

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 31.05.2024 12:29:09
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов
имени Патриса Лумумбы»**

Филологический факультет

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Рекламное продвижение в Интернете

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МСЧН для направления подготовки/ специальности:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки/ специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

Реклама и связи с общественностью

Реклама и связи с общественностью в цифровой среде

2024 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: сформировать у студентов базовые теоретические и практические знания о продвижении в интернете с возможностью применения полученных знаний и навыков в деятельности коммуникационных агентств и коммуникационных подразделений компаний.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов навыки использования современного инструментария при работе с интернет-медиа, в частности, используемого для размещения контента, анализа ключевых показателей эффективности и мониторинга;
- сформировать теоретические и практические знания, необходимые для осуществления мер, связанных с рыночными отношениями в интернете;
- развить интерес к исследованию рыночных процессов в интернете;
- стимулировать творческий подход к работе в области продвижения в интернете.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Рекламное продвижение в Интернете» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

| Шифр | Компетенция | Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины) |
|-------|--|---|
| УК-1 | УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий | УК-1.3. Применяет навыки критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и определяет стратегию действий для достижения поставленной цели |
| ОПК-3 | ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов | ОПК-3.1. Знает содержание этапов и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса |
| ПК-4 | ПК-4. Способен создавать концепцию и планировать реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и /или пиар | ПК-4.1. Разрабатывает все компоненты концепции и выстраивает приоритеты решения творческих задач |

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Рекламное продвижение в Интернете» относится к обязательной части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Разработка сайтов и мобильных приложений».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|-------------|--|--|--|
| УК-1 | УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий | | Digital-стратегия; Учебно-ознакомительная практика; Преддипломная практика; Выпускная квалификационная работа магистра |
| ОПК-3 | ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов | | История и теория media; Управление рекламным агентством и связями с общественностью; Учебно-ознакомительная практика; Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика; Выпускная квалификационная работа магистра |
| ПК-4 | ПК-4. Способен создавать концепцию и планировать реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и /или пиар | | Professional workshop / Профессиональный воркшоп; Поисковая оптимизация сайтов в сети Интернет; Организация работы агентства рекламы и связей с общественностью; Учебно-ознакомительная практика; Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика; Выпускная квалификационная работа магистра |

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Рекламное продвижение в Интернете» составляет 4 зачетных единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

| Вид учебной работы | ВСЕГО, ак.ч. | Семестр(-ы) | | | |
|---|-----------------|-------------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Контактная работа, ак.ч. | 108 | 108 | | | |
| Лекции (ЛК) | | 34 | | | |
| Лабораторные работы (ЛР) | | | | | |
| Практические/семинарские занятия (СЗ) | | 34 | | | |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | | 22 | | | |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. | | 18 | | | |
| Общая трудоемкость дисциплины | ак.ч. | 108 | | | |
| | зач.ед. | 3 | | | |

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

| Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела (темы) | Вид учебной работы* |
|------------------------------------|---|---------------------|
| Введение в дисциплину | Основы рекламы в Интернете | ЛК, СЗ |
| | Задачи рекламного продвижения в Интернете | |
| Инструменты рекламного продвижения | Инструменты продвижения в Интернете | ЛК, СЗ |
| | Ценообразование инструментов | |
| Форматы рекламы | Форматы рекламы в Интернете | ЛК, СЗ |
| Веб-аналитика | Оптимизация рекламных кампаний | ЛК, СЗ |
| | Веб-Аналитика | |
| Аудит и анализ | Аудит и верификация рекламы | ЛК, СЗ |
| | Анализ целевой аудитории | |
| | Анализ активности конкурентов | |

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Тип аудитории | Оснащение аудитории | Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости) |
|--|--|--|
| Лекционная | Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций | |
| Компьютерный класс | Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве 18 шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций. | |
| Для самостоятельной работы обучающихся | Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС. | |

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

- Интернет-реклама: Учебное пособие / А.А. Годин, А.М. Годин, В.М. Комаров. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2012. - 168 с.: 60x84 1/16. (обложка) ISBN 978-5-394-00465-0, 1000 экз. - Режим доступа: <http://znaniyum.com/catalog/product/337799>
- Интернет-маркетинг: учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.]; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 288 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-6762-3.
- Функциональный и интернет-маркетинг: Монография / О.С. Сухарев, Н.В. Курманов, К.Р. Мельковская. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с.: 60x90 1/16. - (Наука).

(переплет) ISBN 978-5-905554-33-9 - Режим доступа:

<http://znanium.com/catalog/product/398462>

4. Wind Y. J., Mahajan V. Digital marketing: global strategies from the world's leading experts.

— John Wiley & Sons, 2002. — URL:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/hselibraryebooks/detail.action?docID=117489&query=digital+marketing> — ЭБС ProQuest Ebook

Central - Academic Complete.

5. Джулер А. Дж. Креативные стратегии в рекламе / А. Дж. Джулер, Б. Л. Дрюниани; Пер. с англ. Т. В. Виноградовой, Л. Л. Царук; Пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. — СПб.: Питер, 2003.

6. Иванов А. Как придумать идею, если вы не Огилви. — М.: Альпина Паблишер, 2015. — URL: <http://lib.alpinadigital.ru/ru/library/book/3012> — ЭБС Alpina Digital

Дополнительная литература:

1. HARDEN, Leland, and Bob HEYMAN. Digital Engagement : Internet Marketing That Captures Customers and Builds Intense Brand Loyalty, AMACOM, 2009. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/hselibrary-ebooks/detail.action?docID=434981>.

2. Halligan, Brian, and Dharmesh Shah. Inbound Marketing : Attract, Engage, and Delight Customers Online, John Wiley & Sons, Incorporated, 2014. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/hselibrary-ebooks/detail.action?docID=1762792>.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/> - поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Электронный курс по дисциплине «Рекламное продвижение в Интернете» в системе РУДН ТУИС.

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Рекламное продвижение в Интернете» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИКИ:

| | | |
|----------------|---------|---------------------|
| _____ | _____ | Василюк К.В. |
| Должность, БУП | Подпись | Фамилия И.О. |

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

| | | |
|--|---------|---------------------|
| Заведующий кафедрой массовых коммуникаций | _____ | Барабаш В.В. |
| Наименование БУП | Подпись | Фамилия И.О. |

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

| | | |
|---|---------|-----------------------|
| Доцент кафедры массовых коммуникаций | _____ | Яблонских А.В. |
| Наименование БУП | Подпись | Фамилия И.О. |