

## **Аннотация учебной дисциплины «ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ»**

**для слушателей программы профессиональной переподготовки  
«Результативный маркетинг»**

### **Пояснительная записка**

Данная программа предназначена для изучения основных направлений интерактивного маркетинга и медийного размещения на digital-носителях: мобильной рекламы и маркетинга, маркетинг и реклама в социальных медиа, интерактивные специальные проекты в блогосферах, социальных сетях, контент-афишах в Интернет. Для того, чтобы управлять эффективностью медийного размещения, необходимо понимать все основы данного инструментария, изучать все существующие площадки, разрабатывать комплексные рекламные кампании. Грамотное медиапланирование в данном секторе зависит от хорошего знания рынка в-целом, знания площадок, готовых к размещению и более эффективных как медиа-носители, оценки аудитории, знаний об исследовании данного продукта.

Дисциплина призвана углубить и детализировать знания обучающихся в области мобильного маркетинга и рекламы.

### **Цель дисциплины**

Данная дисциплина предназначена для того, чтобы слушатели программы профессиональной переподготовки могли более подробно рассмотреть все аспекты существования на рынке новых инновационных методов продвижения, в частности, таких как мобильный маркетинг и реклама, интерактивные инструменты продвижения в социальных сетях, и многое другое.

### **Учебные задачи дисциплины.**

Сформировать представления о направлениях мобильного маркетинга и рекламы, об особенностях инновационных подходов продвижения, изучить возможности практического применения данных направлений в общем контексте продвижения продукта (бренда) в условиях нестабильной, быстро изменяющейся внешней среды, изучить методы инновационного продвижения в области мобильного маркетинга и рекламы, понять основной инструментарий применения этих методов.

В результате освоения дисциплины слушатели должны:

#### **ЗНАТЬ:**

- Методы размещения рекламного продукта в инновационных направлениях рекламного продвижения;
- Площадки и инструментарий для инновационного продвижения рекламного продукта (бренда);
- Мероприятия по реализации стратегии продвижения с помощью инновационных моделей продвижения – мобильной рекламы и всех направлений мобильного маркетинга;
- Динамические варианты рекламного размещения в инновационных моделях продвижения.

**УМЕТЬ:**

- Определять возможные риски по проведению рекламных кампаний в инновационных методах продвижения;
- Формулировать миссию и цели инновационного продвижения бренда, действующего на рынке рекламы, на основе стратегического анализа.

## Тематическое содержание дисциплины

**Тема 1. Введение**

**Тема 2. Рекламодатели Российского Интернета**

**Тема 3. Основной инструментарий рекламодателя Интернета**

**Тема 4. Ценообразование**

**Тема 5. Аудитория Интернета**

**Тема 6. Основные кейсы интерактивного маркетинга**

**Тема 7. Мобильная реклама**

**Тема 8. Комплексные акции интерактивного маркетинга.**

## Учебно-методическая литература

### Базовый учебник

Кент Вертайм, Ян Фенвик. Цифровой Маркетинг, Москва, 2010

### Основная и дополнительная литература

1. Кент Вертайм, Ян Фенвик. Цифровой Маркетинг, Москва, 2010
2. Голубков Е.П. Основы маркетинга: Учебник. — М.: Финпресс, 1999.
3. Ламбен Жан-жак. Стратегический маркетинг. — Санкт-Петербург: Наука, 1996.