

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алена Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 27.05.2026 15:04:09
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

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

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы
креативных индустрий
Садыкова Алена Григорьевна

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Реклама в новых медиа»

Направление подготовки	42.04.01 – Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	«PR и реклама в системе новых медиа»
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	1

Разработано
Доцент _____ департамента
медиакоммуникаций высшей школы
креативных индустрий, кандидат
филологических наук
Береза Ирина Васильевна

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Дисциплина «Реклама в новых медиа» включает в себя изучение особенностей реализации работы специалиста по рекламе в коммерческой сфере, а также специфику использования цифровых технологий и Интернет-ресурсов в 1-ом семестре. Курс, представленный в данной программе, охватывает фундаментальные теоретические и практически ориентированные знания.

Работающие в рекламе и PR обязаны знать методику и технологию использования цифровых технологий, необходимых для практической работы. В связи с этим основной целью курса «Реклама в новых медиа» является рассмотрение производственных процессов в области цифровых технологий, знание которых необходимо специалистам по рекламе.

Задачи дисциплины

Образовательные задачи курса:

- познакомить студентов с современной техникой, используемой в медиаотрасли;
- научить студентов использовать Интернет в качестве инструмента в работе специалиста по рекламе и СО;
- познакомить студентов с современными инструментами продвижения в интернете.
- дать знания об особенностях и технологических циклах SMM-продвижения;
- дать представление о SMM и SEO-технологиях;

Воспитательные задачи.

- активизировать инициативу, творческую самореализацию, чувство ответственности студентов в процессе их коллективного творчества;
- воспитывать гражданско-патриотические чувства студентов на примере работ современных рекламистов и архивных материалов.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Реклама в новых медиа» относится к дисциплинам профиля «PR и реклама в системе новых медиа» части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1. Дисциплины (модули).

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), 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. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.	ИД-1 ПК-1. использует теоретические основы и принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью.	Знает теоретические основы и принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью.
	ИД-2 ПК-1. способен применять при создании текстов рекламы и связей с общественностью комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.	Способен применять при создании текстов рекламы и связей с общественностью комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.
	ИД-3 ПК-1. обладает навыками применения в профессиональной	Владеет навыками применения в профессиональной

	деятельности комплекса современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.	деятельности комплекса современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.
ПК-12 Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями)	ИД-1 ПК-12. выделяет принципы построения отношений со стейкхолдерами организации.	Выстраивает отношения со стейкхолдерами на основе базовых принципов коммуникации и межличностного общения
	ИД-2 ПК-12. способен применять онлайн и офлайн технологии в коммуникационной работе с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями).	Владеет навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационных проектов
	ИД-3 ПК-12. применяет навыки коммуникаций со стейкхолдерами организации.	Применяет различные коммуникативные стратегии и тактики в отношении разных стейкхолдеров (органов государственной власти, финансовых сообществ, медиа, локальных сообществ, потребителей, общественных организаций)

4. Объем учебной дисциплины (модуля) и формы контроля *

Объем занятий: всего: 4 з.е., 144 астр.ч.	ОФО, в акад. часах
Контактная работа:	
Лекции/из них практическая подготовка	18/0
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	0/0
Практических занятий/из них практическая подготовка	36/0
Самостоятельная работа	36
Формы контроля	
Экзамен	54
Зачет	-
Зачет с оценкой	-
Курсовая работа	нет

Дисциплина (модуль) предусматривает применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

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

№	Раздел (тема) дисциплины	Формируемые компетенции, индикаторы	Очная форма	Самостоятельная работа, часов	Формы текущего контроля успеваемости
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической		

			подготовки, часов				
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		
1	Реклама в новых медиа и её разновидности Преимущества, ограничения, планирование, безопасность и этические требования. Виды рекламы.	ОПК-6 ОПК-6.1 ОПК-6.2	2	2		3,5	Собеседование
2	Основные характеристики рекламы в новых медиа Маркетинг в социальных сетях (SMM). Скрытый маркетинг. Контент-маркетинг. Аффилированный (партнерский) маркетинг	ОПК-6 ОПК-6.1 ОПК-6.2	2	4		2,5	Собеседование
3	Торговля в интернете Товарная политика в интернете. Информационные и цифровые продукты	ОПК-6 ОПК-6.1 ОПК-6.2	2	2		2,5	Собеседование
4	Маркетинговые политики Сервисная политика в интернете. Ценовая политика в интернете	ОПК-6 ОПК-6.1 ОПК-6.2	2	4		2,5	Собеседование
5	Виды маркетинговой политики Распределительная политика в интернет-маркетинге. Коммуникационная политика в интернете	ОПК-6 ОПК-6.1 ОПК-6.2		2		2,5	Собеседование
6	Типы и особенности маркетинговой политики в интернете Торговля на аукционах в интернете. Торговые интернет-площадки	ОПК-6 ОПК-6.1 ОПК-6.2		2		2,5	Собеседование
7	Инструменты коммуникаций в интернет-рекламе Реклама в интернете. Интернет-брендинг. Списки рассылки и дискуссионные листы	ОПК-6 ОПК-6.1 ОПК-6.2		2		2,5	Собеседование

