

**АННОТАЦИЯ  
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«Продвижение в сети Интернет»**

для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

**1. Цели и задачи освоения дисциплины**

**Целью освоения дисциплины** является формирование у студентов прочных знаний в области применения возможностей интернет технологий в продвижении на рынок предприятия, а также практического применения знаний, полученных в курсе маркетинга, приобретение студентами умений и навыков, необходимых для успешной деятельности в качестве специалистов-маркетологов на предприятиях любой формы собственности.

**Задачи освоения дисциплины:**

- понимание основных составляющих комплекса маркетинга в сети Интернет
- изучение инструментов и форматов продвижения в сети Интернет;
- анализ основных рекламных интернет-площадок;
- изучение существующих методов реализации рекламных и PR-интернет-проектов;
- освоение этапов разработки маркетинговой стратегии, планирования и контроля в сети Интернет.

В результате освоения дисциплины студент должен знать теоретические основы интернет-маркетинга, уметь: использовать инструменты маркетинга в Интернет и применять их при проведении рекламных, PR и BTL кампаний, проводить анализ эффективности различных инструментов интернет-маркетинга и разрабатывать рекомендации по их совершенствованию, владеть навыками по оценке эффективности как акций интернет-маркетинга так и традиционных акций и кампаний при помощи интернет-инструментов, навыками разработки стратегии интернет-маркетинга и выбора канала цифровых коммуникаций для выполнения задач маркетинговой стратегии.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:**

Дисциплина «Продвижение в сети Интернет» относится к факультативной части дисциплин учебного плана. Она изучается на 3 курсе.

**Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:** К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования сети Интернет, основные аспекты работы специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью, основные аспекты маркетинга и менеджмента (предшествующие дисциплины «Информатика», «Инфографика и визуализация коммуникационного продукта», «Планирование рекламных кампаний», «Планирование PR-кампаний

**Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:**

В содержательном плане и в логической последовательности изучения дисциплин она является основанием для последующего изучения дисциплин: Компьютерная графика и дизайн в рекламе Конструирование рекламы Работа с рекламными и PR-текстами Основы интегрированных коммуникаций»). «Организация рекламных и PR-мероприятий», «Продвижение СМИ», «Основы брендинга», «Цифровой маркетинг», «Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов», «Стимулирование сбыта», «Технологии производства рекламного продукта», Профессионально-творческая производственная практика, преддипломная практика, ГИА

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**

Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины

Код и наименование	Перечень планируемых результатов обучения по
--------------------	--

реализуемой компетенции	дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
<p>ПК4 Способен организовывать и осуществлять работу по созданию и редактированию контента</p>	<p>Знать: - историю развития и современное состояние СМИ; особенности функционирования периодической печати, радио и телевидения. - характеристику функциональных стилей речи; - особенности информационной речи, эпидейктической речи, убеждающей речи, призывающей и рекламной речи</p> <p>Уметь: - составлять тексты разных стилей, в том числе PR-тексты. - редактировать тексты рекламы и связей с общественностью; - использовать богатство и выразительность речи при составлении рекламных текстов;</p> <p>Владеть: - навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах; приемами связи специалиста PR со СМИ. - навыками копирайтинга; - нормами русского литературного языка.</p>
<p>ОПК6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>Знать: - виды, формы массовой коммуникации, структуру и функции СМК и СМИ, информационно-коммуникационные технологии в сфере массовой коммуникации, законы и этические стандарты регулирования взаимоотношений СМИ и общества, требования к информационной безопасности; - основные теоретические понятия сферы маркетинговых исследований;</p> <p>Уметь: - выполнять аналитические и организационные работы с применением информационно-коммуникационных технологий, собирать и систематизировать социальную информацию по массовой коммуникации; - ориентироваться в содержании этапов процесса маркетинговых исследований, грамотно формулировать цели и задачи маркетинговых исследований, разрабатывать план маркетинговых исследований; разрабатывать анкеты для опроса респондентов, проектировать формы для сбора данных; выбирать методы маркетинговых исследований, определять объем выборки;</p> <p>Владеть: методами информационно-коммуникационных технологий для решения профессиональных задач; - навыками проведения маркетинговых исследований.</p>
<p>ПК 2 - Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий по продвижению продуктов</p>	<p>Знать: - основные правила планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; - виды и особенности планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере</p>

	<p>рекламной работы и деятельности по связям с общественностью; - основные понятия, используемые в теории и практике рекламы и PR в интернете;</p> <p>Уметь: - участвовать в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; - выполнять профессиональные функции планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий, с учетом знания их особенностей, в области рекламы и связей с общественностью; - анализировать количественно/качественный состав интернет-аудиторий;</p> <p>Владеть: - навыками планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; - тремя составляющими интерактивного PR Web-PR, Net-PR и Online-PR.</p>
--	--

#### **4. Общая трудоемкость дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины: 2 зачетных единицы

#### **5. Образовательные технологии**

Преподавание дисциплины «Продвижение в сети Интернет» предполагает использование следующих образовательных технологий:

- проведение практических занятий, связанных с анализом практик применения различных методов продвижения в Сети, разработкой его плана;
- проведение дискуссий в семинарских группах и обсуждений по итогам выполнения практических заданий;
- подготовка индивидуального проекта

#### **6. Контроль успеваемости**

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: оценка работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний, выступлений).

Промежуточная аттестация проводится в форме: подготовки докладов, а также выполнения практических заданий.

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения устного звчета