


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Продвижение в сети Интернет»

по направлению 51.03.01 «Культурология» (бакалавриат)

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 социо-культурных-проектов;
- освоение этапов разработки маркетинговой стратегии, планирования и контроля в сети Интернет.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Продвижение в сети Интернет» относится к вариативной части учебного плана - дисциплинам по выбору. Она изучается в 8 семестре.


Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:

Информационные технологии в сфере культуры Основы проектного управления Проектная деятельность в сфере культуры Маркетинг в сфере культуры Культура социальных групп и движений Менеджмент в социокультурной сфере Основы брендинга и визуализация бренда Менеджмент выставочной деятельности Современная культурная политика и управление культурой PR-технологии в сфере культуры Soft skills тренинг Ознакомительная практика Проектно-технологическая практика

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:


В содержательном плане и в логической последовательности изучения дисциплин она является основанием для последующего изучения дисциплин: Цифровая культура Управление информацией (контентом Интернет-ресурсов) Преддипломная практика, ГИА

3. Перечень планируемых результатов освоения дисциплины

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ОПК 2 способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	<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>
ПК 6 способность применять на практике знание теоретических основ управления в социокультурной сфере, находить и принимать управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность	<p>Знать: - основные правила планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; - виды и особенности планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в социокультурной сфере; - основные понятия, используемые в теории и практике 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 PRWeb-PR, Net-PR и Online-PR.</p>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет **2** зачетные единицы (**72** часа).

5. Образовательные технологии

В ходе изучения дисциплины используются как традиционные методы и формы обучения (лекции, в т.ч. с элементами проблемного изложения, практические занятия, самостоятельная работа), так и интерактивные формы проведения занятий (дискуссии, презентации и др.).

При организации самостоятельной работы используются следующие образовательные технологии: самостоятельная работа, сопряженная с основными аудиторными занятиями (проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины); подготовка к тестированию; самостоятельная работа под контролем преподавателя в форме плановых консультаций, творческих контактов, сдачи зачета; внеаудиторная самостоятельная работа при выполнении студентом домашних заданий учебного и творческого характера.

6. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены виды текущего контроля: контрольная работа, практические задания.

Промежуточная аттестация проводится в форме: **зачет**.