

Код специальности 6-05-0211-06 Издательское дело
 Модуль «Специальная профессиональная подготовка 2»
 Дисциплина «Реклама и продвижение книжных изданий»

Курс / Семестр	Трудоемкость в зачетных единицах (кредитах)	Количество часов		Форма аттестации	
		аудитор- ных	самостоятель- ной работа	текущей	промежу- точной
3 / 5	3	72	36	устный опрос, доклады на практических заня- тиях, защита индивиду- альных работ, защита курсовых работ	экзамен

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина позволит сформировать у студентов представление об исторически сложившихся рекламных стратегиях и тактиках, познакомить обучающихся с современными способами организации рекламы книги и рекламными технологиями, научить использовать их при организации и проведении рекламных мероприятий по продвижению печатной продукции, а также оценивать и анализировать эффективность последних. Студенты овладеют методикам маркетинговых исследований и анализа конъюнктуры книжного рынка; принципы сегментирования книжного рынка (критерии, методы сегментации, способы воздействия на потребительский сегмент); принципами организации рекламной кампании книг различных жанров и тематики; научатся разрабатывать эффективные рекламные тексты для размещения в различных СМИ и Интернет; предложат грамотный выбор технологии проведения рекламных мероприятий с целью максимальной реализации издательской продукции, разработке их плана и анализу эффективности.

Пререквизиты: Дисциплина «Реклама и продвижение книжных изданий» опирается на материал, усвоенный студентами в процессе изучения дисциплин «Книговедение», «Современное издательское дело и статистика печати».

Компетенции: Владеть подходами, используемыми в рекламе и продвижении книжных изданий.

Результат обучения (*знать, уметь, иметь навык*)

знать: основные элементы рекламы и требования, предъявляемые к ним; принципы подготовки рекламных мероприятий; методы оценки эффективности рекламных кампаний.

уметь: проводить рекламные мероприятия в прессе, на радио, телевидении, книжных ярмарках, в Интернете и т.д.; разрабатывать схему рекламной кампании по продвижению книжной продукции; проводить анализ действенности рекламных кампаний конкурентов; оценивать эффективность рекламных мероприятий.

иметь навык: применения методов проведения рекламных кампаний; выявления современных тенденции развития издательского дела.