

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Садыкова Алена Григорьевна  
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий  
Дата подписания: 25.05.2026 16:30:54  
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**  
**Интернет-реклама**

Модуль: «Цифровые технологии в профессиональной сфере»

Направление подготовки	42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	«Реклама в системе маркетинговых коммуникаций»
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	6

**Разработано**  
Старший преподаватель  
департамента медиакоммуникаций  
высшей школы креативных индустрий  
Пасикова Оксана Николаевна

## 1. Цель и задачи освоения дисциплины

**Цель** освоения дисциплины состоит в получении будущими бакалаврами по направлению «Интернет-реклама» теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков, в раскрытии роли маркетинговых коммуникаций в процессе управления; изучение основного инструментария комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций, получение и анализ маркетинговой информации, а также осуществлять практическую проверку результатов и рекомендаций.

### Задачи освоения дисциплины:

- ознакомление с сущностью предмета маркетинговых технологий;
- изучение базовых понятий основ маркетинговых технологий;
- развитие профессиональной компетенции специалиста при планировании, разработке и оценке эффективности маркетинговых технологий.

### Воспитательные задачи:

активизировать инициативу, творческую самореализацию, чувство ответственности студентов в процессе их коллективного творчества.

На практических занятиях более подробно изучается программный материал в плоскости отработки практических умений и навыков и усвоения, следующих тем: основные виды деятельности связей с общественностью; инструменты и каналы, виды внутренних коммуникаций; основные принципы коммуникаций с сотрудниками и внешними представительствами; внутренний и внешний имидж организации; корпоративная культура и корпоративная идентичность на внешнем рынке; роль связей с общественностью в предотвращении конфликтов; комплексный подход к формированию лояльности сотрудников к организации; борьба с негативом; организация пула журналистов.

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Интернет-реклама» относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений модуля «Цифровые технологии в профессиональной сфере».

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

д, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
<b>ПК-4.</b> Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде.	ИД-1 ПК-4 Знает инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде.	Используют базовые навыки и креативные технологии создания продукта в социальной и профессиональной сфере
	ИД-2 ПК-4 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде.	Навыки применения в оффлайн и онлайн среде инструментов трансляции миссии и философии организации целевыми группами

	ИД-3 ПК-4 Владеет инструментами создания паблицитного капитала в оффлайн и онлайн среде.	Обладает знаниями и умениями создания паблицитного капитала в онлайн и оффлайн среде.
ПК-18. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.	ПК-18 ИД-1 Знает основные технологии коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.	Использует знания основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
	ПК-18 ИД-2 Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.	Умеет использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
	ПК-18 ИД-3 Владеет навыками использования современных технических средств и технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов	Использует современные технические средства и технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов

#### 4. Объем учебной дисциплины и формы контроля

Объем занятий: всего: 4 з.е., 144 акад.ч.	ОФО, в акад. часах
<b>Контактная работа:</b>	
Лекции/из них практическая подготовка	16/4
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	0
Практических занятий/из них практическая подготовка	32/8
<b>Самостоятельная работа</b>	96
<b>Формы контроля</b>	
Экзамен	-
Зачет	-
Зачет с оценкой	+
Курсовая работа	нет

#### 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				Формы текущего контроля успеваемости
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов			Самостоятельная работа, часов	
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		
<b>6 семестр</b>							
1	Интернет реклама и ее место в политической сфере общества 1. Понятие политической рекламы. 2. История политической рекламы. 3. Виды и классификация политической рекламы. 4. Роль и значение политической рекламы в современном обществе.	ПК-4 ПК-18	2	2	-	10	Собеседование
2	Технологические требования к созданию политической рекламы 1. Целеполагание в политической рекламе. 2. Выявление системы мотиваций в целевой аудитории. 3. Разработка стратегии рекламной кампании (избирательной кампании). 4. Проведение экспертизы рекламных носителей и сим-волов, используемых в рекламе.	ПК-4 ПК-18	2	4	-	10	Собеседование
3	Структура политического образа и интернет реклама. 1. Образ-знание, образ-значение, образ будущего и образ-прогноз. 2. Образы, установки и стереотипы в политической рекламе. 3. Механизмы формирования ошибочных образов при восприятии политической рекламы. 4. Имиджевая стратегия кандидата во время избирательной кампании. 5. Этапы разработки имиджа	ПК-4 ПК-18	2	4/4	-	13	Собеседование

