Подписано электронной подписью:
Вержицкий Данил Григорьевич
Должность: Директор КГПИ ФГБОУ ВО «КемГУ»
Дата и время: 2024-02-21 00:00:00
471086fad29a3b30e244c728abc3661ab35c9d50210def0e75e03a5b6fdf6436

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Кемеровский государственный университет»
Кузбасский гуманитарно-педагогический институт
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования
«Кемеровский государственный университет»
Факультет информатики, математики и экономики

УТВЕРЖДАЮ

Декан ФИМЭ

_____ А.В. Фомина

«23» июня 2021 г.

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.02.ДВ.01.01 Реклама в интернете

Направление подготовки
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)

Направленность (профиль) подготовки
Компьютерный дизайн

Программа бакалавриата

Квалификация выпускника
бакалавр

Форма обучения
Очная, заочная

Год набора 2020

Новокузнецк 2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

1 Цель дисциплины 3
1.1 Формируемые компетенции 3
1.2 Индикаторы достижения компетенций 3
1.3 Знания, умения, навыки (ЗУВ) по дисциплине 4
2 Объём и трудоёмкость дисциплины по видам учебных занятий. Формы промежуточной аттестации. 4
3 Учебно-тематический план и содержание дисциплины 5
3.1 Учебно-тематический план 5
3.2 Содержание занятий по видам учебной работы 5
4 Порядок оценивания успеваемости и сформированности компетенций обучающегося в текущей и промежуточной аттестации 7
5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины. 7
5.1 Учебная литература 7
5.2 Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины 8
5.3 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы. 9
6 Иные сведения и (или) материалы 10
6.1 Примерные вопросы и задания / задачи для промежуточной аттестации 10

1 ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате освоения данной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы компетенции основной профессиональной образовательной программы бакалавриата (далее — ОПОП): ПК-2.

Содержание компетенций как планируемых результатов обучения по дисциплине см. таблицы 1 и 2.

1.1 Формируемые компетенции

Таблица 1 — Формируемые дисциплиной компетенции

Наименование вида компетенции *(универсальная, общепрофессиональная, профессиональная)*	Наименование категории (группы) компетенций	Код и название компетенции
Профессиональная		ПК-2 Способен обучать профессиональной деятельности в сфере компьютерного дизайна и проектирования веб сайтов

1.2 Индикаторы достижения компетенций

Таблица 2 — Индикаторы достижения компетенций, формируемые дисциплиной

Код и название компетенции	**Индикаторы достижения компетенции по ОПОП**	**Дисциплины и практики, формирующие компетенцию ОПОП**
ПК-2 Способен обучать профессиональной деятельности в сфере компьютерного дизайна и проектирования веб сайтов	ПК 2.2 Демонстрирует владение методами компьютерного дизайна в целом или отдельных элементов по определенному ранее визуальному стилю, создание визуальных объектов, включая разработку их метафор.	Б1.В.02 Инструментальные средства компьютерного дизайна Б1.В.02.01 Программное обеспечение для обработки растровых изображений Б1.В.02.02 Программирование на JavaScript Б1.В.02.03 Видеомонтаж Б1.В.02.ДВ.01.01 Веб-дизайн в рекламе Б1.В.02.ДВ.01.02 Мультимедиа в веб-дизайне Б1.В.02.ДВ.02.01 XML в веб-дизайне Б1.В.02.ДВ.02.02 Эргономика в веб-дизайне Б2.О.02(У) Проектно-технологическая Б2.О.03(У) Проектная Б2.О.04(П) Педагогическая Б2.О.05(Пд) Преддипломная Б2.В.01(У) Технологическая Б3.О.02(Д) Выпускная квалификационная работа

