

Документ подписан простой электронной подписью

Информация в файле .xml

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 04.04.2024 13:33:30

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Иновационные маркетинговые коммуникации

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план z38.04.06.02_1.plx

Форма обучения **заочная**

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
	уп	рп		
Лекции	4	4	4	4
Практические	12	12	12	12
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	155	155	155	155
Часы на контроль	9	9	9	9
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 УК-4.1)
особенности разработки и оценки проектов с использованием инновационных маркетинговых коммуникаций (соотнесено с индикатором ПК-1.1)

Уметь:

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

Владеть:

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