

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, технико-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

Б1.В.ДВ.07.01

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, технико-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.

владеть навыками и (или) опытом деятельности:

методами и инструментальными средствами создания Интернет-рекламы.

4. Общая трудоемкость дисциплины

144(в часах) 4 з.е.

5. Формы контроля

экзамен (7 семестр)