

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Томский государственный педагогический университет»
(ТГПУ)



ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ЕН.В.01 Реклама в глобальной сети Интернет

1.Цели и задачи дисциплины

Целью данного курса является изучение студентами основных аспектов использования рекламы в глобальной сети Интернет.

Задачами курса являются:

- Изучение основных направлений Интернет-рекламы;
- Изучение основных программных продуктов, используемых для создания объектов Интернет-рекламы;
- изучение теоретических основ и приобретение практических навыков работы по изучению потенциальной рекламной аудитории в сети Интернет, обработке результатов исследования аудитории.

Курс позволяет студентам более уверенно ориентироваться в сфере компьютерно-сетевых технологий, активно использующихся в настоящее время в рекламной деятельности. Студенты получают теоретические знания и практические навыки по ведению рекламной компании в сети Интернет, созданию объектов Интернет-рекламы.

2.Требования к уровню освоения содержания дисциплины

В результате освоения курса студенты должны

владеть:

- Навыками исследования рекламной информации в сети Интернет и обработки полученных данных;
- технологиями создания рекламных продуктов, используемых в сети Интернет;
- технологиями создания и продвижения сайта компании в сети Интернет.

уметь:

- Осуществлять поиск необходимой информации в сети Интернет;
- Проанализировать аудиторию потребителей Интернет-рекламы;
- Использовать электронные списки рассылки;
- Создавать статические и динамические баннеры;
- Использовать банерные сети;
- Создавать сайт-визитку компании

знать:

- Принципы адресации в сети Интернет;
- Историю возникновения глобальной информационной сети Интернет;
- Особенности рекламы в сети Интернет;
- Основные принципы рынка электронной коммерции;
- Основные приемы создания веб-сайта.

3.Объем дисциплины и виды учебной работы:

Вид учебной работы	Трудоемкость (в соответствии с учебным планом) (час)	Распределение по семестрам (в соответствии с учебным планом) (час)		
		6 семестр		
	Всего - 60			
Аудиторные занятия	34	34		

Лекции				
Практические занятия				
Семинары				
Лабораторные работы	34	34		
Другие виды аудиторных работ				
Другие виды работ				
Самостоятельная работа	26	26		
Курсовой проект (работа)				
Реферат				
Расчётно-графические работы				
Формы текущего контроля				
Формы промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом		зачет		

4.Содержание дисциплины

4.1Раздел дисциплины и вид занятий (Тематический план)

№ п/п	Раздел дисциплины	Лекции	Лабораторные работы	Самостоятельная работа
1	Компьютерные сети		4	2
2	Основы Интернет-рекламы		4	6
3	Реклама в списках рассылки и конференциях		6	10
4	Рекламные носители в Интернет		8	4
5	Web-сайт компании		12	4

4.2. Содержание разделов дисциплины

1. Компьютерные сети

Принципы организации компьютерных сетей. История создания компьютерной сети Интернет. Основные принципы функционирования глобальных компьютерных сетей. Потенциальные возможности глобальных сетей при решении задач рекламы. Использование в рекламной практике сетевых технологий (BBS, Telnet, FTP, Usenet, WWW).

Локальные компьютерные сети и сети intranet как основа внутрикорпоративной рекламной деятельности, распространение внутренней рекламы в рамках внутрифирменного маркетинга. Роль локальных сетей в организации совместной работы по подготовке внешних рекламных акций.

2. Основы Интернет-рекламы

Развитие и принципы организации глобальной сети Интернет: структура, средства передачи данных, система адресации. Особенности рекламной коммуникации в Интернет, адресация электронной почты, технология www — гипертекстовое представление информации, адреса URL, браузеры для просмотра Web—сайтов.

Основные направления обеспечения информационной безопасности: правовая защита, организационная защита, инженерно-техническая защита (аппаратные, программные, криптографические средства).

3. Реклама в списках рассылки и конференциях

Реклама с помощью почтовой (e-mail) рассылки. Списки рассылки: покупка, Аренда, формирование собственного списка лояльных потребителей, преимущества и недостатки каждого подхода. Предотвращение опасности нарушения сетевых норм поведения при проведении рекламы по e-mail: спама (spam) и флейминга (flamming).

Реклама в группах новостей и телеконференциях: особенности ведения диалога, правила поведения (netiquette), особенности участия в модерлируемых телеконференциях. Организация собственной телеконференции и ее использование в рекламных целях.

