

Аннотация рабочей программы дисциплины «Реклама и связи с общественностью в цифровой коммуникационной среде» для направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) образовательной программы «Реклама и связи с общественностью в государственных и коммерческих структурах»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель дисциплины: формирование у магистрантов прочных знаний в области применения возможностей интернет- технологий в продвижении на рынок различных объектов, а также практического применения знаний, полученных при изучении вопросов маркетинга, рекламы и связей с общественностью, приобретение студентами умений и навыков, необходимых для успешной профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- изучить основные концепции и принципы организации рекламы и пиар в области цифровых коммуникаций;
- освоить процесс разработки разных видов интернет-рекламы;
- овладеть основной терминологией сферы деятельности маркетолога в сети Интернет;
- овладеть пониманием реальных возможностей и особенностей применения рекламы в интернет-пространстве.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и индикаторы их достижения.

3.1. Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-2 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды	ИД-1ПК-2 Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике. ИД-2ПК-2 Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью

3. Содержание дисциплины (модуля).

Тема 1. Интерактивные цифровые коммуникации

Тема 2. Рекламные и ПР-коммуникации в интернет-пространстве, их роль в бизнес-процессах.

Тема 3. Веб-сайт как основной инструмент рекламной и ПР-коммуникации в интернет-пространстве

Тема 4. Средства создания и продвижения сайта

Тема 5. Интернет-технологии продвижения информационных ресурсов

Тема 6. Основы маркетинга и рекламы в социальных сетях (SMM SocialMediaMarketing)