1.3 Знания, умения, навыки (ЗУВ) по дисциплине

Таблица 3 — Знания, умения, навыки, формируемые дисциплиной

Код и название компетенции	**Индикаторы достижения компетенции, закрепленные за дисциплиной**	**Знания, умения, навыки (ЗУВ), формируемые дисциплиной**
ПК-2 Способен обучать профессиональной деятельности в сфере компьютерного дизайна и проектирования веб сайтов	ПК 2.2 Демонстрирует владение методами компьютерного дизайна в целом или отдельных элементов по определенному ранее визуальному стилю, создание визуальных объектов, включая разработку их метафор.	Знать: – цели, задачи и средства рекламной деятельности; – законодательные акты и нормативные документы в области рекламы; – основные виды рекламы; – выразительные средства рекламы; – технологии дизайна рекламной продукции; – технологии дизайна PR-продукции. Уметь: – разрабатывать дизайн графической продукции, средств визуальной коммуникации. – составлять техническое задание на производство PR-продукта, оценивать качество рекламной продукции; – выполнять эскизы с использованием различных графических средств и приемов; – разрабатывать колористическое решение рекламного продукта. Владеть: – навыками разработки творческих концепций в соответствии с техническим и творческим заданиями; – моделированием формы дизайн-объекта для передачи творческого художественного замысла.

2 ОБЪЁМ И ТРУДОЁМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ. ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.

Таблица 4 — Объем и трудоемкость дисциплины по видам учебных занятий

Общая трудоемкость и виды учебной работы по дисциплине, проводимые в разных формах	**Объём часов по формам обучения**		
	ОФО	**ОЗФО**	**ЗФО**
1 Общая трудоемкость дисциплины	144		144
2 Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	48		18
Аудиторная работа (всего):	48		18
в том числе:			
лекции	12		2
практические занятия, семинары			
практикумы			
лабораторные работы	36		16
в интерактивной форме			
в электронной форме			
Внеаудиторная работа (всего):			
в том числе, индивидуальная работа обучающихся с преподавателем			
подготовка курсовой работы /контактная работа			

групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем*)*			
творческая работа (эссе)			
3 Самостоятельная работа обучающихся (всего)	96		122
4 Промежуточная аттестация обучающегося: - зачет с оценкой (5-й семестр):			4

3 УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Учебно-тематический план

Таблица 5 — Учебно-тематический план очной формы обучения

№ недели п/п	Разделы и темы дисциплины по занятиям	Общая трудоёмкость *(всего час.)*	Трудоемкость занятий (час.)						Формы текущего контроля и промежуточной аттестации успеваемости
			ОФО			ЗФО			
			Аудиторн. занятия		СРС	Аудиторн. занятия		СРС	
			лекц.	практ.		лекц.	практ.		
Семестр 5									
	1 Виды интернет-рекламы								
1	1.1 Интернет-реклама в современных условиях	14	2	4	8	2	2	10	ИЗ
2	1.2 Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет	16	2	4	10		2	14	ИЗ
3	1.3 Контекстная реклама	14		4	10		2	12	ИЗ
4	1.4 Поисковое продвижение сайта (SEO)	14	2	4	8		2	12	ИЗ
5	1.5 Социальные сети. Порталы и блоги	14		4	10		2	12	ИЗ
6	1.6 Технологии баннерной рекламы.	14		4	10		2	12	ИЗ
	2 Планирование рекламной кампании								ИЗ
7	2.1 Аудитория Интернета.	14		4	10			12	ИЗ
8	2.2 Медиапланирование. Анализ эффективности интернет-рекламы. Веб-аналитика.	16	2	4	10		2	12	ИЗ
9	2.3 Стратегия, планирование в Интернет маркетинге	12	2		10			12	ИЗ
10	2.4 Оценка эффективности мероприятий Интернет маркетинга	16	2	4	10		2	14	ИЗ
11	Промежуточная аттестация - зачет с оценкой								Зачет с оценкой
ИТОГО по семестру			12	36					
	Всего:	144	12	36	96	2	16	122	

3.2 Содержание занятий по видам учебной работы

Таблица 6 – Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание занятия
	Семестр 5	
Содержание лекционного курса		

