 320 с. 5. Щепакин, М.Б. Рекламная деятельность: экономика и эффективность / М.Б. Щепакин. - РнД: Феникс, 2019. - 252 с. 6. Васильев, Г. А. Технологии производства рекламной продукции / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: Инфра-М, Вузовский учебник, 2019. - 272 с. 7. Полукаров В.Л. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2019.- 348 с

Дополнительная литература	1. Хапенков, В.Н. Рекламная деятельность в торговле: Учебник / В.Н. Хапенков, Г.Г. Иванов, Д.В. Федюнин. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ Инфра-М, 2017. - 368 с. 2. Хапенков, В.Н. Рекламная деятельность в торговле: Учебник / В.Н. Хапенков, Г.Г. Иванов, Д.В. Федюнин. - М.: Форум, 2018. - 152 с. 3. Шарков, Ф.И. Рекламная деятельность (для бакалавров) / Ф.И. Шарков. - М.: КноРус, 2017. - 384 с. 4. Панин К.Г. Интернет–маркетинг: баннерная реклама. М.: Лаборатория Книги, 2018. -114 с.
---------------------------	--