

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ И ТАРГЕТИРОВАНИЕ В РЕКЛАМЕ И PR»

Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины «Целевые аудитории и таргетирование в рекламе и PR» – формирование у студентов исследовательского и аналитического мышления, направленного на создание портрета целевой аудитории в рекламе и PR и использование преимуществ таргетирования в рекламе и PR.

Задачи изучения дисциплины:

- познакомить студентов с различными сегментами и моделями поведения целевой аудитории в рекламе и PR;
- сформировать навыки исследования и анализа данных о целевой аудитории в рекламе и PR;
- сформировать у студентов общее представление о содержании и особенностях профессиональных задач в области таргетирования в рекламе и PR;
- систематизировать и закрепить знания о таргетировании в рекламе и PR;
- сформировать навыки настройки и запуска таргетинга в рекламе и PR.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

| Код и наименование компетенции(ий) выпускника | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|--|---|---|
| ПК-3 Способен проводить подбор каналов и разрабатывать систему показателей их эффективности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | ИПК 3.1 Имеет представление о принципах подбора каналов продвижения и разработки системы показателей их эффективности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ИПК 3.2 Анализирует соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» общей маркетинговой стратегии организации | Знать: основы таргетинга; каналы продвижения и принципы их подбора; показатели эффективности каналов продвижения; характер и модели поведения целевой аудитории в рекламе и PR. Уметь: анализировать портрет целевой аудитории; проводить подбор каналов продвижения с учётом целевой аудитории. Владеть: навыком подбора каналов продвижения товаров и услуг с учётом целевой аудитории и анализа показателей эффективности подбора каналов коммуникации. |
| ПК-4 Способен применять в профессиональной | ИПК 4.1. Использует программное обеспечение и технические | Знать: таргетированные онлайн и офлайн коммуникации, технические средства, |

| Код и наименование компетенции(ий) выпускника | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|--|---|--|
| <p>деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций</p> | <p>средства, применяет методы и приемы для онлайн и офлайн коммуникации и мониторинга информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ИПК 4.2. Организует работу по созданию и редактированию контента.</p> | <p>необходимые для осуществления мониторинга информации; структурные и композиционные особенности рекламного и PR-текста. Уметь: применять методы и приемы для онлайн и офлайн таргетированных коммуникаций; осуществлять мониторинга информации при решении профессиональных задач; создавать и редактировать рекламный и PR-контент. Владеть: навыками настройки таргетированной рекламы и PR; создания и редактирования контента.</p> |

Содержание дисциплины

| Наименование тем (разделов) |
|--|
| Тема 1. Целевые аудитории в рекламе и PR. |
| Тема 2. Группы целевых аудиторий и особенности взаимодействия с ними при помощи каналов коммуникации |
| Тема 3. Таргетирование в рекламе и PR. |

Форма контроля – зачет с оценкой.