

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«УФИМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АВИАЦИОННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Кафедра *Вычислительной математики и кибернетики*

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

«ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ И PR»

Уровень подготовки
высшее образование – бакалавриат

Направление подготовки (специальность)
38.03.05 Бизнес-информатика
(код и наименование направления подготовки, специальности)

Направленность (профиль), специализация
Бизнес-аналитика

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
очная

Уфа 2019

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Интернет-технологии в рекламе и PR» является дисциплиной по выбору вариативной части.

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки бакалавров 38.03.05 «Бизнес-информатика», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. № 1002.

Цель освоения дисциплины - получение студентами теоретических знаний и практических навыков в построении системы маркетинга предприятия, фирмы на основе web-сервера в среде Интернет.

Задачи:

- изучение специфических особенностей сети Интернет;
- ознакомление с приемами и методами поиска и анализа информации для нужд маркетинга в сети Интернет;
- приобретение навыков использования интернет-технологий для формирования систем распределения, маркетинговых коммуникаций и управления маркетинг-деятельностью компаний.

2. Перечень результатов обучения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций.

Планируемые результаты обучения по дисциплине

| № | Формируемые компетенции | Код | Знать | Уметь | Владеть |
|---|--|-------|---|---|---|
| 1 | умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет") | ПК-10 | <ul style="list-style-type: none">• суть, особенности и составляющие интернет-маркетинга;• типы целевой аудитории в Интернет, методы ее исследования;• формы коммуникаций между предпринимательскими структурами и потребителями в сети Интернет; | <ul style="list-style-type: none">• выбирать оптимальные формы коммуникаций с потребителями через Интернет; | <ul style="list-style-type: none">• навыками использования информационных и Интернет-технологий, инструментов интернет-маркетинга при ведении предпринимательской деятельности. |

| | | | | | |
|--|--|-------|---|--|--|
| | | | | | |
| | способность использовать лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг | ПК-27 | <ul style="list-style-type: none"> • тенденции развития Интернет-маркетинга. | <ul style="list-style-type: none"> • проводить анализ эффективности маркетинга в интернете; использовать офлайн-среду для продвижения интернет-проектов | <ul style="list-style-type: none"> • навыком планирования сайта как отражения модели интернет-маркетинга. |

Содержание разделов

| № | Наименование и содержание раздела |
|---|---|
| 1 | Электронный бизнес и интернет-маркетинг. Определения, актуальные направления и инструменты. Основные бизнес-модели. |
| 2 | Рекламные технологии в Интернете Виды интернет-рекламы. Медийная реклама. Тизерная реклама. Контекстная реклама. |
| 3 | Современные тенденции в рекламе и PR Почтовые рассылки. Блоги и их влияние на PR. Социальные сети. Вирусный и скрытый маркетинг. |
| 4 | Планирование и оценка эффективности рекламной деятельности Планирование рекламных кампаний. Оценка эффективности рекламы. Сравнительная характеристика основных видов интернет-продвижения. Оценка эффективности продвижения в социальных сетях. Оценка эффективности продвижения в независимой зоне поисковых систем. Оценка эффективности продвижения в системах контекстной рекламы. Оценка эффективности баннерной рекламы. Характеристика программных продуктов, позволяющих провести оценку эффективности интернет-продвижения. |

Подробное содержание дисциплины, структура учебных занятий, трудоемкость изучения дисциплины, входные и исходящие компетенции, уровень освоения, определяемый этапом формирования компетенций, учебно-методическое, информационное, материально-техническое обеспечение учебного процесса изложены в рабочей программе дисциплины.