



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования  
«Московский технологический университет» в г. Ставрополе  
Филиал МИРЭА в г. Ставрополе

**СОГЛАСОВАНО**

Учебно-методический  
совет Филиала МИРЭА в г. Ставрополе

\_\_\_\_\_ Е.Н.Дискаева

«01» сентября 2017 г.

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор Филиала МИРЭА в г. Ставрополе

\_\_\_\_\_ О.Б. Бигдай

«01» сентября 2017 г.



**Аннотация к рабочей программе по дисциплине «Реклама в Интернет»**

**1. Цели освоения дисциплины**

Главной целью освоения дисциплины «Реклама в Интернет» является изучение студентами базовых представлений о рекламных технологиях в Сети и Интернет-рекламе, позволяющих ориентироваться в рекламных стратегиях Интернет-бизнеса и Интернет-рекламы, в вопросах получения, обработки, интерпретации необходимой для рекламной деятельности информации из Сети с целью подготовки содержания и оформления рекламных сообщений, принятия оптимальных решений по проведению рекламных кампаний, оценки эффективности рекламной деятельности. Задачами дисциплины являются: • изучение Интернет-технологий в рекламе, требований к составу информации, ее содержанию и функциям; • изучение основных направлений развития и совершенствования сферы Интернет обеспечения рекламной деятельности (правовой, технической, организационный и экономический аспекты); • изучение прикладных аспектов Интернет-технологий, возможностей их использования в процессе рекламной деятельности; • получение основ знаний о рекламной аудитории Сети, обработке результатов исследования аудитории с использованием современных статистических программных продуктов; • изучение теоретических основ и практики рекламной работы в глобальной сети Интернет, поиск актуальной информации (механизм работы поисковых серверов), изучение возможностей проведения рекламной деятельности в глобальной Сети.

**2. Место дисциплины в структуре ООП**

Индекс Б1.В.ДВ.5

**3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций по данному направлению:

ПК-24 - способностью готовить обзоры научной литературы и электронных информационно-образовательных ресурсов для профессиональной деятельности

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

**знать:**

Основы интернет-технологий в рекламе, требований к составу информации, ее содержанию и функциям; Основные направления развития сферы Интернет обеспечения рекламной деятельности (правовой, технической, организационный и экономический аспекты); Прикладные аспекты Интернет-технологий, возможности их использования в процессе рекламной деятельности; О рекламной аудитории Сети, обработке результатов исследования аудитории с использованием современных статистических программных

продуктов; Теоретические основы и практика рекламной работы в глобальной сети. Интернет, поиск актуальной информации (механизм работы поисковых серверов), изучение возможностей проведения рекламной деятельности в глобальной Сети.

**уметь:**

использовать методы Интернет-рекламы; разрабатывать Интернет-банеры и публиковать их в Интернет; администрировать торговые площадки модели В2С.

**иметь навыки и (или) опыт деятельности:**

методами и инструментальными средствами создания Интернет-рекламы.

**4. Общая трудоемкость дисциплины**

144( в часах) 4 з.е.

**5. Формы контроля**

экзамен (6 семестр )