

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского федерального университета

Дата подписания: 21.06.2024 12:02:14

Уникальный идентификатор: d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8a6966

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Проектная мастерская по разработке и продвижению рекламного продукта
Содержание	Виды рекламных технологий. Преимущества и недостатки Аудиовизуальные средства рекламы Печатные средства рекламы. Сувенирные средства рекламы Рекламные технологии в интернете, размещения и восприятия Контекстная реклама: особенности создания рекламы Товарная реклама: особенности создания рекламы Медийная реклама: особенности создания рекламы
Результаты освоения дисциплины	Организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах его жизненного цикла Владеет навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта Владеет навыком критического анализа и оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода с применением цифровых компетенций
Трудоемкость, з.е.	3
Формы отчетности	Зачет с оценкой
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный// ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/432145 .
Дополнительная литература	1. Шарков, Ф.И., Бузин, В.Н. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. – М.: «Дашков и К», 2017. – 488 с. 2. Ширков, Ю., Жукова, Я. Модели массовой коммуникации [Электронный ресурс] / Ю. Ширков, Я. Жукова. – Режим доступа: http://www.advance-mr.ru/articles/zhukova/mc_model/mcmodels.htm 3. Шпаковский, В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций: Учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н.М. Чугунова, И.В. Кирильчук. – 3-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. – 126 с.