

Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования
«Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»
(г. Краснодар)
(НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Агабекян Раиса Левониковна
Должность: ректор
Дата подписания: 05.04.2024 12:25:55
Уникальный программный ключ:
4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе,
доцент Севрюгина Н.И.
25.12.2023

Б1.В.ДЭ.01.01

Контекстная и таргетированная реклама

Аннотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Кафедра рекламы и дизайна**

Учебный план 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Программу составил(и): канд. филол. наук, доцент, Немец Г.Н.

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		6 (3.2)		Итого	
	Неделя		16 1/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16	32	32
Практические	16	16	32	32	48	48
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)			0,3	0,3	0,3	0,3
Контактная работа на аттестации	0,2	0,2			0,2	0,2
Консультации перед экзаменом			1	1	1	1
Итого ауд.	32	32	48	48	80	80
Контактная работа	32,2	32,2	49,3	49,3	81,5	81,5
Сам. работа	39,8	39,8	24	24	63,8	63,8
Часы на контроль			34,7	34,7	34,7	34,7
Итого	72	72	108	108	180	180

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель дисциплины "Контекстная и таргетированная реклама" состоит в том, чтобы ознакомить студентов с основными принципами и инструментами контекстной и таргетированной рекламы, а также развить их навыки в создании и оптимизации таких рекламных кампаний
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Экономическая теория
2.1.2	Введение в коммуникационные специальности
2.1.3	Теория и практика рекламы
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-4: Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПК-7: Профессиональная компетенция**Планируемые результаты обучения (показатели освоения индикаторов компетенций)****ПК-7.1: Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью**

Знать:
В общем виде знает типовые алгоритмы рекламных и PR-кампаний
Хорошо знает типовые алгоритмы рекламных и PR-кампаний
Отлично знает типовые алгоритмы рекламных и PR-кампаний
Уметь:
В общем виде умеет пользоваться типовыми алгоритмами рекламных и PR-кампаний
Хорошо умеет пользоваться типовыми алгоритмами рекламных и PR-кампаний
Отлично умеет пользоваться типовыми алгоритмами рекламных и PR-кампаний
Владеть:
В общем виде владеет навыками использования типовых алгоритмов рекламных и PR-кампаний
Хорошо владеет навыками использования типовых алгоритмов рекламных и PR-кампаний
Отлично владеет навыками использования типовых алгоритмов рекламных и PR-кампаний

ПК-7.2: Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

Знать:
В общем виде знает основные принципы сопроводительной проектной документации в сфере рекламы и PR
Хорошо знает основные принципы сопроводительной проектной документации в сфере рекламы и PR
Отлично знает основные принципы сопроводительной проектной документации в сфере рекламы и PR
Уметь:
В общем виде умеет составлять сопроводительную проектную документацию в сфере рекламы и PR
Хорошо умеет составлять сопроводительную проектную документацию в сфере рекламы и PR
Отлично умеет составлять сопроводительную проектную документацию в сфере рекламы и PR
Владеть:
В общем виде владеет навыками составления сопроводительной проектной документации в сфере рекламы и PR
Хорошо владеет навыками составления сопроводительной проектной документации в сфере рекламы и PR
Отлично владеет навыками составления сопроводительной проектной документации в сфере рекламы и PR

ПК-7.3: Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

Знать:
В общем виде знает принципы проведения исследований в рамках планирования рекламных и PR-кампаний
Хорошо знает принципы проведения исследований в рамках планирования рекламных и PR-кампаний
Отлично знает принципы проведения исследований в рамках планирования рекламных и PR-кампаний
Уметь:
В общем виде умеет проводить исследования в рамках планирования рекламных и PR-кампаний

