

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Управление рекламной кампанией в Интернете»

Дисциплина «Управление рекламной кампанией в Интернете» является частью программы магистратуры «Реклама и связи с общественностью в высокотехнологичных отраслях» по направлению «42.04.01 Реклама и связи с общественностью».

Цели и задачи дисциплины

Цель - формирование способности управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла; отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии. Задачи Знать: методы представления и описания результатов рекламной кампании в интернете; методы, критерии и параметры оценки результатов выполнения проекта; принципы, методы и требования, предъявляемые к проектной работе в интернете; основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления рекламной кампании в интернете. Уметь: обосновывать практическую и теоретическую значимость полученных результатов; выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к реализации рекламной кампании в интернете; рассчитывать качественные и количественные результаты рекламной кампании; отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии при проведении рекламных кампаний. Владеть: разработки программы реализации рекламной кампании в интернете; навыками организации проведения профессионального обсуждения проекта, участия в ведении проектной документации; навыками проектирования план-графика реализации проекта; определения требований к результатам реализации проекта; использования в профессиональной деятельности современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение..

Изучаемые объекты дисциплины

Каналы интернет-коммуникации; Рекламные системы в интернете; Комьюнити-менеджмент; КРІ в интернет-рекламе.

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		4	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	20	20	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)			
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	18	18	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	88	88	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет			
Зачет	9	9	
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	108	108	

Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
4-й семестр				
Тема 1. Продвижение в социальных медиа. SMM-стратегия	0	0	2	8
Продвижение в интернете. SMM-стратегия: situation analysis, objectives, strategy, tactics, action, control.				
Тема 3. Комьюнити-менеджмент в социальных медиа	0	0	2	10
Комьюнити-менеджмент в социальных медиа: Стратегия и практика создания лояльных сообществ				
Тема 8. Контекстная и медийная реклама.	0	0	2	10
Контекстная и медийная реклама. Интерфейс Яндекс.Директ и Google Ads				
Тема 9. Influencer marketing. Email-рассылки	0	0	2	10
Influencer marketing: тренды, возможности, инструменты. Email-рассылки как способ коммуникации с целевой аудиторией				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Тема 5. Контент в социальных медиа.	0	0	2	10
Контент в социальных медиа. Кейсы технологических компаний				
Тема 6. Рекламные кампании в интернете. Brand- и performance-кампании в интернете.	0	0	2	10
Brand- и performance-кампании в интернете. КPI в интернет-рекламе				
Тема 7. Таргетированная реклама в социальных сетях.	0	0	2	10
Таргетированная реклама в социальных сетях. Рекламные кабинеты ВКонтакте, Одноклассники и др.				
Тема 2. Аудитория и особенности продвижения в различных социальных медиа	0	0	2	10
Аудитория и особенности продвижения в различных социальных медиа: ВКонтакте, Одноклассники, YouTube и др.				
Тема 4. Инструменты e-commerce и вовлечения в социальных медиа	0	0	2	10
Инструменты e-commerce и вовлечения в социальных медиа: распространение, рекламирование, продвижение, продажа услуг или товаров				
ИТОГО по 4-му семестру	0	0	18	88
ИТОГО по дисциплине	0	0	18	88