

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.08.02 «Вирусная реклама»

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

Цель освоения дисциплины – сформировать у студентов знания и практические умения в области вирусного 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 вирусного интернет-маркетинга;
- Познакомить с зарубежным и отечественным опытом применения вирусных интернет-маркетинговых инструментов;
- Развить навыки студентов по участию в вирусном интернет-маркетинге;
- 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 «Вирусная реклама» входит в раздел «Б1. 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 / 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	способы подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, методы их реализации на	разрабатывать различные проекты рекламных и PR-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
		графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	практике		
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 ПР-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	5		1		4
3.	Каналы вирусной Интернет-рекламы. Вирусная реклама	6		2		4
4.	Социальные сети и их роль в вирусном интернет-маркетинге	5		1		4
5.	Анализ сайта. Конверсия сайта. <i>Итоговое занятие</i>	11		1		10
6.	<i>Итого по дисциплине:</i>			6		26

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Основная литература:

1. 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>
2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 324 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/56212>

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