

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 05.08.2026 09:38:59

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ

УТВЕРЖДАЮ

Ректор _____ С.С. Юров

«26» февраля 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

РЕКЛАМА В ИНТЕРНЕТЕ

Специальность: 55.05.04 Продюсерство

Специализация: Продюсер мультимедиа

Уровень высшего образования: специалитет

Форма обучения: очная

Москва, 2026

1. Пояснительная записка

1.1. Цели и задачи дисциплины

Данный курс направлен на формирование у обучающихся представлений о разных этапах работы онлайн-медиа. Цель дисциплины – сформировать у выпускников общее представление о состоянии и специфике рекламного рынка в России; выработать понимание конкретных принципов и механизмов работы интернет-рекламы.

Задачи:

- определить специфику рекламного рынка РФ;
- изучить взаимосвязь между его субъектами;
- обозначить специфику интернет-рекламы;
- определить специфику российского рынка интернет-рекламы;
- изучить виды интернет-рекламы;
- освоить современные технологии создания рекламы в интернете.

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-4 Способен управлять процессом создания и реализации проектов в аудиовизуальной сфере	ПК-4.1 умеет осуществлять руководство творческо-производственной группой по созданию проектов в области экранных искусств;	Знать: основные современные термины и понятия из области интернет-рекламы; подходы к созданию интернет-рекламы разных видов. Уметь: анализировать концепции рекламных кампаний в интернете. Владеть: навыками создания рекламных сообщений разных видов: SEO, нативная реклама, email-рассылка.
	ПК-4.2 умеет совместно с творческо-производственной группой разрабатывать календарно-постановочные планы и сметную стоимость производства проектов	Знать: тенденции развития интернет-рекламы. Уметь: использовать социальные сети как площадку для создания рекламы. Владеть: методикой создания скрытой или нативной рекламы.

1.3 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Реклама в интернете» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 академических часов.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
10	Лекции	24
	Практические занятия	32
Всего:		56

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 8 академических часов, включая 18 часов на подготовку к промежуточной аттестации.

8

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Структура и тенденции развития рекламного рынка.	Понятие рекламы. Возникновение рекламы. Влияние рекламы на общество. Реклама в системе экономических отношений. Реклама в контексте научно-технической революции. Этапы развития рекламы. Специфика рекламы Европы, США и РФ в XX веке. Основные тенденции развития рекламы в XXI веке. Функция рекламы в современном обществе. Понятие аудитории и целевой аудитории.
2	Типология рекламы.	Газетно-печатная реклама. Наружная реклама. Реклама на ТВ и радио. Интернет-реклама. Что такое объект рекламы. Объекты и субъекты рынка рекламы. Реклама в системе коммуникаций. Направленность на аудиторию: бизнес-реклама, потребительская реклама. Прямая и косвенная реклама. Национальная и региональная реклама.

3	Каналы и способы распространения интернет-рекламы.	Возникновение интернет-рекламы и основные этапы развития. Специфика онлайн-пространства. Характеристики аудитории и ниш интернет-рекламы. Возможности каналов распространения рекламы. Графическая реклама. Текстовая реклама. Аудиовизуальная реклама. Основные средства рекламы. Способы продвижения в интернете.
4	Характеристики и механизмы интернет-рекламы.	Понятие CPA (“цена за действие”) - модель оплаты интернет-рекламы. Понятие контакта и числа контактов. Качественные и количественные показатели: понятие показа просмотра, глубины просмотра, перехода, динамики, охвата аудитории, таргетинг. Инструментарий Google Analytics и Яндекс.Метрика. Баннерная реклама. Pop-up (всплывающие окна), push (пуши), электронная рассылка. Мобильная реклама. Преимущества интернет-рекламы перед рекламой на ТВ.
5.	Современные подходы к созданию рекламных сообщений в интернете.	Поисковая оптимизация (SEO). Контекстная реклама. Понятие кликбейта. Нативная реклама. Реклама в социальных медиа. Блоги и влоги. Способы доставки сообщений разным аудиториям. Понятие SMM-маркетинга. Понятия количества подписчиков, динамики и источник перехода. Возможности и методы влияния на эти показатели.

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

5. Оценка планируемых результатов обучения

Оценивание знаний обучающихся осуществляется по 4-балльной шкале при проведении экзаменов и зачетов с оценкой (оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно») или 2-балльной шкале при проведении зачета («зачтено», «не зачтено»).

При прохождении обучающимися промежуточной аттестации оцениваются:

1. Полнота, четкость и структурированность ответов на вопросы, аргументированность выводов.

2. Качество выполнения практических заданий (при их наличии): умение перевести теоретические знания в практическую плоскость; использование правильных форматов и методологий при выполнении задания; соответствие результатов задания поставленным требованиям.

3. Комплексность ответа: насколько полно и всесторонне обучающийся раскрыл тему вопроса и обратился ко всем ее аспектам.