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание занятия
1		
1.1	Интернет маркетинг в современных условиях	Понятие Интернет маркетинга. Создание рекламной кампании в сети Интернет. Специфика мероприятий Интернет маркетинга в России. Место и роль мероприятий Интернет маркетинга в рекламной деятельности российских и иностранных предприятий. Интерактивный Интернет маркетинг.
1.2	Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет	Средства Интернет коммуникации. PR-кампания в Интернете.
1.4	Поисковое продвижение сайта (SEO)	Понятие поискового продвижения сайта. Сущность поискового продвижения сайта. Преимущества поискового продвижения сайта. Внутренние факторы, влияющие на продвижение сайта. Поисковая оптимизация сайта. Подбор ключевых запросов. Перелинковка. Штрафные санкции поисковых систем в отношении сайтов.
2	*Планирование рекламной кампании*	
2.2	Медиапланирование. Анализ эффективности интернет-рекламы. Веб-аналитика.	Маркетинговая стратегия в сети Интернет. Анализ спроса в сети Интернет. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы. Особенности оценки эффективности поисковой оптимизации сайтов. Пост-клик анализ рекламной кампании.
2.3	Стратегия, планирование в Интернет маркетинге	Стратегическое планирование кампании и оценка трафика. Составление прогноза бюджета мероприятий Интернет маркетинга.
2.4	Оценка эффективности мероприятий Интернет маркетинга	Понятие эффективности мероприятий Интернет маркетинга. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы и поисковой оптимизации сайтов. Аналитический отчет мероприятий Интернет маркетинга. Веб-сервисы статистики посещений сайтов: отличия и преимущества.
Содержание лабораторных занятий		
1	Виды интернет-рекламы	
1.1	Современный интернет-маркетинг	Планирование «вирусной» рекламной кампании
1.2	Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет	Оценка Web-сервисов статистики посещений сайтов, их отличия и преимущества.
1.3	Осуществление контекстной рекламы	Создание и настройка объявлений в Яндекс Директ, Google Adwords.
1.4	Реализация поискового продвижения сайта.	Осуществление поисковой оптимизации сайта. Перелинковка. Штрафные санкции поисковых систем в отношении сайтов.
1.5	Размещение рекламы в социальных сетях	Обзор рекламных инструментов и их стоимости в различных социальных сетях. Выбор рекламных инструментов для кампании.
1.6	Применение баннерной рекламы.	Разработка мероприятий по баннерной рекламе. Создание рекламных баннеров.
2	*Планирование рекламной кампании*	
2.1	Организация работы с аудиторией сайта.	Классификация потребителей по отношению к интернет-проекту.
2.2	Осуществление медиапланирования рекламной кампании.	Выбор средств генерации входящего трафика веб-сайта: таргетинг, коммуникейшн-микс, тайминг. Проблемы конверсии.
2.3	Осуществление стратегического планирования.	Анализ спроса в сети Интернет. Веб-аналитика. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика
2.4	Оценка эффективности мероприятий Интернет маркетинга	Составление аналитического отчета мероприятий Интернет маркетинга.
	Промежуточная аттестация - *зачет с оценкой*	

4 ПОРЯДОК ОЦЕНИВАНИЯ УСПЕВАЕМОСТИ И СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ В ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Для положительной оценки по результатам освоения дисциплины обучающемуся необходимо выполнить все установленные виды учебной работы. Оценка результатов работы обучающегося в баллах (по видам) приведена в таблице 7.

Таблица 7 — Балльно-рейтинговая оценка результатов учебной работы обучающихся по видам (БРС)

Учебная работа (виды)	Сумма баллов	Виды и результаты учебной работы	Оценка в аттестации	Баллы (19 недель)
Текущая учебная работа в семестре (Посещение занятий по расписанию и выполнение заданий)	**60**	Лекционные занятия (конспект) (16 занятий)	**2 балла —** посещение 1 лекционного занятия	5 –120
		Лабораторные работы (отчет о выполнении лабораторной работы) (22 работы).	**2 балла —** посещение 1 практического занятия и выполнение работы на 51-65% **4 балла** — посещение 1 занятия и существенный вклад на занятии в работу всей группы, самостоятельность и выполнение работы на 85,1-100%	18 -36
Итого по текущей работе в семестре				51 - 100
Промежуточная аттестация (экзамен)	40 (100% /баллов приведенной шкалы)	Теоретический вопрос 1	**5 баллов** (пороговое значение) **10 баллов** (максимальное значение)	5 – 10
		Теоретический вопрос 2	**5 баллов** (пороговое значение) **10 баллов** (максимальное значение)	5 - 10
		Выполнение задания	**10 баллов** (пороговое значение) **20 баллов** (максимальное значение)	10 - 20
Итого по промежуточной аттестации (экзамену)				(51 – 100% по приведенной шкале) 20 – 40 б.
Суммарная оценка по дисциплине: Сумма баллов текущей и промежуточной аттестации				51 – 100 б.

5 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.

