

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 25.05.2026 11:31:11
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1a0c6a07a

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы
креативных индустрий
А.Г. Садыкова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Реклама в цифровых коммуникациях

Направление подготовки	42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль)	Мультимедийная журналистика и цифровые технологии
Форма обучения	очная
Год начала обучения	2026
Реализуется в 8 семестре	

Разработано
Старший преподаватель департамента
медиакоммуникаций
Павлова И.А.

Ставрополь 2026 г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины «Реклама в цифровых коммуникациях» - способствовать формированию знаний, умений и навыков, позволяющих качественно выполнять профессиональные обязанности у студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.02 - Журналистика.

Задачи освоения дисциплины:

- изучить разновидности современной рекламы, стратегии ее продвижения;
- изучить особенности создания рекламной кампании, научиться применять теоретические знания на практике;
- Изучить законодательство в области рекламы.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Реклама в цифровых коммуникациях» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений. Ее освоение происходит в 8 семестре.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ИД-1 _{ПК-1} Осуществляет анализ отечественного и мирового опыта журналистской авторской деятельности	Знает разновидности современной рекламы в отечественном и зарубежном медиапространстве. Владеет навыками продвижения рекламной продукции в современных медиа.
	ИД-2 _{ПК-1} Создает журналистский текст (или) продукт с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа	Способен создавать рекламный продукт и разрабатывать рекламную кампанию для цифровых медиа.

4. Объем учебной дисциплины и формы контроля *

Объем занятий: всего: 3 з.е. 108 акад.ч.	ОФО, в акад. Часах
Контактная работа:	
Лекции/из них практическая подготовка	16/0
Практических занятий/из них практическая подготовка	32/0
Самостоятельная работа	60/0
Формы контроля	
Зачет	
Курсовая работа	нет

* Дисциплина предусматривает применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	очная форма				
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов			Самостоятельная работа, часов	Формы текущего контроля
			Лекции	Практические	Лабораторные		
1.	Введение в цифровую рекламу 1. Определение и эволюция цифровой рекламы: от баннеров до programmatic. 2. Преимущества и недостатки цифровой рекламы в сравнении с традиционной. 3. Ключевые тренды и прогнозы развития рынка цифровой рекламы.	ПК-1. ИД-1 _{ПК-1} ИД-2 _{ПК-1}	2/0	2/0		4	Собеседование
2.	Экосистема цифровой рекламы 1. Основные участники: рекламодатели, агентства, платформы, паблишеры, пользователи. 2. Технологии: AdTech, MarTech, DMP, DSP, SSP. 3. Модели ценообразования: CPM, CPC, CPA, CPS.	ПК-1. ИД-1 _{ПК-1} ИД-2 _{ПК-1}	2/0	2/0		4	Собеседование
3.	Целевая аудитория и сегментация 1. Определение целевой аудитории: демография, психография, поведение. 2. Методы сегментации аудитории: поведенческая, контекстуальная, look-alike. 3. Инструменты анализа аудитории: Google Analytics, Яндекс.Метрика, социальные сети.	ПК-1. ИД-1 _{ПК-1} ИД-2 _{ПК-1}		2/0		4	Собеседование
4.	Стратегии цифровой рекламы	ПК-1.		2/0		4	Собесе

