АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.08.01
«Интернет-реклама»

Объем трудоемкости: *1 зачетная единица (36 часов, из них – 6,2 контактных часа, практических 6 ч.; 26 часов самостоятельной работы, 0,2 ч. ИКР, 3,8 ч. зачет)*

Цель освоения дисциплины – сформировать у студентов знания и практические умения в области интернет-маркетинга, развития и продвижения бизнеса, используя все возможности Сети Интернет.

Задачи дисциплины:

Реализация данной цели предполагает решение следующих задач:

- Сформировать у студентов знание основных требований к эффективному веб-сайту;
- Ознакомить с ключевыми понятиями, категориями, методами интернет-маркетинга;
- Познакомить с зарубежным и отечественным опытом применения интернет-маркетинговых инструментов;
- Развить навыки студентов по участию в интернет;
- Создать у студентов навык общения, установления новых контактов через Интернет;
- Сформировать навыки работы в IT-команде, или IT-проекте.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Интернет-реклама» входит в раздел «Б.1. Гуманитарный, социальный и экономический цикл. Базовая часть» ФГОС ВО по направлению подготовки «реклама и связи с общественностью».

Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: «Теория и практика массовой информации», «Основы маркетинга», «Региональный рекламно-информационный рынок».

Учебная дисциплина «Интернет-реклама» способствует углублению знаний и навыков, получаемых в процессе освоения базовых гуманитарных дисциплин и ряда профессиональных (профильных).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных х/профессиональных* компетенций (*ОПК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1	**ПК-8**	способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и	способы подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, методы их реализации на практике	разрабатывать различные проекты рекламных и ПР-продуктов	навыками разработки и подготовки материалов и продуктов для рекламной деятельности

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
		презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы			
2	**ПК-16**	способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	способы подготовки выпуска и производства рекламной продукции под контролем руководства	подготавливать и согласовывать с руководством рекламные проекты, включая текстовые графические и презентационные материалы	способностью под контролем руководства осуществлять подготовку рекламных и PR-продуктов, а также их распространение

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Создание сайта. Дизайн сайта. Контент. Юзабилити	5		1		4
2.	Продвижение сайта. Способы продвижения	7		1		6
3.	Каналы Интернет-рекламы. Контекстная реклама	8		2		6
4.	Социальные сети и их роль в интернет-маркетинге	5		1		6
5.	Анализ сайта. Конверсия сайта. *Итоговое занятие*	5		1		4
	Итого по дисциплине:			6		26

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Баркович, А.А. Интернет-дискурс: компьютерно-опосредованная коммуникация [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. А. Баркович. - 2-е изд. - М. : Флинта, 2015. - 288 с. - https://e.lanbook.com/book/74582.
2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и

медиапланирование [Электронный ресурс] : учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 488 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56210

Автор РПД: Г.Н. Немец, доц., канд. филол. наук, доц