

Документ подписан простой электронной подписью

Информация в файле .plx

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 18.09.2021 16:41:54

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

# Инновационные маркетинговые коммуникации

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план 38.04.06.02\_1.plx

Форма обучения **очная**

## Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр р на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
	Неделя 15 2/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48	48	48	48
Сам. работа	96	96	96	96
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	180	180	180	180

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цели освоения дисциплины: изучить инновационные маркетинговые коммуникации (далее – ИннМК) в системе коммуникационного маркетинга как продукт, обладающий признаками новизны, необычности, оригинальности, как процесс создания маркетингово-коммуникационного продукта, как функцию рекламного (маркетингово-коммуникационного) агентства, как вид маркетингово-коммуникационной деятельности, овладеть приемами создания ИннМК.
1.2	

## 2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**УК-4: Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия**

**ПК-1: Способен формировать и осуществлять маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга**

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

### **Знать:**

инновационно-креативные средства и инструменты (соотнесено с индикатором 4.1)  
особенности разработки и оценки проектов с использованием инновационных маркетинговых коммуникаций (соотнесено с индикатором 1.1)

### **Уметь:**

использовать инновационно-креативные средства и инструменты в системе коммуникационного маркетинга (соотнесено с индикатором 4.2)  
разрабатывать и оценивать проекты с использованием инновационных маркетинговых коммуникаций (соотнесено с индикатором 1.2)

### **Владеть:**

методикой проектирования инновационно-креативных средств и инструментов (соотнесено с индикатором 4.3)  
методикой разработки и оценки проектов с использованием инновационных маркетинговых коммуникаций (соотнесено с индикатором 1.3)