

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
	Формирует стратегию продвижения торгового предприятия в офф-лайн и он-лайн среде
	Анализирует эффективность рекламных кампаний
ПК-4 Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения	

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
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	6	2		2	2
2.	Продвижение компании в социальных сетях	6			2	4
3.	Особенности настройки таргетированной рекламы	6			2	4
4.	Продвижение компании в Яндекс.Директ	12	2		4	6
5.	Продвижение компании в Телеграм	12	2		4	6
6.	Формирование семантического ядра сайта и рекламных кампаний	10	2		4	4
7.	Специфика контент-менеджмента для продвижения компании в рекламных сетях	10	2		4	4
8.	Прогнозирование затрат на рекламу и их сопоставление с маркетинговым бюджетом компании	6	2		2	2
9.	Настройка рекламной кампании в рекламном кабинете My-Target	8			4	4
10.	Настройка рекламной кампании в ВК-реклама	8	2		2	4
11.	Особенности продвижения и настройки рекламы в RU-Tube	9	2		2	5
12.	Оценка эффективности рекламных кампаний	8,8	2		2	4,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	101,8	18		34	49,8
	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.