4. Рекламные носители в Интернет

Баннер – как основной рекламный носитель. Понятие рекламного баннера. Виды баннеров, выполняемые ими функции. Стандарты на рекламные баннеры в сети, организации, занимающиеся подготовкой и внедрением баннерных стандартов.

Использование графических редакторов (На примере Inkscape, GIMP) для создания баннеров. Создание статических и динамических баннеров.

5. Web-сайт компании

Виды сайтов. Web-сайт как визитная карточка компании. Реализация возможности имиджевой рекламы компании, поддерживающей рекламы товаров, рекламы при выведении на рынок новых товаров и т.п.. Использование возможностей Web-сайта для проведения пробных рекламных кампаний, изучения (тестирования) аудитории посетителей сайта.

Создание веб-сайта с использованием визуальных редакторов.

Создание веб-сайта с использованием сетевых технологий конструирования сайтов.

5.Лабораторный практикум.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ
1	1	Поиск информации в сети Интернет с использованием поисковых систем
2	2	Определение целевой рекламной аудитории
3	3	Создание рекламного списка рассылки
4	3	Реклама на форумах и конференциях
5	3	Использование контекстной рекламы
6	4	Создание статического баннера
7	4	Создание динамического баннера
8	4	Создание интерактивного баннера
9	5	Разработка структуры сайта-визитки
10	5	Разработка дизайна сайта-визитки
11	5	Информационное наполнение сайта
12	5	Создание сайта-визитки с помощью визуального редактора
13	5	Создание сайта-визитки при помощи конструктора
14	5	Организация интерактивных сервисов на сайте
15	5	Продвижение сайта путем регистрации в каталогах
16	5	Сбор статистики посещаемости сайта
17	5	Анализ эффективности Интернет-рекламы

6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

а) основная литература:

1. Филинова, О.Е. Информационные технологии в рекламе / О.Е. Филинова. - КУДИЦ-ОБРАЗ, Москва, 2009. – 230 с.

б) дополнительная литература:

1. Егина, О. Программные продукты для медиапланирования / О. Егина - Рекламодатель: теория и практика. - 2004.
2. Основы WEB-технологий :учебное пособие/П. Б. Храмцов, С. А. Брик, А. М. Русак, А. И. Сурин.-2-е изд., испр.-М.:Интернет-Университет Информационных Технологий [и др.],2007.
3. Федорчук, А.В. Офис, графика, Web в LINUX. Практическое руководство / А. В. Федорчук - СПб.: БХВ-Петербург, 2001/
4. Хеллер, Д. Мультимедийные технологии в бизнесе / Д.Хеллер. - СПб.: БХВ-Петербург, 2007
5. Немчанинова Ю.П. Создание и редактирование графических элементов и блок-схем в среде OpenOffice.org (ПО для создания и редактирования блок-схем OpenOffice.org Draw). [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://linux.armd.ru/ru/documentation/metod/#5>
6. Немчанинова Ю.П. Обработка и редактирование векторной графики в Inkscape (ПО для обработки и редактирования векторной графики). [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://linux.armd.ru/ru/documentation/metod/#5>
7. Информатика: базовый курс: учебное пособие для вузов / под ред. С. В. Симоновича. - 2-е изд. - СПб.: Питер, 2007. - 639 с.: ил.
8. Степанов, А.Н. Информатика: учебное пособие для вузов / А. Н. Степанов. - 5-е изд. - СПб.: Питер, 2007.-764 с.: ил.
9. Информационные технологии: учебное пособие/Исаев Г.Н. – М.: Омега.Л, 2012. - 464 с. Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/106847>.
10. Технологии мультимедиа и восприятие ощущений: учебное пособие / Крапивенко А.В. - М.: Бином, 2009. - 272 с. Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/116179>.

6.2. Средства обеспечения дисциплины

Рабочая программа.

Программное обеспечение:

1. Пакет OpenOffice.org
OpenOffice.org Writer (текстовый редактор)
OpenOffice.org Calc(Электронные таблицы)
OpenOffice.org Draw(редактор для создания векторных изображений, схем)
OpenOffice.org Base(система управления базами данных)
2. Gimp (Редактор для создания и обработки растровых изображений)
3. Inkscape (Программа для создания и редактирования векторных изображений)
4. Интернет-браузер Mozilla Firefox
5. Bluefish(Программа для создания и редактирования web-страниц)
6. Kmail (Почтовый клиент)
7. Scribus. ПО для издательской деятельности

7.Материально-техническое обеспечение дисциплины

Компьютерный класс. Проекционное оборудование, локальная сеть, сеть интернет.

