

Аннотация дисциплины ОП.13 Интернет-реклама

Объем трудоемкости: 58 часов, из них – 38 часов аудиторной нагрузки: лекционных 20 ч., практических 18 ч., 20 часов самостоятельной работы

Цель дисциплины: сформировать у студентов знаний и практических умений по вопросам интернет-маркетинга, развития и продвижения бизнеса, используя все возможности Сети Интернет по направлению подготовки 42.02.01 Реклама посредством обеспечения этапов формирования компетенций, предусмотренных ФГОС СПО, в части представленных ниже знаний, умений и навыков.

Задачи дисциплины:

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, связанные с Интернет-рекламой;

создать у студентов навык общения, установления новых контактов через Интернет;

сформировать навыки работы в IT-команде или IT-проекте.

Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:

Дисциплина входит в Профессиональный цикл (Общепрофессиональные дисциплины) и обнаруживает межпредметные связи с дисциплинами «Реклама в СМИ», «Реклама на радио» и «Политическая реклама», развивающими коммуникативные технологии в профессиональной сфере специалиста по рекламе.

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-5, ПК-1.3

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	практический опыт (владеть)
1.	ОК-5	Использование информационно-коммуникационных технологий для совершенствования	Знать специфику информационно-коммуникационных технологий для совершенствования профессиональн	Уметь использовать информационно-коммуникационн ые технологии для совершенствовани	Владеть принципами использования информационно-коммуникационны х технологий для совершенствования профессиональной

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	практический опыт (владеть)
		профессиональной деятельности	ой деятельности	профессиональной деятельности	деятельности
2.	ПК-1.3	Разработка авторских рекламных проектов	Знать специфику рекламного проектирования в сети Интернет	Уметь использовать технологии рекламного проектирования в сети Интернет	Владеть принципами рекламного проектирования в сети Интернет

В результате изучения дисциплины специалист должен:

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	практический опыт (владеть)
1.	ОК-5	Использование информационно-коммуникационных технологий для совершенствования профессиональной деятельности	Знать специфику работы с информацией в рамках профессиональной деятельности специалиста по рекламе, особенности использования информационно-коммуникационных технологий в продвижении рекламных проектов в сети Интернет	Уметь работать с актуальной информацией в рамках профессиональной деятельности специалиста по рекламе, использовать информационно-коммуникационные технологии для решения профессиональных задач в сфере рекламы в сети Интернет	Владеть принципами и навыками работы с актуальной информацией и использования информационно-коммуникационных технологий для решения профессиональных задач в сфере рекламы, навыками создания авторских рекламных проектов в сети Интернет
2.	ПК-1.3	Разработка авторских рекламных проектов			

Основные разделы дисциплины:

Наименование разделов и тем	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа обучающегося (час)
	Всего	Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия	
Тема 1. Основы Интернет-рекламы.	4	2	2	2
Тема 2. Организационная характеристика и основные компоненты интернета.	4	2	2	2
Тема 3. Состав и Структура пользователей Интернета.	4	2	2	2
Тема 4. Организация рекламной деятельности и виды	4	2	2	2

рекламы в сети интернет.				
Тема 5. Понятие таргетинга, Основы медиапланирования интернет кампаний.	6	4	2	4
Тема 6. Организация рекламной кампании. Маркетинговая классификация рекламы.	8	4	4	4
Тема 7. Реклама в электронной коммерции.	8	4	4	4
Всего по дисциплине	38	20	18	20

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях: проблемная лекция, лекция-визуализация, разбор конкретных ситуаций, метод развивающейся кооперации для решения творческих задач, визуализация ключевых понятий курса, лекция-консультация, лекция- дискуссия.

Вид итоговой аттестации: зачет

Основная литература

Сторожева, Е.В. Интернет-маркетинг и реклама [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е.В. Сторожева, А.Н. Старков. — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2017. — 64 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/104929>.

Автор: Георгиева А.П.