

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ НА ТЕЛЕВИДЕНИИ

Целью освоения дисциплины «Маркетинговые стратегии на телевидении» является представление системы маркетинга в медийной сфере в целом и на телевидении в частности; формирование у студентов комплексного понимания принципов и норм, закономерностей функционирования медиапредприятия в условиях конкурентной среды. Концептуальные знания в сфере медиамаркетинга необходимы как при создании и выведении на рынок новых проектов, так и при адаптации к условиям рынка уже действующих. Дисциплина ориентирована на расширение и углубление необходимого комплекса знаний в сфере рыночного функционирования современных телевизионных каналов, на выработку аналитического подхода и умения применять полученные знания на практике.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа).

№ п/п	Раздел дисциплины	Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
1	Основные понятия медиамаркетинга	
2	Телевидение в условиях конкурентного рынка	
3	Продуктовая стратегия в телевизионном сегменте	
4	Рекламное ценообразование и рекламные продажи на телевидение	Контрольная работа
5	Технологии доставки телевизионного сигнала	
6	Продвижение телевидения на рынке	
7	Служба маркетинга на телевизионном канале	Экзамен