

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 идентификационный ключ:

d74ce93cd40e80a2f58486412a1c8ef9d

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины (модуля)	Таргетинг
Краткое содержание	Понятие таргетированной рекламы. Преимущества, ограничения, планирование, безопасность и этические требования. Таргетированная реклама: понятие, специфика, роль, цели и задачи. Виды таргетированной рекламы. Таргетированная реклама в социальных сетях. Таргетинг 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.	3
Формы отчетности	Зачет с оценкой
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», Инженернотехнологическая 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. 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 3. Епифанова А.Г. Продвижение дизайн-продукта в социальных сетях [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Епифанова А.Г.— Электрон. тек-стовые данные.— Челябинск: Южно-Уральский технологический универси-тет, 2022.— 237 с.— Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/125039.— IPR SMART, по паролю. - DOI: https://doi.org/10.23682/125039
Дополнительная литература	1. Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально-ориентированными НКО / Н. С. Антонова, Е. Б. Базарова, И. Б. Буртонова [и др.]. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 184 с. — ISBN 978-5-507-44912-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/276626 (дата обращения: 23.03.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей. 2. Организация добровольческой деятельности : учебно-

	методическое пособие / Н. С. Антонова, Базарова, И. Б. Буртонова [и др.]. — Улан-Удэ : БГУ, 2021. — 202 с. — ISBN 978-5-9793-1556-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/166867 (дата обращения: 23.03.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей. 3. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / Д. А. Замотайлова, Е. В. Попова, Л. Е. Попок, В. С. Раневская. — 2-е изд., исправ. и доп. — Краснодар : КубГАУ, 2020. — 122 с. — ISBN 978-5-907402-61-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/254300 (дата обращения: 23.03.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей. 4. Мандыч, И. А. Цифровой маркетинг : учебное пособие / И. А. Мандыч. — Москва : РТУ МИРЭА, 2021 — Часть 2 — 2021. — 64 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/176560 (дата обращения: 23.03.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
--	--