

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 11.06.2019 12:14

Уникальный идентификатор:

d74ce93cd40e78275c7ba2f58486412a1c8ef96f

Аннотация дисциплины

Наименование

дисциплины

(модуля)

Креативные рекламные технологии

Содержание

Введение в курс «Креативные рекламные технологии».
Понятие и сущность креативности.
Художественно-творческое мышление как профессиональное мышление рекламиста.
Техники развития креативности.
Технология разработки брифа.
Создание креативной идеи на основе брифа.
Выбор оптимальных каналов коммуникации для проекта.

Результаты освоения дисциплины (модуля)

Обладает знаниями и навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;
Способен создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом мирового и отечественного опыта;
Владеет навыками создания информационных поводов при создании коммуникационного продукта.
Знать принципы организации продвижения и распространения продукции средств массовой информации (СМИ), включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания
Уметь организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ, создавать и редактировать информационные ресурсы, осуществлять ввод и обработку текстовых данных на сайте
Уметь осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ; проводить техническую обработку и размещение информационных ресурсов на сайте;
Владеть принципами нетерпимого отношения к коррупционному поведению на уровне государства, корпораций, предприятий, населения; владеть принципами распространения информации, реклама товаров и услуг, информационная поддержка бизнес-процессов организаций, повышение эффективности коммуникаций с потребителями продукции и развитие электронной коммерции; навыками составления и заключения договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; определять целевую аудиторию потребителей продукции СМИ.

Трудоемкость, з.е.

2

Формы отчетности

Зачет с оценкой

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. Секерин, В.Д. Рекламная деятельность: Уч. / В.Д. Секерин. - М.: Инфра-М, 2018. - 320 с. 4. Щепакин, М.Б. Рекламная деятельность: экономика и эффективность / М.Б. Щепакин. - РнД: Феникс, 2019. - 252 с. 5. Васильев, Г. А. Технологии производства рекламной продукции / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: Инфра-М, Вузовский учебник, 2019. - 272 с. 6. 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.