

Московский государственный университет культуры и искусств  
Кафедра виртуальных коммуникаций

### **Реклама и Интернет**

Учебная программа курса по специальности N 351400 –  
Прикладная информатика (в менеджменте)  
Квалификация: Информатик-менеджер

Москва 2004

Рекомендовано редакционно-издательским советом МГУКИ

Утверждена на заседании кафедры виртуальных коммуникаций от 15 сентября 2004 г., протокол №2

Рекомендована к изданию методическим советом факультета менеджмента и социально-информационных технологий МГУКИ от 20 октября 2004 г., протокол №3

Составители: доктор культурологии, профессор  
**Шлыкова О.В.**

Реклама в Интернет: Учебная программа по специальности N351400 – Прикладная информатика (в менеджменте). Квалификация: Информатик-менеджер / Сост. О.В. Шлыкова. – М.:МГУКИ, 2004. – 14 с.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
Тематический план курса.....	4
Содержание курса.....	5
Список литературы.....	8
Вопросы для самопроверки.....	9
Интернет-ресурсы в сфере рекламы.....	10
Словарь используемых компьютерных терминов.....	11

## Введение

Целью курса «**Реклама и Интернет**» является изучение студентами базовых представлений о Рекламных технологиях в Сети и Интернет-рекламе, позволяющих ориентироваться в рекламных стратегиях Интернет-бизнеса и Интернет-рекламы, в вопросах получения, обработки, интерпретации необходимой для рекламной деятельности информации из Сети с целью подготовки содержания и оформления рекламных сообщений, принятия оптимальных решений по проведению рекламных кампаний, оценки эффективности рекламной деятельности.

Курс дает начальное представление об Интернет как маркетинговом инструменте, а также рекламных ресурсах и услугах в Сети. Особое место уделено вопросам создания сайта в Интернет, выступающего своего рода рекламной витриной представления деятельности конкретной компании или корпоративной структуры, а также связям с радикальными изменениями российской рыночной среды и ее специфических условий (брендинг, директ-маркетинг, медиапланирование, рекламный менеджмент, паблик рилейшнз и др.).

Усвоению содержания курса способствуют соответствующие формы обучения: семинарские и практические занятия, домашние работы студентов.

Он включает наряду с общей информацией вводного плана об Интернет, разделы, посвященные сетевому этикету, особенностям Web-индустрии, поиску информации в Сети, а также рекламным ресурсам и услугам, который поможет студентам ориентироваться в виртуальном пространстве и повышать свой знаниевый потенциал, и в сфере рекламы. В нем также даются некоторые практические советы относительно того, как создать собственный ресурс, обогатив Интернет-пространство.

Задачами курса являются:

- изучение Интернет-технологий в рекламе, требований к составу информации, ее содержанию и функциям;
- изучение основных направлений развития и совершенствования сферы Интернет обеспечения рекламной деятельности (правовой, технический, организационный и экономический аспекты);
- изучение прикладных аспектов Интернет-технологий, возможностей их использования в процессе рекламной деятельности;
- получение основ знаний о рекламной аудитории Сети, обработке результатов исследования аудитории с использованием современных статистических программных продуктов;