

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекламный менеджмент в интернет-среде

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Стратегические коммуникации и бренд-аналитика
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Рекламные технологии в медиаиндустрии
Направление подготовки	42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль)	Ведение телевизионных программ
Направление подготовки	42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль)	Мультимедийная журналистика
Направление подготовки	42.03.04 Телевидение
Направленность (профиль)	Телевизионные технологии и производство медиапроектов
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма(-ы) обучения	очная

Учебная дисциплина «Рекламный менеджмент в интернет-среде» изучается на очной форме на втором курсе в четвертом семестре.

Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации

зачет

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины «Рекламный менеджмент в интернет-среде» является выработка у студентов профессионального взгляда на деятельность по созданию и управлению брендами, который поможет им в будущем разрабатывать конкурентноспособные и охраноспособные торговые марки, определять их позиционирование и имидж, управлять их развитием с учетом маркетинговых стратегий фирмы.

Результатом обучения по дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и (или) опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения дисциплины.

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ДПК-4 Способен организовать и поддерживать взаимодействие в интернет-среде с целевой аудиторией с использованием технологий интернет-коммуникаций	ИД-ДПК-4.1 Разработка уникальных текстов для торговых интернет-площадок с учетом возможностей площадок и характеристик целевой аудитории
	ИД-ДПК-4.3 Обоснование медианосителей, используемых в сети интернет и разработка рекламной кампании в зависимости от целей и задач, определение расходов на ее реализацию

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	3	з.е.	96	час.
---------------------------	---	-------------	----	-------------