

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского федерального университета

Дата подписания: 11.06.2024 12:02:14

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e30a1302f58486412a1c8ef9d

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины (модуля)	Интернет-реклама
Краткое содержание	Понятие интернет-маркетинга. Преимущества, ограничения, планирование, безопасность и этические требования. Интернетреклама: 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 с целевой аудиторией посредством интернет-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 (модуля)	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.	3
Формы отчетности	Зачет с оценкой
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. Солдатов 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 : ИРЮ, 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. Шпаковский, В. О. Интернет-журналистика и интернет-реклама : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. В. Розенберг, Е. С. Егорова. — Москва : Инфра-Инженерия, 2018. — 248 с. — ISBN 978-5-9729-0202-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/78258.html .

	— Режим доступа: для авторизир. пользователей 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. — Библиогр. в кн. — ISBN 978- 5-9275-2673-4. 3. Матвеева, М. А. Реклама и PR-Интернет: методическое пособие / М. А. Матвеева, В. Н. Молибог. — Симферополь: Университет экономики и управления, 2018. — 70 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/86412.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
--	--