	1. Разработка стратегии: цели, задачи, KPI. 2. Выбор каналов и инструментов в соответствии с целями. 3. Интеграция цифровой рекламы с другими маркетинговыми активностями.	ИД-1 _{ПК-1} ИД-2 _{ПК-1}					Совещание
5.	Поисковая реклама (SEM) 1. Принципы работы поисковых систем (Google, Яндекс). 2. Создание и оптимизация рекламных кампаний в Google Ads и Яндекс.Директ. 3. Ключевые слова, таргетинг, ставки, качество объявлений.	ПК-1. ИД-1 _{ПК-1} ИД-2 _{ПК-1}	2/0	2/0		4	Совещание
6.	Контекстная реклама 1. Виды контекстной рекламы: текстовые объявления, баннеры, видео. 2. Платформы контекстной рекламы: Google Display Network, Яндекс.РСЯ. 3. Таргетинг по интересам, темам, площадкам.	ПК-1. ИД-1 _{ПК-1} ИД-2 _{ПК-1}		2/0		4	Совещание
7.	Социальная реклама 1. Особенности рекламы в социальных сетях. 2. Форматы рекламы: посты, истории, видео, lead ads. 3. Таргетинг по демографии, интересам, поведению, look-alike аудиториям. 4. Создание социальной рекламы	ПК-1. ИД-1 _{ПК-1} ИД-2 _{ПК-1}	2/0	4/0		8	Совещание
8.	Мобильная реклама 1. Форматы мобильной рекламы: баннеры, interstitial, rewarded video, push-уведомления. 2. Реклама в мобильных приложениях. 3. Геотаргетинг и location-based реклама.	ПК-1. ИД-1 _{ПК-1} ИД-2 _{ПК-1}	2/0	2/0		4	Совещание
9.	Планирование рекламной кампании 1. Определение целей и задач кампании. 2. Разработка медиаплана: выбор каналов, бюджетирование, прогнозирование.	ПК-1. ИД-1 _{ПК-1} ИД-2 _{ПК-1}	2/0	4/0		8	Совещание

	3. Создание креативной концепции и рекламных материалов.						
10.	Запуск и управление рекламной кампанией 1. Настройка рекламных кампаний на различных платформах. 2. А/В-тестирование: оптимизация объявлений, лендингов, таргетинга. 3. Мониторинг и корректировка кампании в режиме реального времени.	ПК-1. ИД-1 _{ПК-1} ИД-2 _{ПК-1}		2/0		4	Собеседование
11.	Анализ эффективности рекламной кампании 1. Ключевые показатели эффективности (KPI): ROI, ROMI, CPA, CPL. 2. Инструменты аналитики: Google Analytics, Яндекс.Метрика, платформы аналитики социальных сетей. 3. Формирование отчетов и рекомендаций по улучшению кампании.	ПК-1. ИД-1 _{ПК-1} ИД-2 _{ПК-1}	2/0	4/0		4	Собеседование
12.	Правовое регулирование цифровой рекламы 1. Законодательство о рекламе: Федеральный закон "О рекламе". 2. Защита прав потребителей в цифровой рекламе. 3. Регулирование персональных данных: GDPR, CCPA.	ПК-1. ИД-1 _{ПК-1} ИД-2 _{ПК-1}	2/0	2/0		4	Собеседование
13.	Этические аспекты цифровой рекламы 1. Прозрачность и достоверность рекламы. 2. Ответственность за контент: фейковые новости, дезинформация. 3. Влияние рекламы на общество и культуру.	ПК-1. ИД-1 _{ПК-1} ИД-2 _{ПК-1}		2/0		4	Собеседование
	Итого за 8 семестр		16/0	32/0		60/0	
	Итого		16/0	32/0		60/0	

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «Реклама в цифровых коммуникациях» базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием этапов их

формирования в процессе освоения дисциплины. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;
- типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и уровня овладения формируемыми компетенциями в процессе освоения дисциплины.

ФОС является приложением к данной программе дисциплины.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина «Реклама в цифровых коммуникациях» построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящён рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Антипов К. В. Основы рекламы: учебник / К. В. Антипов. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 326 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573332>
2. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы: учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 538 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01804-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093>.

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Чилингир Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию : учебное пособие / Е. Ю. Чилингир. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 240 с. — ISBN 978-5-4497-0579-2.
2. Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд (2-е издание) : учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 160 с.

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в цифровых коммуникациях» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Павлова И.А. - Ставрополь: СКФУ, 2026.
2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Реклама в цифровых коммуникациях» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Павлова И.А. - Ставрополь: СКФУ, 2026.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
2. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
3. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1	Консультант+
---	--------------

Программное обеспечение:

1	Альт Рабочая станция 10
2	Альт Рабочая станция К
3	Альт «Сервер»
4	Пакет офисных программ - Р7-Офис

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекционные занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Практические занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и возможностью доступа к электронной информационно-образовательной среде университета

11. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по

линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (МТС-Линк), а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.