

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 28.05.2025 10:30:17
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

2025 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:

1. Интернет-реклама: Учебное пособие / А.А. Годин, А.М. Годин, В.М. Комаров. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2012. - 168 с.: 60х84 1/16. (обложка) ISBN 978-5-394-00465-0, 1000 экз. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/337799>
2. 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.
3. Функциональный и интернет-маркетинг: Монография / О.С. Сухарев, Н.В. Курманов, К.Р. Мельковская. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с.: 60х90 1/16. - (Наука).

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

<http://znaniyum.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&](https://ebookcentral.proquest.com/lib/hselibraryebooks/detail.action?docID=117489&query=digital+marketing)

[query=digital+marketing](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-](https://ebookcentral.proquest.com/lib/hselibrary-ebooks/detail.action?docID=434981)

[ebooks/detail.action?docID=434981](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.