

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

42.03.04 Реклама и связи с общественностью

6 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Контекстная реклама» является изучение студентами особенностей использования контекстной рекламы и координация данной дисциплины с другими дисциплинами специализации в области рекламы и связей с общественностью, формирование системного комплекса знаний по этому направлению обучения.

Задачами курса являются:

- 1.изучить специфику рекламной деятельности, методов планирования рекламной деятельности исходя из типа товара, потребителя, состояния рынка и имеющегося бюджета;
- 2.получить практические навыки в планировании бюджета, распределении его по медиа-каналам и осуществлении анализа эффективности рекламной деятельности;
- 3.изучить возможности использования контекстной рекламы при продвижении товара.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Контекстная реклама» относится к вариативной части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: «Стратегия и тактика использования СМИ в рекламе и связях с общественностью», «Интернет как современная площадка для рекламной и PR-деятельности», «Блогосфера как площадка для PR-деятельности» и т.п.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-3	частичное	Знать основные понятия, теоретические концепции медиатекстов и медиапродуктов, особенности функционирования рекламного текста, жанры и композицию рекламы Уметь использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в создании медиатекстов и медиапродуктов Владеть нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем
ОПК-4	частичное	Знать потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности Уметь отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности Владеть методами определения ценностей и ожиданий целевых аудиторий

ПК-10	частичное	<p>Знать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты</p> <p>Уметь использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты</p> <p>Владеть способностью использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты</p>
-------	-----------	--

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

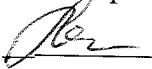
1. Взаимодействие пользователя с рекламой в Интернет. Рекламные носители в Интернет
2. PR - в сети. Аудитория сети Интернет. Принципы медиапланирования в сети
3. Основы контекстной рекламы
4. Основы рекламы в Google AdWords и Реклама в поисковой сети Google
5. Контекстномедийная сеть Google и видеореклама в Google
6. Мобильная реклама в Google AdWords и Google. Покупки
7. Основы рекламы в «Яндекс.Директ»
8. Особенности использования «Яндекс.Директ»
9. Эффективность контекстной рекламы «Яндекс.Директ»

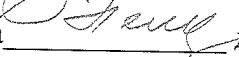
5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 2

Составитель: доц. каф. ЖРСО Щитко В.С. 

Заведующий кафедрой ЖРСО  д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель учебно-методической комиссии  Латышева Ж.В., зав. каф. ЖРСО, д.ф.н., профессор.

Директор института  д. ф. н., профессор, Петровичева Е.М.

Дата: 11.09.2019

Печать институт

