АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.9.1 Лаборатория рекламы: BTL-технологии

Автор: д.э.н., профессор Д.В.Федюнин

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области использования современных информационных технологий в профессиональной деятельности.

План курса:

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Классификация коммуникационных средств поддержки брендов	Маркетинговые коммуникации. Классификация коммуникаций и их основные виды.
2	Стимулирование сбыта	Стимулирование сбыта: сущность, основные понятия. Основные средства стимулирования сбыта. Подготовка и проведение мероприятий по стимулированию сбыта.
3	Директ-маркетинг	Определение директ-маркетинга. Сущность и преимущества директ-маркетинга.
4	Рынок BTL поддержки брендов в России и перспективы его развития	Структура рынка BTL поддержки брендов в России.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля
– при проведении занятий лабораторного типа:

лекция-визуализация;

– при проведении занятий семинарского типа:

устный и письменный опрос, тестирование, диспут

– при проведении самостоятельной работы:

вопросы для самоподготовки.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой – устная беседа с преподавателем по вопросам.

Основная литература:

1. Алексунин В.А. Маркетинговые коммуникации. Дашков и К, 2014. http://www.iprbookshop.ru/35284
2. Шпаковский В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций. Дашков и К, 2015. http://www.iprbookshop.ru/14071