5.1 Учебная литература

Основная учебная литература

1. Васильева, Г. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г. А. Васильев. - Электронные текстовые данные. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 183 c. - ISBN 978-5-238-01346-6 - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/883932

2. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст :

электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450115 (дата обращения: 16.11.2020).

3. Веселова, Ю. В. Графический дизайн рекламы. Плакат [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю. В. Веселова, О. Г. Семенов - Электронные текстовые данные. - Новосибирск : НГТУ, 2012. - 104 с. - ISBN 978-5-7782-2192-5 - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/556602

4. Костина, Н. Г. Фирменный стиль и дизайн [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. Г. Костина, С. Ю. Баранец. — Электронные текстовые данные. — Кемерово : КемГУ, 2014. — 97 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/93556 . — Загл. с экрана.

Дополнительная учебная литература

1. Годин, А. М. Брендинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. М. Годин. - 3-е изд., перераб. и доп. - Электронные текстовые данные. - Москва : Дашков и К, 2016. - 184 с. - ISBN 978-5-394-02629-4 - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/329358

2. Кобелев, О. А. Электронная коммерция [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. А. Кобелев ; под ред. С. В. Пирогова. - 4-е изд., перераб. и доп. - Электронные текстовые данные. - Москва : Дашков и К, 2017. - 684 с. - ISBN 978-5-394-01738-4 - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/340852

3. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 "Дизайн", 032401 "Реклама" / Р. Ю. Овчинникова; под ред. Л. М. Дмитриевой. - Электронные текстовые данные. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 239 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01525-5 - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/872607

4. Романычева, Э. Т. Дизайн и реклама. Компьютерные технологии [Электронный ресурс] : Справочное и практическое руководство / Э. Т. Романычева, О. Г. Яцюк. — Электронные текстовые данные. — Москва : ДМК Пресс, 2006. — 432 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/1102 . — Загл. с экрана.

5. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. Н. Ткаченко ; под ред. Л. М. Дмитриевой. - Электронные текстовые данные. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2019. - 176 с.- (Бакалавриат). - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/994302

5.2 Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Таблица 8 — Информационные технологии и программное обеспечение аудиторных занятий и самостоятельной работы

№п/п	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным

	наглядных пособий и используемого программного обеспечения	планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	**316 Учебная аудитория** (мультимедийная) для проведения: - занятий лекционного типа; - групповых и индивидуальных консультаций; - текущего контроля и промежуточной аттестации. **Специализированная (учебная) мебель:** доска маркерно-меловая, кафедра, столы, стулья. **Оборудование:** *стационарное* - ноутбук преподавателя, проектор, экран. **Используемое программное обеспечение:** MSWindows (MicrosoftImaginePremium 3 year по сублицензионному договору № 1212/КМР от 12.12.2018 г. до 12.12.2021 г.), LibreOffice (свободно распространяемое ПО), антивирусное ПО ESET Endpoint Security, лицензия №EAV-0267348511 до 30.12.2022 г.; Mozilla Firefox (свободно распространяемое ПО), Google Chrome (свободно распространяемое ПО), Opera (свободно распространяемое ПО), FoxitReader (свободно распространяемое ПО), WinDjView (свободно распространяемое ПО), Яндекс.Браузер (отечественное свободно распространяемое ПО). **Интернет с обеспечением доступа в ЭИОС.**	654027, Кемеровская область - Кузбасс, г. Новокузнецк, пр-кт Пионерский, д. 13, пом. 2
2	**303 Компьютерный класс.** Учебная аудитория (мультимедийная) для проведения занятий: - лабораторного типа; - групповых и индивидуальных консультаций; - текущего контроля и промежуточной аттестации. **Специализированная (учебная) мебель:** доска маркерно-меловая, столы компьютерные, стулья. **Оборудование для презентации учебного материала**: *стационарное* - ноутбук преподавателя, экран, проектор. **Оборудование:** компьютеры для обучающихся (11 шт.). **Используемое программное обеспечение:** MS Windows (Microsoft Imagine Premium 3 year по сублицензионному договору № 1212/КМР от 12.12.2018 г. до 12.12.2021 г.), LibreOffice (свободно распространяемое ПО), FoxitReader (свободно распространяемое ПО), Firefox 14 (свободно распространяемое ПО), Яндекс.Браузер (отечественное свободно распространяемое ПО), Gimp 2(свободно распространяемое ПО), Paint.NET(свободно распространяемое ПО), Dia(свободно распространяемое ПО), Adobe Reader XI (свободно распространяемое ПО), WinDjView(свободно распространяемое ПО). **Интернет с обеспечением доступа в ЭИОС.**	654027, Кемеровская область - Кузбасс, г. Новокузнецк, пр-кт Пионерский, д. 13, пом. 2

5.3 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.

