АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.4.2 Интернет-реклама

Автор: Старший преподаватель кафедры Рекламы и СО А.В. Иванов

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области способности участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

План курса:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	История возникновения Сети. Интернет в мире и России	История возникновения Интернета. Аудитория Сети. Исследования интернет-аудитории. Рейтинг услуг: справочные, электронная коммерция, социальные сети, конференции.
Тема 2	Маркетинговая составляющая конструирования сайтов	Определение веб-сайта. Характеристики. Классификация сайтов: промо, лэндинги, корпоративные, интернет каталоги и магазины, порталы, социальные сети и др. Исследовательский этап. Формирование технического задания. Технологические аспекты приемки сайта. Стандарты и совместимость.
Тема 3	Создание и продвижение бизнеса в Сети	Специфика онлайн бизнеса в Сети. Состояние электронной коммерции в мире, в России. Платежные системы Сети. Безопасность: шифрование, сертификаты безопасности, цифровая подпись.
Тема 4	Запуск сайта в Интернет, управление проектом	Конструирование и приобретение доменного имени. Штатное расписание интернет-маркетинга. Управление IT-отделом в различных форматах. Организация поддержки пользователей-клиентов.
Тема 5	Юзабилити	Влияние качественных характеристик сайта на эффективность онлайн-продаж. Удобство использования - основной фактор доверия пользователя. Юзабилити как способ повышения прибыли.
Тема 6	Интернет-реклама	Что такое Интернет-реклама. Виды и носители. Основные сервисы для подбора ключевых слов и фраз для контекстной рекламы. Анатомия рекламного объявления. Заголовок рекламного объявления.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 7	Продвижение в поисковых системах	Обзор поискового рынка Российского Интернета. Основные поисковые машины и их особенности. Контентный аудит проекта. Наполнение главной страницы. Основной текст и плотность ключевых слов (keyword density). Яндекс и Гугл вебмастер. Аналитикс и Метрика. Риски нелегальных способов продвижения.
Тема 8	Связи с общественностью в Интернет	Социальные медиа в Рунете. Управление маркетинговыми проектами в социальных медиа. Продвижение в социальных сетях, группы, тематические и профессиональные социальные сети, аффилированные сети.
Тема 9	Другие маркетинговые коммуникаций в Интернет	E-mail - маркетинг. Рассылка. Спам. Промо-акции: игры, конкурсы, викторины и другие акции в Интернете. Product placement в компьютерных играх. Маркетинговые исследования и анализ конкурентов. Инструментальные средства статистики и аналитики.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа:
при чтении лекций используется объяснительно-иллюстративный метод с элементами проблемного изложения учебной информации (монологической, диалогической или эвристической);

– при проведении занятий семинарского типа:
лабораторный практикум, эссе, диспут

- при контроле результатов самостоятельной работы студентов:
эссе.

Промежуточная аттестация проводится в форме устного зачета с оценкой.

Основная литература:

1. Перри Маршалл. Контекстная реклама, которая работает. Манн, Иванов и Фербер, 2014. http://www.iprbookshop.ru/39244

2. Александрова О.В. Язык средств массовой информации. Академический Проект, Альма Матер, 2015. http://www.iprbookshop.ru/36864