Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 11.06.2024 12:02:14

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e59275e30a2f58486412a1c8898f

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Организация и проведение рекламных кампаний
Краткое содержание	Цели PR-кампаний. Классификация PR-кампаний. Выбор аудитории PR-кампаний. Планирование PR-кампаний. Этапы проведения PR-кампаний. Реализация PR-кампаний. Анализ эффективности рекламных кампаний. Рекламные агентства как необходимый субъект рекламного рынка. Элементы комплекса маркетинговых коммуникаций. Организация рекламной деятельности. Разработка бюджета рекламной кампании. Эффективность технологии проведения рекламной кампании. Государственное регулирование рекламной деятельности.
Результаты освоения дисциплины	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.	3
Форма отчётности	Зачет с оценкой Курсовой проект
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	Есикова И. В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний, 2-е изд. М.: Дашков и К, 2019. – 240 с. Шпаковский В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL коммуникаций: учебное пособие/В.О. Шпаковский, Н.М. Чугунова, И.В. Кирильчук. - 3-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 128 с.: табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02168-8; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452651 Маслова В.М. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие/В.М. Маслова, И.М. Синяева, В.В. Синяев. - Москва: Юнити-Дана, 2020. - 384 с. - Библиогр.: с. 361-363 - ISBN 978-5-238-01179-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502 Назайкин А. Медиапланирование на 100%./А. Назайкин // – Москва: Альпина Бизнес Букс, 2019. – 400 с
Дополнительная литература	Блюм М.А. PR-технологии в коммерческой деятельности / М.А. Блюм, Н.В. Молоткова, М.Ю. Яковлева; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования

	<p>«Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов: Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2018. - 105 с.: ил., табл., схем. - Библиогр. в кн.; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277780</p> <p>Бормотов Р.И. Радио в современных PR технологиях/Р.И. Бормотов. - Москва: Лаборатория книги, 2019. - 98 с. - ISBN 978-5-504-00086-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140815</p> <p>Абросимов Н.В. PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании/Н.В. Абросимов. - Москва: Лаборатория книги, 2018. - 144 с. - ISBN 978-5-504-00873-8; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139176</p> <p>Дрокина К.В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж: учебное пособие/К.В. Дрокина; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. - Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2018. - Ч. 2. - 76 с.: табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9275-2208-8; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493030</p>
--	---