

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Технологии продвижения медиапродуктов в различных каналах масс-медиа

Наименование ОПОП ВО

42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Реклама и связи с общественностью

Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель: сформировать у студентов базовые теоретические и практические знания о продвижении в интернете рекламного и PR-продукта с возможностью применения полученных знаний и навыков в деятельности коммуникационных агентств и коммуникационных подразделений компаний

Задачи: Сформировать у студентов навыки использования современного инструментария при работе с интернет - медиа, в частности, используемого для размещения контента, анализа ключевых показателей эффективности и мониторинга ;

- сформировать теоретические и практические знания, необходимые для осуществления мер, связанных с рыночными отношениями в интернете,
- развить интерес к исследованию рыночных процессов в интернете;
- стимулировать творческий подход к работе в области продвижения в интернете.
- сформировать у студентов навыки креативного мышления и творческий подход к реализации digital - стратегии ;
- сформировать у студентов системное представление о digital - креативе ;
- развить интерес к использованию креативных техник в работе

Результаты освоения дисциплины (модуля)

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотносящиеся с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (Б-РК)	ПКВ-3 : Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКВ-3.1к : Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	РД1	Умение	использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.

		ПКВ-3.2к : Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	РД2	Навыки	принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.
--	--	---	-----	--------	--

Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

- 1) Актуальное состояние интернет рынка.
- 2) Реклама в интернете.
- 3) Тексты, контексты, PR.
- 4) Социальные медиа.
- 5) Видео.
- 6) Игры.
- 7) Мобильный сегмент.
- 8) Маркетинг, продажи, интернет торговли.
- 9) Финансирование интернет проектов.

Трудоемкость дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Трудоёмкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- емкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттес- тации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
42.03.01 Реклама и связи с общественностью	ЗФО	Б1.В	4	3	13	4	8	0	1	0	95	3

Составители(ль)

Шульгина Н.В., кандидат исторических наук, доцент, Высшая школа кино и телевидения, Nina.Shulgina@vvsu.ru