

## Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.В.01.12.ДВ.10.02 Реклама в сети Интернет

### Кафедра связей с общественностью и журналистики

#### 1. Цель и задачи дисциплины

**Цель дисциплины** – изучение студентами базовых представлений о рекламных технологиях в Сети и Интернет-рекламе, позволяющих ориентироваться в рекламных стратегиях Интернет-бизнеса и Интернет-рекламы, в вопросах получения, обработки, интерпретации необходимой для рекламной деятельности информации из Сети с целью подготовки содержания и оформления рекламных сообщений, принятия оптимальных решений по проведению рекламных кампаний, оценки эффективности рекламной деятельности.

#### **Задачи дисциплины:**

- изучение Интернет-технологий в рекламе, требований к составу информации, ее содержанию и функциям;
- изучение основных направлений развития и совершенствования сферы Интернет обеспечения рекламной деятельности (правовой, технический, организационный и экономический аспекты);
- изучение прикладных аспектов Интернет-технологий, возможностей их использования в процессе рекламной деятельности;
- получение основ знаний о рекламной аудитории Сети, обработке результатов исследования аудитории с использованием современных статистических программных продуктов;
- изучение теоретических основ и практики рекламной работы в глобальной сети Интернет, поиск актуальной информации (механизм работы поисковых серверов), изучение возможностей проведения рекламной деятельности в глобальной Сети.

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);
- способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн (ПК-3).

#### 2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в модуль по выбору студентов части, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.01.12.ДВ.10.02) образовательной программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления».

**3. Общий объем дисциплины:** 3 з. ед. (108 часов).

#### 4. Планируемые результаты обучения:

<b>Код и наименование компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
<b>УК-5</b> – способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК 5.1. Знает: основные категории философии, основы межкультурной коммуникации, закономерности исторического развития России в мировом историко-культурном, религиозно-философском и этико-эстетическом контексте; воспринимает Российскую Федерацию как государство с исторически сложившимся разнообразным этническим и религиозным составом населения и региональной спецификой
	ИУК-5.2. Умеет: анализировать социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического

	развития России в контексте мировой истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений
	ИУК-5.3. Владеет: навыками конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции; сознательного выбора ценностных ориентиров и гражданской позиции; аргументированного обсуждения и решения проблем мировоззренческого, общественного и личностного характера; демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям своего Отечества и народов мира
<b>ПК-3</b> – способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн	ИПК-3.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
	ИПК-3.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн- и офлайн-среде
	ИПК-3.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
	ИПК-3.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
	ИПК-3.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта

**5. Формы промежуточной аттестации:** зачет (VIII семестр).

#### **6. Дополнительная информация**

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

– материально-техническое и программное обеспечение дисциплины – медиалаборатория, имеющая доступ в сеть Интернет, оснащенная современными средствами воспроизведения любой видео и аудио информации, интерактивной электронной доской, компьютерами с необходимым программным обеспечением; учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в библиотеке факультета русской филологии и иностранных языков, а также электронно-библиотечной системе «ЭБС IPRbooks».

– Интернет-ресурсы и программное обеспечение:

1. MS Word 2010  
Microsoft Excel 2010  
Microsoft Publisher 2010  
Microsoft Power Point 2010
2. Media Player Classic
3. ADOBE-премьер
4. ADOBE-фотошоп