Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 31.05.2024 12:06:45
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины	**Маркетинговые технологии в профессиональной деятельности коммуникатора**
Содержание (модуля)	Дисциплина «Маркетинговые технологии в профессиональной деятельности коммуникатора коммуникатора» включает в себя ознакомление с теоретическими основами маркетинга в рекламной сфере. Приводятся сведения о различных подходах к определению рекламы, рассматривается соотношение комплекса маркетинга, маркетинговых коммуникаций и коммерческой рекламы, вводятся основные понятия рекламоведения. Дисциплина включает общие представления об особенностях функционирования рекламного рынка, а также современных рекламных технологий.
Результаты освоения дисциплины	Использует базовые знания и маркетинговые технологии при продвижении коммуникационного продукта.
Трудоемкость, з.е.	5
Формы отчетности	Экзамен во 2 семестре
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. - 9-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 446 с. : табл., схемы, граф. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02263-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=418086 2. Бизнес-планирование : учебное пособие / В.З. Черняк, Н.Д. Эриашвили, Е.Н. Барикаев и др. ; под ред. В.З. Черняка, Г.Г. Чараева. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2019. - 591 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01812-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114751 3. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 294 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01470-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454102
Дополнительная литература	1. Маркетинг PR и рекламы / И.М. Синяева, В.М. Маслова, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. И.М. Синяевой. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 495 с. : табл., ил., схемы – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709 (дата обращения: 04.10.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-02194-2. 2. Лужнова, Н.В. Маркетинговые коммуникации / Н.В. Лужнова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Оренбургский Государственный Университет. – Оренбург : ОГУ, 2019. – 141 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. –

	URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481768 (дата обращения: 04.10.2019). – ISBN 978-5-7410-1643-5. 3. Марусева, И.В. Менеджмент и маркетинг в сервисе (PR и реклама как инструментарий) : [16+] / И.В. Марусева, А.В. Кокарева ; под общ. ред. И.В. Марусевой. – Изд. 2-е, перераб. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 591 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562282 (дата обращения: 04.10.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9885-3.