

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.В.ДВ.02.02 МАРКЕТИНГ В МЕДИАИНДУСТРИИ

**Автор:** Григорьева В.В.

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.04.01 Экономика  
Профиль «Экономика медиаиндустрии»

**Квалификация (степень) выпускника:** магистр

**Форма обучения:** очная

#### **Цель освоения дисциплины:**

Сформировать компетенцию в области подготовки отчетов об эффективности присутствия медиакомпаний в Интернет; прогнозирования направлений развития медиа-рынка и развития медиакомпаний: ПК-8.2, ПК-10.3, ДПК-3.3.

#### **План курса:**

Тема 1 Основы маркетинга в медиа-индустрии.

Тема 2 Маркетинговая стратегия компании медиа-индустрии.

Тема 3 Методы оценки эффективности маркетинговой стратегии компании медиа-индустрии.

#### **Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-8	Способность готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне	ПК-8.2	Способность оценивать мероприятия в области экономической политики предприятия в медиа-индустрии
ПК-10	Способность составлять прогноз основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики в целом	ПК-10.3	Способность составлять прогноз основных социально-экономических показателей деятельности предприятия
ДПК-3	Способность анализировать состояние медиа-рынка и рынка индустрии развлечений на микро, макро и мезо уровнях	ДПК-3.3	Способность анализировать финансовую отчетность с целью прогнозирования направлений развития медиа-рынка и рынка индустрии развлечений на

			микро, макро и мезо уровнях
--	--	--	--------------------------------

Результат формирования компетенции ПК-8.2 на уровне данной дисциплины обеспечивается путем формирования у обучающихся:

на уровне знаний:

- методы оценивания эффективности маркетинговых инструментов в рамках направлений маркетинговой стратегии компании медиа-индустрии;
- методы оценивания стоимости маркетинговых коммуникаций в рамках направлений маркетинговой стратегии компании медиа-индустрии;

на уровне умений:

- использовать систему сбалансированных показателей для оценки эффективности маркетинговой стратегии компании медиа-индустрии;

на уровне навыков:

- навыки оценки эффективности маркетинговых мероприятий в рамках направлений маркетинговой стратегии компании медиа-индустрии для решения задач компании.

Результат формирования компетенции ПК-10.3 на уровне данной дисциплины обеспечивается путем формирования у обучающихся:

на уровне знаний:

- понятийный аппарат и сущность маркетинга в медиа-индустрии;
- принципы организации маркетинговой деятельности в медиа-индустрии;
- специфика маркетинга в медиа-индустрии;
- особенности маркетинговых инструментов в медиа-индустрии;

на уровне умений:

- разрабатывать маркетинговую стратегию компании медиа-индустрии;
- осуществлять выбор маркетинговых инструментов для направлений маркетинговой стратегии компании медиа-индустрии;

на уровне навыков:

- навыки планирования маркетинговой стратегии медиакомпаний

Результат формирования компетенции ДПК-3.3 на уровне данной дисциплины обеспечивается путем формирования у обучающихся:

на уровне знаний:

- инструменты мониторинга социальных медиа, аналитики сайта;
- методы оценки эффективности интернет-рекламы;

на уровне умений:

- подготавливать и интерпретировать отчеты об эффективности присутствия медиакомпаний в Интернет;

на уровне навыков:

- навыки прогнозирования направлений развития медиа-рынка и развития медиакомпаний

#### **Основная литература:**

1. Кафтан, В.В. Теория и практика массовых коммуникаций: учебник / В.В. Кафтан. — Москва : КноРус, 2020. — 453 с. — (Бакалавриат). — ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/932252>