Перечень СПБД и ИСС по дисциплине

1. Советы о дизайне, верстке, редактировании текста и переговорах с клиентами – http://artgorbunov.ru/bb/soviet

2. html academy – интерактивные онлайн-курсы – https://htmlacademy.ru/

3. Коллекция примеров современного веб-дизайна – https://www.instagram.com/welovewebdesign/

4. Готовые палитры и примеры сочетания цветов – http://www.colourlovers.com

6 ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ И (ИЛИ) МАТЕРИАЛЫ

6.1 Примерные вопросы и задания / задачи для промежуточной аттестации

Семестр 5

Таблица 9 - Примерные теоретические вопросы и практические задания к зачетус оценкой

Разделы и темы	Примерные теоретические вопросы	Примерные практические задания
1 Виды интернет-рекламы		
1.1 Интернет-реклама в современных условиях	1. Понятие Интернет маркетинга. Создание рекламной кампании в сети Интернет. Специфика мероприятий Интернет маркетинга в России. 2. Место и роль мероприятий Интернет маркетинга в рекламной деятельности российских и иностранных предприятий.	
1.2 Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет	1. Средства Интернет коммуникации. 2. PR-кампания в Интернете.	
1.3 Контекстная реклама	1. Понятие контекстной рекламы. Стратегии ведения контекстной рекламной кампании. 2. Рынок контекстной рекламы. Сервисы контекстной рекламы. 3. Расчет эффективности контекстной рекламной кампании.	Подобрать запросы и ключевые слова для предложенной рекламной кампании
1.4 Поисковое продвижение сайта (SEO)	1. Понятие поискового продвижения сайта. Сущность поискового продвижения сайта. Преимущества поискового продвижения сайта. 2. Внутренние факторы, влияющие на продвижение сайта. Поисковая оптимизация сайта. Подбор ключевых запросов. 3. Перелинковка. Штрафные санкции поисковых систем в отношении сайтов. 4. Особенности оценки эффективности поисковой оптимизации сайтов	Оптимизировать веб-страницу для поискового продвижения.
1.5 Социальные сети. Порталы и блоги	1. Понятие и сущность социальной сети. Основные отличия российских и иностранных социальных сетей на примере Facebook, Twitter,	Исходя из заданного бюджета разработать план кампании в указанной социальной сети.

	Вконтакте, Одноклассники. 2. Стратегия продвижения в социальных сетях. 3. Инструменты продвижения в социальных сетях 4. Интеграция сайта с социальными сетями. 5. Интерактивный Интернет маркетинг: приложения и игры, ролики.	
1.6 Технологии баннерной рекламы.	1. Порядок разработки мероприятий баннерной рекламы. 2. Особые требования к баннерным объявлениям	Изготовить баннер для размещения баннерной рекламы в рамках указанной рекламной кампании в баннерообменной сети.
2 Планирование рекламной кампании		
2.1 Аудитория Интернета.	1. Статистические средства анализа интернет-аудитории. 2. Средства сбора информации о посетителях сайта.	Пользуясь доступными источниками собрать статистическую информацию о пользователях указанного сайта.
2.2 Медиапланирование. Анализ эффективности интернет-рекламы. Веб-аналитика.	1. Маркетинговая стратегия в сети Интернет. Анализ спроса в сети Интернет. 2. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы. 3. Пост-клик анализ рекламной кампании.	
2.3 Стратегия, планирование в Интернет маркетинге	1. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика. 2. Составление прогноза бюджета мероприятий Интернет маркетинга.	
2.4 Оценка эффективности мероприятий Интернет маркетинга	1. Понятие эффективности мероприятий Интернет маркетинга. 2. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы и поисковой оптимизации сайтов. 3. Аналитический отчет мероприятий Интернет маркетинга. 4. Веб-сервисы статистики посещений сайтов: отличия и преимущества.	На основе первичных данных составить отчет об эффективности рекламной кампании.