

Аннотация к рабочей программы дисциплины

Б1.В.12 «Реклама и продвижение в интернет»

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы

Цель дисциплины: сформировать и обучающихся понимание значимости позиционирования современного предприятия в сети интернет, научить использовать современные каналы продвижения в сети интернет для реализации управленческих задач торгового предприятия.

Задачи дисциплины:

- научить выбирать подходящие каналы продвижения для конкретного товарного предложения, бренда или компании;
- помочь освоить современные технологии интернет-продвижения;
- осветить особенности и практические аспекты настройки рекламных кампаний через рекламные кабинеты различных интернет площадок и сетей;
- развить навыки стратегического мышления, необходимые для формирования маркетинговых стратегий предприятия;
- научить оценивать эффективность рекламных кампаний в сети интернет.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Реклама и продвижение в интернет» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Перечень предшествующих дисциплин, необходимых для изучения дисциплины: Маркетинговые коммуникации, Основы системного анализа и принятия решений, Статистика, Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

Данная дисциплина в соответствии с учебным планом предшествует изучению следующих дисциплин: Бюджетирование и оценка эффективности маркетинговых программ, Стратегии интернет-маркетинга, Управление интернет-проектами

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-3 Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК-3.6 Разрабатывает коммуникационные мероприятия и рекламные кампании коммерческого предприятия и анализирует эффективность продвижения в онлайн- и офлайн-среде	Знает особенности функционирования рекламных систем
	Знает современные форму маркетинговых коммуникаций
	Подбирает инструменты маркетинговых коммуникаций для реализации стратегических задач торгового предприятия
	Умеет анализировать эффективность реализации рекламных кампаний
ПК-4 Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	Формирует стратегию продвижения торгового предприятия в офф-лайн и он-лайн среде
	Анализирует эффективность рекламных кампаний

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ИПК-4.6 Разрабатывает коммуникационные мероприятия и рекламные кампании коммерческого предприятия и анализирует эффективность продвижения для целевых аудиторий в онлайн- и офлайн-среде	Знает основы прогнозирования затрат на реализацию рекламных кампаний Знает особенности продвижения торговых компаний в сети интернет
	Умеет формировать бюджеты рекламных кампаний Умеет настраивать рекламные кампании в социальных и контекстно-медийных сетях.
	Формирует стратегии продвижения компании с помощью современных информационных технологий Настраивает и оценивает эффективность рекламных кампаний в сети интернет.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Формирование и реализация стратегии продвижения компании в сети интернет	5	1			4
2.	Продвижение компании в социальных сетях	8			2	6
3.	Особенности настройки таргетированной рекламы	6			2	4
4.	Продвижение компании в Яндекс.Директ	10	2		2	6
5.	Продвижение компании в Google Adds	10	2		2	6
6.	Формирование семантического ядра сайта и рекламных кампаний	10	1		2	7
7.	Специфика контент-менеджмента для продвижения компании в рекламных сетях	6			2	4
8.	Прогнозирование затрат на рекламу и их сопоставление с маркетинговым бюджетом компании	8	2		2	4
9.	Настройка рекламной кампании в рекламном кабинете Фейсбук	10			4	6
10.	Настройка рекламной кампании в My Target	10	2		2	6
11.	Особенности продвижения и настройки рекламы в ТикТок	8			2	6
12.	Оценка эффективности рекламных кампаний	10,8	2		2	6,8
	ИТОГО по разделам дисциплины	101,8	12		24	65,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	6				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Контроль					
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Курсовые работы: (не предусмотрена)

Форма проведения аттестации по дисциплине: (зачёт)

Автор: Муратова А.Р.