Критерии оценивания

4-балльная шкала и 2-балльная шкалы	Критерии
«Отлично» или «зачтено»	1. Полные и качественные ответы на вопросы, охватывающие все необходимые аспекты темы. Обучающийся обосновывает свои выводы с использованием соответствующих фактов, данных или источников, демонстрируя глубокую аргументацию. 2. Обучающийся успешно переносит свои теоретические знания в практическую реализацию. Выполненные задания соответствуют высокому уровню качества, включая использование правильных форматов, методологий и инструментов. 3. Обучающийся анализирует и оценивает различные аспекты темы, демонстрируя способность к критическому мышлению и самостоятельному исследованию.
«Хорошо» или «зачтено»	1. Обучающийся предоставляет достаточно полные ответы на вопросы с учетом основных аспектов темы. Ответы обучающегося имеют ясную структуру и последовательность, делая их понятными и логически связанными. 2. Обучающийся способен применить теоретические знания в практических заданиях. Выполнение задания в целом соответствует требованиям, хотя могут быть некоторые недочеты или неточные выводы по полученным результатам. 3. Обучающийся представляет хорошее понимание темы вопроса, охватывая основные аспекты и направления ее изучения. Ответы обучающегося содержат достаточно информации, но могут быть некоторые пропуски или недостаточно глубокие суждения.
«Удовлетворительно» или «зачтено»	1. Ответы на вопросы неполные, не охватывают всех аспектов темы и не всегда структурированы или логически связаны. Обучающийся предоставляет верные выводы, но они недостаточно аргументированы или основаны на поверхностном понимании предмета вопроса. 2. Обучающийся способен перенести теоретические знания в практические задания, но недостаточно уверен в верности примененных методов и точности в их выполнении. Выполненное задание может содержать некоторые ошибки, недочеты или расхождения. 3. Обучающийся охватывает большинство основных аспектов

	темы вопроса, но демонстрирует неполное или поверхностное их понимание, дает недостаточно развернутые объяснения.
«Неудовлетворительно» или «не зачтено»	1. Обучающийся отвечает на вопросы неполно, не раскрывая основных аспектов темы. Ответы обучающегося не структурированы, не связаны с заданным вопросом, отсутствует их логическая обоснованность. Выводы, предоставляемые обучающимся, представляют собой простые утверждения без анализа или четкой аргументации. 2. Обучающийся не умеет переносить теоретические знания в практический контекст и не способен применять их для выполнения задания. Выполненное задание содержит много ошибок, а его результаты не соответствуют поставленным требованиям и (или) неправильно интерпретируются. 3. Обучающийся ограничивается поверхностным рассмотрением темы и не показывает понимания ее существенных аспектов. Ответ обучающегося частичный или незавершенный, не включает анализ рассматриваемого вопроса, пропущены важные детали или связи.

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине:

Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости по дисциплине

Темы для докладов (ПК-4.1,4.2):

1. Первые рекламные объявления
2. Развитие рекламы в Китае
3. Реклама в дореволюционной России
4. Влияние промышленной революции на рекламу
5. Реклама в СССР
6. Специфика рекламного рынка новой России
7. Закон о рекламе РФ: история принятия и поправок
8. Основные характеристики аудитории
9. Особенности национальной рекламы в РФ
10. Особенности региональной рекламы в РФ
11. Актуальное состояние газетно-журнальной рекламы
12. Влияние полного перехода РФ на цифровое вещание на развитие рынка ТВ рекламы

Критерии оценивая доклада:

25-30 баллов - Продemonстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

20-24 баллов - Присутствуют незначительные ошибки. Продemonстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

10-19 баллов - Присутствуют серьёзные ошибки. Продemonстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

0-9 баллов - Продemonстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом.

Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

Презентация проекта (ПК-4.1,4.2):

Обучающие выполняют ряд заданий, направленных на формирование навыков по созданию рекламных сообщений разных видов: SEO-публикация, нативная реклама, рассылка по электронной почте (email), создают заголовки с учетом понятий кликабельности, пишут тексты SMM для разных типов социальных медиа. В результате данной работы обучающие представляют проект по способам продвижения в интернете выбранного ими товара или услуги.

25-30 баллов - Продemonстрирован высокий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа полностью соответствует требованиям профессиональной деятельности. Отличная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Высокий уровень креативности, самостоятельности. Соответствие выбранных методов поставленным задачам.

20-24 баллов - Продemonстрирован средний уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа в основном соответствует требованиям профессиональной деятельности. Хорошая способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Средний уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы в целом соответствуют поставленным задачам.

10-19 баллов - Продemonстрирован низкий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа частично соответствует требованиям профессиональной деятельности. Удовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Низкий уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы частично соответствуют поставленным задачам.

1-9 баллов - Продemonстрирован неудовлетворительный уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа не соответствует требованиям профессиональной деятельности. Неудовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Недостаточный уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы не соответствуют поставленным задачам.

Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (экзамен)

Контрольные вопросы (ПК-4.1,4.2):

1. Перечислите основные тенденции развития рынка рекламы в интернете в 2019 г.
2. Назовите две любых поправки к закону о рекламе РФ и объясните, с чем связано их принятие
3. Что такое аудитория. Что такое целевая аудитория.
4. Что такое таргетинг и SEO
5. Что такое нативная реклама
6. Прямая и непрямая реклама
7. Назовите способы продвижения в интернете
8. Виды интернет-рекламы
9. Назовите критерии количественного анализа интернет-рекламы
10. Назовите критерии качественного анализа интернет-рекламы
11. Перечислите преимущества интернет-рекламы
12. Назовите недостатки интернет-рекламы
13. Способы мошенничества в интернет-рекламе

Критерии оценки ответа:

35-40 баллов – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы

29-34 баллов - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос

20-28 баллов - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

0-20 баллов - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки.

6. Учебно-методическое обеспечение и информационное обеспечение дисциплины

Учебно-методическое обеспечение

Основная литература:

1. Основы теории и практики интегрированных коммуникаций и медийной политики в «новой реальности»: учебное пособие / П. В. Меньшиков, В. С. Новикова, А. А. Агрба [и др.] ; под ред. П. В. Меньшикова ; Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России, Кафедра медийной политики и связей с общественностью. – Москва : МГИМО-Университет, 2022. – 464 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=730694>
2. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации : реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 323 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684408>

Дополнительная литература:

3. Евстафьев, В. А. Креатив в рекламе : учебник для вузов : [16+] / В. А. Евстафьев, А. Л. Абаев, М. А. Тюков. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2026. – 390 с. : ил. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=731175>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных настоящей программой специалитета, оснащенные оборудованием и необходимыми техническими средствами обучения. *Помещение кабинета удовлетворяет требованиям Санитарно-эпидемиологических правил и нормативам.*

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Института.

Оборудование учебной аудитории:

Основное оборудование: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя.

Технические средства обучения: персональные компьютеры с лицензионным программным обеспечением и выходом в сеть Интернет; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

Оборудование аудитории для самостоятельной работы:

Основное оборудование: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя.

Технические средства обучения: персональные компьютеры с лицензионным программным обеспечением и выходом в сеть Интернет и обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Института.

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

9. Методические материалы

9.1. Планы практических занятий

Тема 1. (6 ч.) Структура и тенденции развития рекламного рынка.

Вопросы для обсуждения:

1. Функция рекламы в современном обществе.
2. Понятие аудитории и целевой аудитории.

Тема 2. (6 ч.) Типология рекламы.

Вопросы для обсуждения:

1. Типы рекламы: печатная, наружная, ТВ- и интернет-реклама.
2. Особенности национальной и региональной рекламы РФ.

Тема 3. (6 ч.) Каналы и способы распространения интернет-рекламы.

Вопросы для обсуждения:

1. Специфика интернет-пространства.
2. Отличительные черты интернет-аудитории.
3. Способы продвижения в интернете.

Доклады студентов.

Тема 4. (6 ч.) Характеристики и механизмы интернет-рекламы.

Вопросы для обсуждения:

1. Актуальные показатели для анализа интернет-рекламы: показ, просмотр, глубина просмотра, динамика, охвата.
2. Преимущества и недостатки интернет-рекламы. Способы мошенничества в интернет-рекламе.

Контрольная работа.

Тема 5 (8 ч.) Современные подходы к созданию рекламных сообщений в интернете.

Вопросы для обсуждения:

1. SEO-оптимизация, геймификация, нативная реклама как актуальные подходы к созданию рекламных сообщений.
2. Стратегия продвижения бренда в интернете.
3. Использование блогеров и влогеров для продвижения товаров и услуг в интернете.

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Доклад должен сопровождаться презентацией, выполненной в программе Power Point (5-7 слайдов), содержание устного доклада не должно полностью повторять содержание слайдов,

они дополняют друг друга. Выступление рассчитано на 7-10 минут. Студент должен быть готов ответить на любой вопрос, касающийся содержания доклада, знать определения основных используемых понятий и терминов.

Не допускается цитирование “Википедии”.

Текст доклада можно как читать с листа, так и рассказывать своими словами - это не влияет на оценку.

Базовые требования к презентации:

Первый слайд – титульный лист, на котором представлены: название темы; организация, образовательная программа, курс обучения; фамилия, имя, отчество автора.

Желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание.

Последующие слайды в структурной и логической последовательности раскрывают тему выступления.

Методические указания по работе над проектом

Проектная работа выполняется в группе; в работе должны принимать участие все члены группы. Распределение задач - одна из важных частей проектной работы - поэтому обязанности студенты распределяют между собой по договоренности. Цель создания и защиты проекта – развитие навыков поиска информации, аналитической работы, презентации и логического изложения мыслей. Для защиты проекты важны грамотность формулировок; умение структурировать информацию, выделять причинно-следственные связи, применять аналитический инструментарий, аргументировать свои выводы.

Защита проекта сопровождается презентацией, выполненной в программе Power Point. Базовые требования к презентации см. выше (параграф “*Методические рекомендации к выполнению письменных работ*”).

Все презентации должны быть продублированы на электронную почту преподавателя (или предоставлены ему на любом ином носителе - карте памяти, флеш-карте).