

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.4.2 «Интернет-реклама»

наименование дисциплин (модуля)

Автор: старший преподаватель Мищенко И.М.

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.03.06 «Торговое дело», профиль «Логистика в торговой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины: сформировать компетенции в области участия в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) (ПК-11).

План курса:

Тема 1. Интернет-реклама: понятие, специфика, роль в логистической деятельности, цели и задачи

Тема 1.1. Виды интернет-рекламы и способы их классификации

Тема 1.2. Различия в задачах, решаемых с помощью различных видов интернет-рекламы.

Тема 1.3. Структура, этапы и проблемы реализации комплексной рекламной кампании в Интернете.

Тема 1.4 Типы рекламных кампаний, их целевая аудитория, медиапланирование

Тема 2. Понятие и структура интернет-маркетинга

Тема 3. Маркетинговые исследования в Интернете

Тема 3.1 Сущность и особенности маркетинговых исследований в Интернете.

Тема 3.2 Виды маркетинговых исследований в Интернете, методы получения и анализа информации.

Тема 2.3 Инструментарий и способы анализа целевой аудитории в Интернете. Конкурентная разведка в Интернете, бенчмаркинг

Тема 4. Поисковая оптимизация

Тема 4.1 Регистрация в поисковых системах и поисковая оптимизация.

Тема 4.2. Понятие и цели поисковой оптимизации.

Тема 4.3 Методы поисковой оптимизации.

Тема 4.4. Основные понятия и рекомендации по увеличению релевантности веб-ресурса.

Тема 4.5. Создание оптимизированного контента сайта, разработка текстов ссылок и описаний.

Тема 4.6 Повышение индекса цитирования. Участие в рейтингах и регистрация в каталогах.

Тема 4.7. Обмен ссылками. Использование методов спамдексинга

Тема 5 . Интернет-реклама и интернет-маркетинг в социальных сетях

Тема 6. Вирусный маркетинг

Тема 7. Контекстная реклама

Тема 8 . Баннерная реклама

Тема 9. E-mail реклама

Тема 10. Анализ эффективности интернет-рекламы, аутсорсинг в интернет-торговле.
основные показатели эффективности интернет-рекламы

Тема 11. Установление и поддержание долговременных отношений с целевой аудиторией посредством интернет-коммуникаций

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Формы текущего контроля успеваемости: опрос, реферат.

Формы промежуточной аттестации, отражающие формирование компетенции на уровне данной дисциплины: зачет с оценкой.

Этапы освоения компетенции ПК-11.2 отражают формирование:

на уровне знаний:

Основные закономерности и принципы работы с информацией при решении задач по рекламе товаров и услуг

Профессиональная терминология на иностранном языке

на уровне умений:

Работать в Интернет-пространстве и соблюдать меры безопасности

Анализировать информацию и формировать отчеты

на уровне навыков:

Определение направлений совершенствования транспортно-логистических процессов с помощью интернет-рекламы

Разработка инструкций по предотвращению претензий

Основная литература:

1. Ключко И.А. Информационные технологии в профессиональной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ключко И.А.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2014.— 236 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20424>.— ЭБС «IPRbooks»

2. Мишин А.В. Информационные технологии в профессиональной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Мишин А.В., Мистров Л.Е., Картавец Д.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Российский государственный университет правосудия, 2014.— 311 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5771>.— ЭБС «IPRbooks»