

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Информационные системы и технологии в рекламной деятельности						
Формируемые компетенции	ОПК-6						
Задачи дисциплины	<p>Формирование у учащихся необходимых общекультурных и предметных компетенций, овладение студентами навыками использования компьютерных и информационных технологий в профессиональной деятельности менеджера по рекламе.</p> <p>Изучение студентами основных аспектов информационных технологий в рекламе, позволяющих грамотно ориентироваться в вопросах получения, обработки, интерпретации необходимой для рекламной деятельности информации и применения соответствующих алгоритмов и технологий с целью подготовки содержания и оформления рекламных сообщений, принятия оптимальных решений по проведению рекламных кампаний, оценки эффективности рекламной деятельности</p> <p>Формирования у студентов общих знаний и системного подхода при рассмотрении использования и внедрения различных информационных систем и технологий и программных комплексов на объектах экономического рынке применительно к сфере рекламной деятельности.</p>						
Основные разделы / темы дисциплины	1. Информационные технологии в рекламной деятельности 2. Информационная база рекламной деятельности 3. Сетевые технологии и Интернет в рекламе						
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой						
Общая трудоемкость дисциплины	5 зач. ед., 180 акад. час.						
	Семестр	Аудиторная нагрузка, час.			СРС, ч	Промежуточная аттестация, ч	Всего за семестр, ч
		Лекции	Пр. занятия	Лаб. работы			
7	24	24	-	132	-	180	