

**Наименование учебной дисциплины:
«Перфоманс-маркетинг»**

Код и наименование специальности	1-23 01 15 «Социальные коммуникации»
Курс обучения	4
Семестр обучения	7
Количество аудиторных часов:	34
Лекции	16
Семинарские занятия	18
Практические занятия	-
Лабораторные занятия	-
Форма промежуточной аттестации (зачет/ дифференцированный зачет/экзамен)	зачет
Количество зачетных единиц	2
Формируемые компетенции	Освоение учебной дисциплины «Перфоманс-маркетинг» должно обеспечить формирование и развитие специальной компетенции: использовать креативные техники при создании торговых марок и рекламных текстов
Краткое содержание учебной дисциплины: Цель учебной дисциплины – формирование у студентов систематических представлений о подходах к изучению теории и практики маркетинговых исследований, понимающих базовые аспекты performance-маркетинга как одного из ключевых направлений в digital маркетинге; планирование, контроль и оценка результатов активности бренда в области performance-маркетинга. Современный интернет-маркетинг демонстрирует наличие множества компаний, каждая из которых стремится продвигать свой бренд для увеличения конкурентоспособности и узнаваемости. В этом контексте особое внимание уделяется концепции performance-маркетинга, подразумевающей оплату работы агентства в строгой зависимости от достигнутых результатов продаж.	