Хорошо умеет проводить исследования в рамках планирования рекламных и PR-кампаний
Отлично умеет проводить исследования в рамках планирования рекламных и PR-кампаний
Владеть:
В общем виде владеет навыками проведения исследований в рамках планирования рекламных и PR-кампаний
Хорошо владеет навыками проведения исследований в рамках планирования рекламных и PR-кампаний
Отлично владеет навыками проведения исследований в рамках планирования рекламных и PR-кампаний
ПК-4.1: При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
Знать:
В общем виде знать принципы использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн-среде
Хорошо знать принципы использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн-среде
Отлично знать принципы использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн-среде
Уметь:
В общем виде уметь использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн-среде
Хорошо уметь использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн-среде
Отлично уметь использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн-среде
Владеть:
В общем виде владеть навыками использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн-среде
Хорошо владеть навыками использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн-среде
Отлично владеть навыками использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн-среде
ПК-4.2: При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде
Знать:
В общем виде знать принципы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью в онлайн-среде
Хорошо знать принципы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью в онлайн-среде
Отлично знать принципы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью в онлайн-среде
Уметь:
В общем виде уметь создавать тексты рекламы и связей с общественностью в онлайн-среде
Хорошо уметь создавать тексты рекламы и связей с общественностью в онлайн-среде
Отлично уметь создавать тексты рекламы и связей с общественностью в онлайн-среде
Владеть:
В общем виде владеть навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью в онлайн-среде
Хорошо владеть навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью в онлайн-среде
Отлично владеть навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью в онлайн-среде
ПК-4.3: Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
Знать:
В общем виде знать основные технологии организации специальных мероприятий в онлайн-среде
Хорошо знать основные технологии организации специальных мероприятий в онлайн-среде
Отлично знать основные технологии организации специальных мероприятий в онлайн-среде
Уметь:
В общем виде уметь использовать основные технологии организации специальных мероприятий в онлайн-среде
Хорошо уметь использовать основные технологии организации специальных мероприятий в онлайн-среде
Отлично уметь использовать основные технологии организации специальных мероприятий в онлайн-среде
Владеть:
В общем виде владеть навыками организации специальных мероприятий в онлайн-среде
Хорошо владеть навыками организации специальных мероприятий в онлайн-среде
Отлично владеть навыками организации специальных мероприятий в онлайн-среде
ПК-4.4: Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
Знать:
В общем виде знает принципы корпоративной культуры организации и ее основных инструментов
Хорошо знает принципы корпоративной культуры организации и ее основных инструментов
Отлично знает принципы корпоративной культуры организации и ее основных инструментов

Уметь:
В общем виде умеет развивать корпоративную культуру организации при помощи ее основных инструментов
Хорошо умеет развивать корпоративную культуру организации при помощи ее основных инструментов
Отлично умеет развивать корпоративную культуру организации при помощи ее основных инструментов
Владеть:
В общем виде владеет навыками корпоративной культуры
Хорошо владеет навыками корпоративной культуры
Отлично владеет навыками корпоративной культуры
ПК-4.5: Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
Знать:
В общем виде знает принципы использования современных технических средств и технологий цифровых коммуникаций
Хорошо знает принципы использования современных технических средств и технологий цифровых коммуникаций
Отлично знает принципы использования современных технических средств и технологий цифровых коммуникаций
Уметь:
В общем виде умеет использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций
Хорошо умеет использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций
Отлично умеет использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций
Владеть:
В общем виде владеет навыками использования современных технических средств и технологий цифровых коммуникаций
Хорошо владеет навыками использования современных технических средств и технологий цифровых коммуникаций
Отлично владеет навыками использования современных технических средств и технологий цифровых коммуникаций

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
	В общем виде знает типовые алгоритмы рекламных и PR-кампаний
	В общем виде знает основные принципы сопроводительной проектной документации в сфере рекламы и PR
	В общем виде знает принципы проведения исследований в рамках планирования рекламных и PR-кампаний
	В общем виде знает принципы использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн-среде
	В общем виде знает принципы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью в онлайн-среде
	В общем виде знает основные технологии организации специальных мероприятий в онлайн-среде
	В общем виде знает принципы корпоративной культуры организации и ее основных инструментов
	В общем виде знает принципы использования современных технических средств и технологий цифровых коммуникаций
3.2	Уметь:
	В общем виде умеет пользоваться типовыми алгоритмами рекламных и PR-кампаний
	В общем виде умеет составлять сопроводительную проектную документацию в сфере рекламы и PR
	В общем виде умеет проводить исследования в рамках планирования рекламных и PR-кампаний
	В общем виде уметь использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн-среде
	В общем виде уметь создавать тексты рекламы и связей с общественностью в онлайн-среде
	В общем виде уметь использовать основные технологии организации специальных мероприятий в онлайн-среде
	В общем виде умеет развивать корпоративную культуру организации при помощи ее основных инструментов
	В общем виде умеет использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций
3.3	Владеть:
	В общем виде владеет навыками использования типовых алгоритмов рекламных и PR-кампаний
	Общем виде владеет навыками составления сопроводительной проектной документации в сфере рекламы и PR
	В общем виде владеет навыками проведения исследований в рамках планирования рекламных и PR-кампаний
	В общем виде владеть навыками использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн-среде
	В общем виде владеть навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью в онлайн-среде
	В общем виде владеть навыками организации специальных мероприятий в онлайн-среде
	В общем виде владеет навыками корпоративной культуры
	В общем виде владеет навыками использования современных технических средств и технологий цифровых коммуникаций