

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Куижева Саида Казбековна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 14.08.2021 11:00:12  
Уникальный программный идентификатор:  
71183e1134ef9cfa69b206d480271b3c1a975e6f

## Аннотация

**рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.05 «Рекламная деятельность в**

**Интернете» направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»**

**Цели изучения дисциплины** – формирование у обучающихся базовых представлений о рекламных технологиях в Интернете, ознакомление студентов с основными аспектами использования Интернет-технологий в рекламе.

**Задачи дисциплины:**

- формирование у студентов базовых теоретических и практических знаний, необходимых для осуществления мер, связанных с рыночными отношениями в Интернете;
- развитие интереса к области использования рыночных отношений в деятельности, связанной с коммуникациями в Интернете,
- исследование рыночных процессов в Интернет-медиа, стимулирование творческого подхода к работе в этой области;
- формирование знаний и умений использования современного инструментария при работе с Интернет-медиа, в частности, используемого для размещения контента.

**Основные блоки и темы дисциплины:**

Интернет-рынок. Актуальное состояние Интернет-рынка. Реклама в Интернете. Тексты, социальные медиа, видео и игры в Интернете. Продажи, продвижение и финансирование Интернет-проектов. Маркетинг, продажи, Интернет-торговля. Общая характеристика Интернет-технологий в рекламе. Правовые, этические и административно-управленческие аспекты Интернет-рекламы.

**Учебная дисциплина «Рекламная деятельность в Интернете» входит в перечень курсов вариативной части профессионального цикла ОПОП.**

В результате изучения дисциплины «Рекламная деятельность в Интернете» у обучающегося формируются следующие профессиональные (ПК) компетенции, предусмотренные ФГОС ВО:

ПК-12 – способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;

ПК-14 – способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности.

В результате изучения дисциплины бакалавр должен:

**знать:** сущность современной рекламы и рекламной деятельности; основные функции, задачи, формы, виды, типы, рекламной кампании, основы медиапланирования, сущность моделей рекламных коммуникаций, технологий тестирования рекламы и методики оценки ее эффективности; методологические аспекты рекламной деятельности; особенности Интернет-рекламы;

**уметь:** выделять основные особенности целевых аудиторий, правильно планировать механизмы рекламной кампании, этапы и формы воздействия рекламы на потребителя, рассчитать простейшие показатели эффективности рекламы, показатели медиаплана; использовать формы рекламной деятельности;

**владеть:** навыками в области проведения рекламных кампаний; выбора формы рекламной деятельности; использования сети Интернет для проведения рекламных кампаний.

Дисциплина «Рекламная деятельность в Интернете» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, выполнением тестовых заданий, самостоятельной работы над учебной литературой и завершается зачетом.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 72 часа, 2 зачетные единицы.

**Вид промежуточной аттестации:** зачет.

Разработчик:  
канд. экон. наук, доцент

  
\_\_\_\_\_

Калашникова С.В.

Зав. выпускающей кафедрой

  
\_\_\_\_\_

Кумпилова А.Р.