

# **«ТВОРЧЕСТВО В МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ»**

## **Б1.В.ОД.8**

Дисциплина «Творчество в маркетинговых коммуникациях» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», программа подготовки «Современные маркетинговые коммуникации», квалификации магистр, входит в вариативную часть блока 1.

### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Цель** изучения дисциплины «Творчество в маркетинговых коммуникациях» состоит в формировании системных знаний о накопленных в сфере научной и практической деятельности креативных технологий в целом и креативных технологий в бизнесе маркетинговых коммуникаций в частности.

#### **Основными задачами дисциплины являются:**

- сформировать у студентов ясное понимание взаимосвязи маркетинговой стратегии, коммуникационной стратегии и творческих разработок в сфере рекламы и, шире, маркетинговых коммуникаций.

- сформировать у студентов знания и базовые навыки, касающиеся разработки творческих концепций, на основе которых создаются рекламные сообщения;

- сформировать представления об этапах, принципах и методах креативных разработок различных типов в рекламном и маркетингово-коммуникационном бизнесе;

- дать системные представления об инвентаре средств креативных технологий, накопленных в научных работах и работах практического характера, и привить навыки использования этих средств при создании рекламно-коммуникационных продуктов различных типов;

- выработать компетенции, касающиеся управления творческим коллективом;

- снабдить студентов знаниями о разнообразных методах генерирования творческих идей и оценки их эффективности, а также сформировать первичные практические навыки в этой сфере.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры**

Дисциплина «Творчество в маркетинговых коммуникациях» относится к обязательным дисциплинам вариативной части магистерской программы «Современные маркетинговые коммуникации».

Дисциплина «Творчество в маркетинговых коммуникациях» изучается одновременно с дисциплинами «Маркетинг-менеджмент», «Профессиональный семинар (Актуальные проблемы маркетинга)», «Общая теория маркетинговых коммуникаций».

Освоение дисциплины «Творчество в маркетинговых коммуникациях» необходимо для изучения следующих дисциплин: «Медиа-

экономика и рекламный бизнес», «Маркетинговые коммуникации в публичном пространстве», «Директ-маркетинговые технологии», «Маркетинговые коммуникации в Интернет и новых медиа», «Стратегии брендинга и бренд-менеджмента», «Персональный маркетинг».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Творчество в маркетинговых коммуникациях», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Современные маркетинговые коммуникации».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки:

- **ОК-3**- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала.
- **ПК-9** - способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

**Знать:**

- место и роль креатива в рекламных и бренд-коммуникационных кампаниях;
- технологии создания креативной концепции на базе маркетинговой коммуникационной стратегии;
- виды творческих стратегий и принципы их выбора с учетом различных рыночных условий; особенности брифования креативных разработок;
- вербальные и визуальные креативные решения в российской и международной индустрии рекламы и маркетинговых коммуникаций;

**Уметь:**

- работать с аудиальными и кинестетическими креативными решениями;
- управлять творческим коллективом: основные принципы и подходы;

**Владеть:**

- методами поиска креативной концепции и рекламной идеи;
- методами тестирования креативных разработок, их оценки и защиты креативных разработок перед заказчиком.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.