

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.