

**Аннотация**  
**примерной программы учебной дисциплины**  
**«Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью»**  
**(заочная форма обучения)**

**1. Цель дисциплины:**

- формирование комплексных знаний о принципах, формах и методах применения информационных технологий в сфере профессиональной коммуникации, с учётом особенности рекламной и PR-деятельности.

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

- дисциплина вариативной части дисциплин, модуль дисциплин по выбору, углубляющих освоение профиля и входит в профильный блок дисциплин по выбору.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины.**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-10 умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке;

формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в среде Интернет;

ПК-8 организация взаимодействия с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом ИТ-инфраструктуры предприятия

ПКП-3 умения разрабатывать эффективные коммуникации между ИТ-персоналом и бизнес-пользователями.

Освоение содержания учебной дисциплины «Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью» студенту позволит

**знать:**

- особенности деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;
- основные принципы создания продукта в рекламе и связях с общественностью;
- основные принципы взаимодействия с клиентами организации;
- особенности применения информационных технологий при создании рекламного и PR-продукта;
- технологии позиционирования предприятия, технологии продаж в сети интернет;
- основные принципы и технологии взаимодействия с аудиторией Интернет;
- основные принципы профессиональной коммуникации в бизнес-среде;
- особенности трансляции информации, выбор коммуникационных каналов и формирование сообщений;
- принципы планирования коммуникации и механизмы оценки её эффективности.

**уметь:**

- осуществлять сбор, обработку и анализ различных видов информации для решения профессиональных задач в сфере рекламы и связей с общественностью;
- применять информационные технологии в производстве рекламного и PR-продукта;
- использовать информационные технологии для взаимодействия с потребителем и донесения до него рекламной информации;
- реализовывать технологии позиционирования электронного предприятия;
- формировать потребительскую аудиторию;
- взаимодействовать с потребителем;
- оценивать эффективность рекламного и PR-продукта;
- оценивать эффективность и важность получаемых результатов.
- использовать методы классификации и прогнозирования социально-экономических явлений и процессов;
- применять инновационный подход при решении коммуникационных задач.

**владеть:**

- методами решения типовых задач при планировании, разработке и размещении рекламной и PR-информации;
- приемами оценки информации;
- методами, позволяющими структурировать и преобразовывать информацию для использования информации в профессиональной деятельности;
- приемами получения информации;
- приемами оценки эффективности рекламной деятельности в сети Интернет;
- приемами оценки эффективности деятельности по связям с общественностью в сети Интернет;
- приемами сбора и анализа информации для продвижения продукции компании в сети интернет;

- основными методами донесения информации до потребителя посредством информационных технологий;

- навыками формулирования и оценки гипотез.

#### **4.Краткое содержание:**

Современные реклама и PR: основные характеристики и особенности коммуникации.

Технологии применения рекламы и связей с общественностью.

Понятие коммуникационных кампаний.

Интернет как канал распространения рекламной и PR-информации.

Основные принципы управления интернет-рекламой.

Поисковая оптимизация сайта (SEO оптимизация). Поисковое продвижение сайта.

Технологии Web 2.0 и социальные медиа.

Нестандартные рекламные и PR-технологии.

#### **5.Распределение времени по видам занятий**

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 6 зач.ед., 216 часов, из них: лекции – 4 часа, семинарские и практические занятия – 16 часов, самостоятельная работа – 196 часов.

Дисциплина изучается на 4 курсе (7 семестр) форма контроля – экзамен.