8	Инструменты коммуникаций в интернет-рекламе E-mail-маркетинг. Связи с общественностью (PR). Блоги и социальные сети	ОПК-6 ОПК-6.1 ОПК-6.2	2	2		2,5	Собеседование
9	Основные положения интернет-маркетинга и его разновидности Подкастинг Веб-сайт компании Стимулирование продаж Сарафанное радио	ОПК-6 ОПК-6.1 ОПК-6.2		2		2,5	Собеседование
10	Маркетинговые исследования в интернете Информационное обеспечение маркетинговых исследований в интернете. Интернет-опросы	ОПК-6 ОПК-6.1 ОПК-6.2	2	4		2,5	Собеседование
11	Особенности интернета как канала распространения рекламы Понятие «таргетинг». Виды таргетинга в интернете. Понятие «юзабилити». Принципы юзабилити	ОПК-6 ОПК-6.1 ОПК-6.2	2	2		3,5	Собеседование
12	SEO-технологии S E O - т е х н о л о г и и . Понятие. Задачи. Оценка эффективности SEO-продвижения. Ценообразование в SEO-продвижении. Основные параметры	ОПК-6 ОПК-6.1 ОПК-6.2	2	4		2,5	Собеседование
13	SMM продвижение SMM продвижение. Задачи. Алгоритм продвижения в социальных сетях. Оценка эффективности продвижения в социальных сетях	ОПК-6 ОПК-6.1 ОПК-6.2		2		2,5	Собеседование
14	Потенциальные возможности глобальных сетей при решении задач в области рекламы Организация рекламной деятельности и виды рекламы в интернете. Исследование рекламной аудитории в интернете.	ОПК-6 ОПК-6.1 ОПК-6.2	2	2		2,5	Собеседование

	Количественная оценка аудитории. Качественная оценка аудитории						
	ИТОГО за семестр		18	36		36	
	ИТОГО		18	36		36	

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

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «Реклама в новых медиа» базируется на перечне осваиваемых компетенций с индикаторов. 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 (модуля).

ФОС является приложением к данной программе дисциплины (модуля).

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

Дисциплина (модуль) 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 и лабораторным 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. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 352 с. : табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02474-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>
2. Мелькин, Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов / Н.В. Мелькин, К.С. Горяев. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. – 269 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464474>

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Кирия, И.В. История и теория медиа / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 424 с. : табл. – (Учебники Высшей школы экономики).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753>
2. Мамчев, Г.В. Цифровое телевизионное вещание : учебное пособие / Г.В. Мамчев ; Федеральное агентство связи, Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего профессионального образования «Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики». - 2-е изд., перераб. и доп. - Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2014. - 449 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=431525>

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

1. Методические рекомендации по выполнению практических заданий по дисциплине «Реклама в новых медиа». Ставрополь, 2026.

Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама в новых медиа». Ставрополь, 2026.

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

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
5. 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), 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	ЭБС «Университетская библиотека ONLINE»,
---	--

2	ЭБС «IPRbooks»,
3	ЭБС «Biblio- online.ru».

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 (модулю)

Лекционные занятия	Ауд. 306, к.20 (Масс-медиа центр). Компьютеры DELL, аудиокolonки, ЖК дисплей президиума, квадрокоптер DJI PHANTOM 4 и комплектующие, фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 5D Mark III EF24-105 Kit и комплектующие, комплект студийного света Lumifor AMATO 100 CLASSIC KIT, камкордер SONY и комплектующие, штатив Manfrotto, принтеры, сканеры.
Практические занятия	Ауд. 306, к.20 (Масс-медиа центр). Компьютеры DELL, аудиокolonки, ЖК дисплей президиума, квадрокоптер DJI PHANTOM 4 и комплектующие, фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 5D Mark III EF24-105 Kit и комплектующие, комплект студийного света Lumifor AMATO 100 CLASSIC KIT, камкордер SONY и комплектующие, штатив Manfrotto, принтеры, сканеры.
Самостоятельная работа	компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащены оборудованием и техническими средствами обучения. Помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде. Специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации.

Материально-техническая база обеспечивает проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, научно-исследовательской работы обучающихся (переносной ноутбук, переносной проектор, компьютеры с необходимым программным обеспечением и выходом в интернет).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации.

11. Особенности освоения дисциплины (модуля) 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 (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины (модуля) 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 (модуля) 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.