

Аннотация к рабочей программы дисциплины

Б1.В.10 «Реклама и продвижение в интернет»

Объем трудоемкости: 4 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:

Стратегический маркетинг в торговле, Брендинг в он-лайн торговле, Информационное обеспечение маркетинговых решений

Данная дисциплина в соответствии с учебным планом предшествует изучению следующих дисциплин:

Маркетинг в социальных сетях, деловые переговоры и партнёрские отношения

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-2 Способен разрабатывать и реализовать маркетинговые программы торгового предприятия с использованием инструментов комплекса маркетинга	
ИПК-2.4 Разрабатывает, внедряет и совершенствует интегрированную систему маркетинговых коммуникаций в коммерческой организации	Знает состав процесса стратегического планирования маркетингово-коммуникационной политики предприятия Знает нормы, правила, этические нормы и стандарты организации рекламного дела, особенности применения маркетингово-коммуникационных инструментов
	Умеет проектировать коммуникационную политику коммерческого предприятия и управлять ею. Умеет использовать методы анализа при проектировании, реализации и оценке эффективности реализации маркетингово-коммуникационной политики коммерческого предприятия
	Формирует предложения по созданию или совершенствованию коммуникационной политики предприятия, развитию её деловой

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	<p>репутации и имиджа. Разрабатывает технические задания для рекламных кампаний и иных мероприятий, направленных на реализацию маркетинговых коммуникаций, развитию деловой репутации и укреплению имиджа предприятия.</p>
ПК-3 Способен осуществлять стратегическое планирование коммерческой деятельности и маркетинговых кампаний в онлайн-среде	
<p>ИПК-3.1 Проводит переговоры с потенциальными заказчиками по формированию и реализации проектов продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде</p>	<p>Знает принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Знает основы разработки и реализации рекламных кампаний в поисковых сетях, социальных медиа, основы продвижения мобильных приложений, основы поисковой оптимизации сайтов</p> <p>Умеет разрабатывать и внедрять техническую документацию, обеспечивающую процессы формирования, реализации и оценки эффективности маркетинговых программ предприятий Умеет анализировать информация по проектам рекламной маркетинговой деятельности компании и взаимодействовать с участниками проекта и его внешним окружением</p> <p>Проектирует стратегии продвижения компании в сети интернет информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Ведёт переговоры с заказчиками, партнёрами и иными контрагентами по вопросам реализации маркетинговых программ и стратегий</p>
<p>ИПК-3.2 Разрабатывает и анализирует систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в интернет-среде</p>	<p>Знает основы управления проектами, особенности организации маркетинговой деятельности фирмы и содержание основных функций менеджмента Знает инструменты, методы и особенности проведения анализа эффективности маркетинговой деятельности предприятия</p> <p>Умеет разрабатывать документацию, регламентирующую проектную деятельность в области маркетинга Умеет проектировать и прогнозировать результаты маркетинговых программ</p> <p>Разрабатывает маркетинговые стратегии предприятий и планирует результаты их реализации Оценивает эффективность реализации маркетинговых программ</p>

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ИПК-3.3 Разрабатывает комплексную маркетинговую стратегию продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде	Знает основные этапы проектирования сайтов предприятий, основы веб-дизайна и требования поисковых машин Знает систему инструментов интернет-маркетинга, основы бюджетирования маркетинговой деятельности.
	Умеет планировать работы по продвижению благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде на различных этапах маркетинговой стратегии Умеет распределять ресурсы проекта по продвижению благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде
	Составляет задания для участников проекта по продвижению благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде Анализирует работы по проекту продвижению благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде, корректирует работу участников проекта и оценивает результативность реализации маркетинговой стратегии
	ИПК-3.5 Формирует систему контроля стратегии проекта по продвижению продукта, компании, сайта в интернет-среде
Умеет планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Умеет формулировать задания в рамках проектов по продвижению, контролировать их выполнение и оценивать результаты	
Планирует и организует систему контроля за выполнением заданий в рамках проекта по продвижению продукта, компании, сайта в интернет-среде	
Взаимодействует с участниками проекта по продвижению продукта, компании, сайта в интернет-среде, рассчитывает и анализирует показатели эффективности реализации проекта	

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	СРС
1.	Формирование и реализация стратегии продвижения компании в сети интернет	10	2	2		6
2.	Продвижение компании в социальных сетях	16		4		12
3.	Особенности настройки таргетированной рекламы	15	1	2		12
4.	Продвижение компании в Яндекс.Директ	16		4		12
5.	Продвижение компании в Google Adds	16		4		12
6.	Формирование семантического ядра сайта и рекламных кампаний	18	2	4		12
7.	Прогнозирование затрат на рекламу и их сопоставление с маркетинговым бюджетом компании	13	1	2		10
8.	Оценка эффективности рекламных кампаний	19		2		17
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	117	6	24		87
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Контроль	26,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	144				

Курсовые работы: *(не предусмотрена)*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *(экзамен)*

Автор: Муратова А.Р.