8.Методические рекомендации и указания по организации изучения дисциплины

8.1. Методические рекомендации преподавателю:

Для наиболее эффективного усвоения дисциплины рекомендуется использование технологии комбинированного обучения. В качестве методики проведения практических занятий можно предложить подготовку студентами тематических докладов, что позволит выработать навыки публичных выступлений и более детально изучить отдельные вопросы курса. Рекомендуется так же использование проектного метода и работы в микро-группах. В качестве промежуточного контроля знаний рекомендуется использовать проверочные

работы и тестирование. Для самостоятельной работы можно использовать литературу из раздела 6.1 б.

Самостоятельная проверка собственных знаний может осуществляться студентом при помощи вопросов из раздела 8.2

8.2. Методические указания для студентов:

В рамках изучения дисциплины предусмотрена самостоятельная работа студентов. Самостоятельная работа включает: самостоятельное изучение некоторых разделов теоретического материала, выполнение индивидуальных заданий, написание рефератов.

Перечень примерных контрольных вопросов и заданий для самостоятельной работы

- 1) Каким образом локальные вычислительные сети и сети intranet используются для информационного обеспечения рекламной деятельности;
- 2) Каковы основы функционирования глобальной сети Интернет. Какие в этой сети имеются средства для работы с рекламной информацией;
- 3) Воспользовавшись одним из поисковых серверов, найдите адреса сайтов нескольких известных сетевых рекламных фирм;
- 4) Выбрав один из адресов какой-либо фирмы, обратитесь на ее сайт и изучите доступную информацию. Какие возможности рекламы в Интернет использует эта фирма;
- 8) Изучите основные стандарты на рекламные баннеры. Найдите на специализированных сайтах информацию о существующих и разрабатываемых стандартах;
- 9) Найдите на сайтах различных компаний конкретные примеры использования стандартов на баннеры;
- 10) Найдите примеры промо-акций в сети интернет
- 11) Изучите возможности редактора MS Front Page по созданию веб-сайтов
- 12) Создайте сайт-визитку с использованием редактора MS Front Page
- 13) Таргетинг в рекламе. Рассмотрите применение таргетинга на примере поисковой системы Яндекс.

Примерная тематика рефератов.

1. Современные информационные технологии в рекламе.
2. Исследование рекламной аудитории: способы проведения и методы обработки результатов.
3. Использование технологий flash-анимации для создания динамических баннеров.
4. Промо-акции в интернет
5. Использование технологий баз данных в рекламе.
6. Информационные хранилища и интеллектуальный анализ данных в рекламе.
7. Локальные компьютерные сети и сети intranet как основа внутрикорпоративной рекламной деятельности.
8. Использование в рекламной практике технологий глобальных компьютерных сетей.
9. Рекламные возможности сети Интернет.
10. Реклама по e-mail и в телеконференциях: основные возможности.
11. Рекламная поддержка при создании и продвижении Web-сайта компании.
12. Использование возможностей Web-сайта для ведения рекламной деятельности.
13. Реклама в электронной коммерции.
14. Баннерная реклама в сети Интернет.
15. Роль сетевых рекламных агентств, предоставляемые ими услуги.
16. Сети баннерного обмена (banner exchange services)

Реферат должен быть напечатан на компьютере, иметь нумерацию страниц и поля (не менее 3-4 мм) для пометок и замечаний преподавателя. Основные вопросы, освещенные в работе,

следует указать в плане работы и выделить в тексте. При цитировании положений из литературы необходимо делать точные ссылки на источники. Цитаты не должны превышать 40% объема реферата, который, в общем, должен составлять примерно 10-15 стр. Реферат должен содержать вступительную часть, которая содержит краткую характеристику излагаемого вопроса, его актуальность, разработанность в литературе, цель и краткое описание структуры реферата. В заключении необходимо подвести итоги, сделать выводы и дать возможные рекомендации. В конце реферата необходимо привести список используемой литературы, в соответствии с использованными ссылками и оформленный по правилам библиографического описания. Студент в праве привлекать любую литературу, помимо рекомендованной, в конце работы необходимо поставить дату и подпись.

