

МОДЕЛИ РЕКЛАМНЫХ РЫНКОВ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Целями освоения дисциплины «Модели рекламных рынков в условиях цифровизации» являются: формирование у студентов понимания роли и функций рекламы, моделей ее развития в России и зарубежных странах в условиях современной цифровой среды, знание технологических инструментов и классификационных особенностей. Для выработки единого комплексного понимания рассматриваются все субъекты и институты современного рекламного рынка, прослеживается их взаимодействие, выделяется значения рекламного финансирования для современного медиарынка.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа).

№ п/п	Раздел дисциплины	Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
1	Развитие субъектов рекламного рынка: от истории до современности (темы 1-3)	
2	Трансформация каналов распространения рекламы в условиях цифровизации и их взаимодействие с другими участниками рынка (темы 4-6)	Контрольная работа (12-я неделя)
3	Модели рекламных рынков в разных странах и регулирование отрасли в условиях цифровой среды (темы 7-8)	Контрольная работа (16-я неделя)
4	Итоговая аттестация	Зачет