Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 19.06.2024 10:58:16
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7a872e79a740e849dcb1abc6ab7a

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины	**Интернет-реклама**
Содержание	Понятие интернет-маркетинга. Преимущества, ограничения, планирование, безопасность и этические требования. Интернет-реклама: понятие, специфика, роль, цели и задачи. Поисковый маркетинг. Партизанский и вирусный маркетинг. Маркетинг в социальных сетях (SMM). Скрытый маркетинг. Баннерная реклама. E-mail реклама. Контент-маркетинг. Аффилированный (партнерский) маркетинг. Товарная политика в интернете. Информационные и цифровые продукты. Сервисная политика в интернете. Ценовая политика в интернете. Распределительная политика в интернет-маркетинге. Анализ эффективности интернет-рекламы. Установление и поддержание долговременных отношений сцелевойаудиториейпосредствоминтернет-коммуникаций.Информационное обеспечение маркетинговых исследований в интернете.Интернет-опросы. Качественные исследования в интернете. Анализ основных бизнес-показателей в интернете. Маркетинговые исследования сайта компании. Конкурентная разведка в интернете и анализ потребительских настроений. Маркетинговые исследования в социальных сетях и блогах.
Результаты освоения дисциплины	Используют базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере. Используют базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере.
Трудоемкость, з.е.	4 з.е.
Формы отчетности (в т.ч. по семестрам)	Зачет с оценкой в 5 семестре
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / [О. Н. Романенкова и др.] ; под общ.ред. О. Н. Романенковой. – Москва :Юрайт, 2019. – 289 с. : ил., портр., табл. – (Бакалавр.Академический курс). – Гриф: Рек. УМО. – Вподзаг.: Гильдия маркетологов рекомендует. – Библиогр.: с. 265-267. – ISBN 978-5-534-03138-6 2. Солдатова В. И. Защита персональных данных в условиях применения цифровых технологий // Lex russica. — 2020. — № 2. — С. 33—43. 3. Воронюк А. Актуальный интернет-маркетинг / А. Воронюк, А. Полищук. Москва : IPIO, 2018. — ISBN 978-617-7453-38-2. 4. С. В. Кульпин «Структура и содержание интернет-маркетинга» Учебное пособие/ Екатеринбург Издательство Уральского университета- 2020.
Дополнительная литература	1. Маркетинг PR и рекламы / И.М. Синяева, В.М. Маслова, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. И.М. Синяевой. –

	Москва :Юнити-Дана, 2015. – 495 с. : табл., ил., схемы – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709 (дата обращения: 04.10.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-02194-2. 2. Катаев, А.В. Интернет-маркетинг / А.В. Катаев, Т.М. Катаева ; Министерство науки и высшего образования РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южный федеральный университет», Инженерно-технологическая академия. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2018. – 154 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687 (дата обращения: 04.10.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-2673-4. 3. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 352 с. : табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02474-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407