

## **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:

ОК-3 - способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности; ОПК-2 - способностью осваивать методики использования программных средств для решения практических задач;

#### **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.

##### **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 (7 семестр )