

## ДИСЦИПЛИНЫ КАФЕДРЫ ТОРГОВОГО ДЕЛА И РЕКЛАМЫ

1. Администрирование логистики
2. Бизнес-проектирование коммерческой деятельности
3. Биржевое дело
4. Брендинг
5. Внутренний публик рилейшинз
6. Диагностика эффективности коммерческой деятельности
7. Инвестиционные проекты в логистике
8. Инновации в рекламе
9. Инновационные маркетинговые коммуникации в местах продажи
10. Инновационные методы в коммерческой деятельности
11. Интегрированные маркетинговые коммуникации в местах продажи
12. История рекламы и связей с общественностью
13. Коммерческая деятельность
14. Коммерческая деятельность на мировых рынках
15. Коммуникации и конкурентные преимущества организации
16. Конкурентные стратегии предприятий и организаций
17. Конкурентоспособность организаций
18. Конкурентоспособность организаций и товаров
19. Кросскультурный маркетинг в туристическом бизнесе
20. Логика и теория аргументации в рекламе и связях с общественностью
21. Логистика
22. Логистика на предприятии
23. Маркетинг
24. Маркетинг в коммерческой деятельности
25. Маркетинг в общественном питании
26. Маркетинг в туристской индустрии
27. Маркетинг во внешней торговле
28. Маркетинг гостиничного предприятия
29. Маркетинг и логистика в общественном питании
30. Маркетинг товаров
31. Маркетинговые исследования в рекламе и связях с общественностью
32. Мастер-класс "Графический дизайн и фирменный стиль"
33. Мастер-класс "Копирайтинг"
34. Мастер-класс "Разработка рекламного плаката"
35. Международная торговля
36. Международный маркетинг
37. Мерчандайзинг
38. Методы научного исследования в профессиональной деятельности
39. Наружная реклама
40. Организационно-управленческая деятельность торговых предприятий
41. Организация внешнеторговых операций
42. Организация коммерческой деятельности в потребительской кооперации
43. Организация коммерческой деятельности в торговых сетях
44. Организация коммерческой деятельности на рынке услуг
45. Организация научных исследований в профессиональной деятельности
46. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
47. Организация сбытовой деятельности предприятий
48. Организация торговой деятельности
49. Организация, технология и проектирование предприятий
50. Основы журналистики
51. Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)

52. Основы коммерческой деятельности
53. Основы медиапланирования
54. Основы научных исследований
55. Основы научных исследований в профессиональной деятельности
56. Основы проектирования торговой деятельности
57. Основы ТВ-рекламы
58. Основы теории коммуникации
59. Основы фотографии в рекламе и связях с общественностью
60. Поведение потребителей
61. Поиск новых идей в рекламе
62. Продвижение (PR) предприятия питания
63. Продвижение товаров и услуг
64. Проектирование рекламных кампаний
65. Проектирование товаропроводящих систем в торговле на основе логистики
66. Пропаганда услуг государственных органов и учреждений
67. Психология диалога
68. Психология массовых коммуникаций
69. Разработка рекламного и PR продукта
70. Разработка упаковки
71. Реклама и связи с общественностью в гостиничной деятельности
72. Реклама и связи с общественностью в коммерческих организациях
73. Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях
74. Реклама и связи с общественностью в сети Интернет
75. Реклама и связи с общественностью в туризме
76. Рекламная деятельность в коммерческой сфере
77. Социология массовых коммуникаций
78. Стилистика и литературное редактирование в рекламе и связях с общественностью
79. Стратегии рыночной конкуренции
80. Стратегии рыночной конкуренции в туризме
81. Стратегический маркетинг
82. Стратегическое развитие розничной торговли
83. Стратегия рыночной конкуренции
84. Таможенное дело
85. Теория и практика массовой информации
86. Технологии исследования товарных рынков
87. Технологии маркетинговых коммуникаций
88. Технологии продаж
89. Технологии продаж рекламы
90. Технологии сервиса в торговле
91. Транспортная логистика
92. Транспортное обеспечение коммерческой деятельности
93. Управление закупками и поставками
94. Управление закупками и поставками в общественном питании
95. Управление маркетингом
96. Управление товарными категориями
97. Услуги розничной торговли
98. Формирование имиджа коммерческой организации
99. Этика рекламы и связей с общественностью
100. Этика рекламы и связи с общественностью