



## **I. Аннотация**

### **1. Цель и задачи дисциплины**

**Целью** освоения обучающимися дисциплины «ИМК в интернет» является формирование понимания логики, принципов и технологий современного коммуникативного процесса и бренд-коммуникаций в системе Интернет, а также повышение конкурентноспособности обучающихся за счет свободного и всестороннего владения теоретическим и практическим материалом, способностью ориентироваться в данном проблемном поле.

Дисциплина направлена на формирование комплекса знаний по использованию инструментов маркетинга прямо или косвенно связанных с Интернет при продвижении сайта, анализе рынка и конкурентной среды для обеспечения стабильного развития и устойчивого роста компании или предприятия.

**Задачи дисциплины** – сформировать у студентов:

1. Умение разрабатывать концепции позиционирования и владение технологиями моделирования бренд-имиджа в сети Интернет;
2. Знание специфики основных параметров е-бренда;
3. Знание принципов управления е-брендами;
4. Сформировать навыки применения указанных знаний в практической работе; первичные навыки применения этих знаний в компаниях, которые могут совершенствоваться в ходе производственной практики и после трудоустройства студента.
5. Развитие интереса к области использования рыночных отношений в деятельности, связанной с коммуникациями в интернете, исследованию рыночных процессов в интернет-медиа, а также стимулирование творческого подхода к работе в этой области;

6. Формирование знаний и умений пользования современным инструментария при работе с интернет-медиа, в частности, используемого для размещения контента, анализа ключевых показателей эффективности и мониторинга.

## **2. Место дисциплины в структуре ООП**

Курс входит в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений ФГОС ВО, опирается на знания, умения и навыки, даваемые в дисциплинах: «Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной сфере», «Современный дизайн и компьютерная графика», «Основы маркетинга», «Теория и практика брендинга», помогая студентам реализовывать процессы и результаты их конкретно-практической деятельности. Место курса «Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернет» в учебном процессе определяется также тем, что он дает конкретно-практическую основу для применения навыков, полученных в рамках других дисциплин профессионального цикла, изучаемых студентами в вузе.

Уровень начальной подготовки обучающегося для успешного освоения дисциплины

- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны;
- знать основные понятия, методы и приемы информатики и компьютерных технологий
- уметь использовать в профессиональной деятельности возможности вычислительной техники и программного обеспечения
- уметь использовать ресурсы Интернет
- владеть навыками работы с компьютерной графикой

- владеть основными методами работы на ПЭВМ с прикладными программными средствами
- владеть навыками работы в сети Интернет.

Место дисциплины «ИМК в интернет» в учебном процессе определяется также тем, что он дает практическую основу для применения навыков, полученных в рамках изучения других дисциплин профессионального цикла, подготавливая выпускника к профессиональной деятельности.

- **знать** теоретические основы интернет-маркетинга; основные понятия, методы и приемы информатики и компьютерных технологий; теоретические основы ИМК в интернете; основы аналитической (маркетингово-исследовательской) и проектной работы, необходимой для построения интернет-бренда; знать параметры интернет-бренда (e-brand): информативность наполнения web-сайта, персонификацию рекламных сообщений конкретному потребителю, в зависимости от его социального и демографического портрета, юзабилити интернет-ресурса.
- **уметь** анализировать конкурентную среду, разрабатывать стратегию присутствия продукта (компании), устанавливать ключевые показатели эффективности и разрабатывать схему их отслеживания; самостоятельно управлять каналами коммуникации в интернете; работать с негативом; использовать реакции аудитории для улучшений продукта и/или процессов в деятельности компании; использовать ресурсы Интернет; формулировать цели, задачи и основные принципы управления портфелем e-брендов; разрабатывать модели e-брендов; планировать коммуникационную политику организации; решать базовые задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий; уметь компилировать маркетинговую информацию с помощью интернет-рекламы и сайта.
- **владеть** навыками работы с компьютерной графикой; владеть навыками работы в сети Интернет; навыками работы по проведению качественных и количественных исследований в создании моделей e-брендов; навыками

планирования работы бренд-менеджера; навыками разработки маркетинговой стратегии и реализация рекламной кампании в Интернете.

### 3. Объем дисциплины:

**Объем дисциплины:** 3 зачетных единицы, 108 академических часов, в том числе:

**контактная аудиторная работа:** лекции 15 часов, практические занятия 30 часов,

**контактная внеаудиторная работа:** контроль самостоятельной работы 0, в том числе курсовая работа 0;

**самостоятельная работа:** 63 часа.

### 4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

<b>Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>
ПК-3. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-3.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-3.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ПК-3.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

### 5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения – зачет, 6 семестр.

### 6. Язык преподавания русский.