Реферат не может быть засчитан при наличии хотя бы одного из ниже перечисленных недостатков:

- если полностью или в значительной части работа выполнена самостоятельно, т.е. путем механического переписывания учебников, специальной или другой литературы;
- если выявлены существенные ошибки, свидетельствующие о том, что содержание тем не раскрыто и основные вопросы курса не усвоены;
- если работа отличается узконаправленным замкнутым подходом к решаемым проблемам без применения комплексного анализа, позволяющего студенту проявить широкий объем знаний написана небрежно, неразборчиво, с несоблюдением правил оформления.

Перечень вопросов к зачету:

1. Глобальные вычислительные сети, их возникновение и развитие.
2. Принципы организации компьютерных сетей.
3. Развитие глобальных средств рекламной коммуникации.
4. Локальные компьютерные сети и сети intranet как основа внутрикорпоративной рекламной деятельности.
5. Электронная почта, почтовые серверы.
6. Списки рассылки, их использование для почтовой рекламы.
7. Новостные серверы и серверы телеконференций.
8. Правила подписки и участия в телеконференциях.
9. Возможности рекламы в телеконференциях.
10. Методы сбора и анализа информации о рекламной аудитории.
11. Современные программы статистической обработки наблюдений.
12. Средства для рекламной работы в Интернет.
13. Поисковые механизмы, информационные порталы и рекламные информационные службы;
14. Рекламная деятельность при создании Web-сайта компании;
15. Рекламная деятельность при продвижении Web-сайта компании;
16. Web-сайт как информационная витрина.
17. Возможности проведения различных рекламных мероприятий с использованием Web-сайта.
18. Взаимодействие с клиентом Web-сервера, работа в интерактивном режиме.
19. Программное обеспечение для разработки Web-сайта.
20. Структура HTML-документа
21. Форматирование текста на Web-странице.
22. Вставка графических элементов на Web-страницу.
23. Создание гиперссылок.
24. Разработка макета главной страницы сайта.
25. Создание внутренних страниц сайта по образцу главной страницы.

26. Выбор хостинга для сайта.
27. Регистрация доменного имени сайта.
28. Размещение Web-материалов в сети. Загрузка файлов на сервер.
29. Фотогалерея на сайте. Виды галерей.
30. Вставка аудио-файлов на Web-страницу.
31. Вставка видео-файлов на Web-страницу.
32. Вставка Flash-анимации на Web-страницу.
33. Подготовка графических материалов к размещению в сети Интернет.
34. Создание веб-сайта с использованием сетевых технологий конструирования сайтов.
35. Рекламные средства для установления связи с посетителем.
36. Электронные магазины: изучение покупателей, проверка реакции на различные рекламные мероприятия, побуждение к совершению покупки;
37. Работа сетевых рекламных агентств. Набор оказываемых услуг, виды оплаты;
38. Сети баннерного обмена, их назначение и принципы функционирования.
39. Баннер как основной рекламный носитель в сети Интернет.
40. Стандарты на рекламные баннеры в сети.
41. Виды баннеров.
42. Программное обеспечение для создания баннеров.
43. Использование фрагментов готовых изображений при создании баннера в растровом редакторе.
44. Использование инструментов кисть, карандаш, заливка, штамп при создании баннера в растровом графическом редакторе.
45. Работа со слоями изображения при создании баннера.
46. Использование технологии работы со слоями изображения для создания динамического баннера в растровом графическом редакторе.
47. Создание статического баннера.
48. Инструменты для создания динамического баннера. Основные виды динамических баннеров.
49. Интерактивные баннеры.
50. Основные направления рекламы в сети Интернет.
51. Сравнение Интернет-рекламы с другими видами рекламы.
52. Флэйминг и почтовые атаки – основные признаки.
53. Основные признак спама и методы борьбы с ним.
54. Основные функции баннерных сетей.
55. Формы оплаты за баннерную рекламу.
56. Таргетирование рекламы.

Программа составлена в соответствии с государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки (специальности): 350700 (032401.65) Реклама

Рабочая программа учебной дисциплины составлена: ст. преподаватель каф. ИТ

Ю.П. Немчанинова Ю.П.

Рабочая программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры Информационных технологий

протокол № 1 от 30 августа 2012 года.

Зав. кафедрой Е.Г. Пьяных Е.Г.

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена методической комиссией физико-математического факультета

протокол № 5 от 30 августа 2012 года.

Председатель методической комиссии З.А. / Скрипко З.А.