Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 31.05.2024 12:06:45
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c672e79a746e849dcb1abc6ab7a

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины (модуля)	**Цифровые технологии в профессиональной сфере: Таргетинг**
Содержание	Понятие таргетировнной рекламы. Преимущества, ограничения, планирование, безопасность и этические требования. Таргетированная реклама: понятие, специфика, роль, цели и задачи. Виды таргетированной рекламы. Таргетированная реклама в социальных сетях. Таргентинг в режиме реального времени (RTB). Ретаргетинг. Влияние таргетированной рекламы. Основные виды таргетированной рекламы и её особенности.
Результаты освоения дисциплины (модуля)	Используют базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере. Владеет навыком критического анализа и оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода с применением цифровых компетенций.
Трудоемкость, з.е.	4
Формы отчетности	Зачет с оценкой в 6 семестре
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. 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. 2. Москалев, С.М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе : учебное пособие / С.М. Москалев ; Министерство сельского хозяйства РФ, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. - Санкт-Петербург :СПбГАУ, 2018. - 101 с. : ил. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491717
Дополнительная литература	1. Дмитрий Румянцев, Наталия ФранкельEvent-маркетинг. Все об организации и продвижении событий - Издательство «Питер», 2017. 2. 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. 3. Мартиросян, К.В. Интернет-технологии : учебное пособие / К.В. Мартиросян, В.В. Мишин ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2015. - 106 с. : ил. - Библиогр.: с. 98-100 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457443

.