4	<p>Имидж партии, факторы его формирования и технологии его продвижения</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Партийные брэнды в России.</li> <li>2. Технологии продвижения партийного брэнда.</li> <li>3. Символика политических партий, используемая в политической рекламе.</li> <li>3. Мифология и использование силы архетипов.</li> </ol>	ПК-4 ПК-18	2	4	-	10	Собеседование
5	<p>СМИ как каналы рекламной политической коммуникации</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Официальные и неофициальные каналы политической коммуникации.</li> <li>2. Федеральные, региональные, локальные.</li> <li>3. Роль СМИ в создании конкурентной политической среды.</li> <li>4. Печатная издания, радиостанции, телевидение.</li> <li>5. Интерактивные методы общения с аудиторией.</li> </ol>	ПК-4 ПК-18	2/2	4/4	-	13	Собеседование
6	<p>Интернет реклама в Интернете.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ресурсы интернета в политической рекламе.</li> <li>2. Использование в рекламной кампании официальных web-сайтов Президента, правительства, ГД.</li> <li>3. Интернет и выборы.</li> <li>4. Кодекс рекламиста (ограничения).</li> </ol>	ПК-4 ПК-18	2	4	-	10	Собеседование
7	<p>Манипуляции в политической рекламе.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Манипуляции как средство влияния на индивида и группу.</li> <li>2. Негативная интернет реклама и структура нарратива в негативной рекламе.</li> <li>3. Особые приемы и психодизайна в негативной политической рекламе.</li> <li>4. Технологии «черного PR».</li> <li>5. Пропаганда как форма манипуляции общественным сознанием.</li> </ol>	ПК-4 ПК-18	2	4	-	10	Собеседование
8	<p>Правовые механизмы противодействия манипуляциям в политической рекламе.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Правовые основы политической рекламы.</li> <li>Технологии подкупа избирателей и борьба с ними.</li> <li>3. Практики отмены регистрации кандидатов и снятия кандидатов с выборов судебными и иными уполномоченными органами.</li> <li>4. Политические, социальные, демографические и иные характеристики</li> </ol>	ПК-4 ПК-18	-	2	-	10	Собеседование

	аудитории как фильтры восприятия рекламы						
9	Аудитория СМИ как целевая аудитория политической рекламы. 1. Аудитория и неаудитория, целевая аудитория. 2. Механизмы взаимодействия «Рекламодаделец – рекламоизготовитель – СМИ – рекламопотребитель». 3. Исследовательские структуры, занимающиеся мониторинговым измерением аудитории СМК. 4. Российские профессиональные организации на рынке теле- и радиометрии.	ПК-4 ПК-18	2/2	4	-	10	Собеседование
	<b>ИТОГО за 6 семестр</b>		<b>16/4</b>	<b>32/8</b>	-	<b>96</b>	
	<b>ИТОГО</b>		<b>16/4</b>	<b>32/8</b>	-	<b>96</b>	

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

Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Интернет-реклама» 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 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. Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / [О. Н. Романенкова и др.] ; под общ.ред. О. Н. Романенковой. – Москва :Юрайт, 2019. – 289 с. : ил., портр., табл. – (Бакалавр.Академический курс). – Гриф: Рек. УМО. – Вподзаг.: Гильдия маркетологов рекомендует. – Библиогр.: с. 265-267. – ISBN 978-5-534-03138-6
2. Солдатова В. И. Защита персональных данных в условиях применения цифровых технологий // Lex russica. — 2020. — № 2. — С. 33—43.
3. Воронюк А. Актуальный интернет-маркетинг / А. Воронюк, А. Полищук. Москва : ИРЮ, 2018. — ISBN 978-617-7453-38-2.
4. С. В. Кульпин «Структура и содержание интернет-маркетинга» Учебное пособие/ Екатеринбург Издательство Уральского университета- 2020.

#### 8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Маркетинг PR и рекламы / И.М. Синяева, В.М. Маслова, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. И.М. Синяевой. – Москва :Юнити-Дана, 2015. – 495 с. : табл., ил., схемы – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709> (дата обращения: 04.10.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-02194-2.
2. Катаев, А.В. Интернет-маркетинг / А.В. Катаев, Т.М. Катаева ; Министерство науки и высшего образования РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южный федеральный университет», Инженерно-технологическая академия. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2018. – 154 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687> (дата обращения: 04.10.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-2673-4.
3. 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>

#### 8.2. 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. <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, 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

Лекционные занятия	Компьютеры DELL, Аудиоколонки, ЖК дисплей президиума, Короткофокус. мультимедиапроектор EpsonEB-536Wi с настен.креплен ELPMB45, Монитор ЖК 21,5 DELL черный DELL E2216H/216H-1941/DELL E2216H21.5 LED monitor TN.VGA DP 1920x1080 TiIt Black.3Y,ПК для лекцион. аудит.
Практические занятия	Компьютеры DELL, Аудиоколонки, Фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 5D Mark III EF24-105 Kit и комплектующие, Экшн-камера GoProHERO4 Black и комплектующие, Электронный стабилизатор DJI Ronin-MX и комплектующие, Микрофонная радиосистема Sennheiserew 122-p G3-A-X, Фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 5D Mark III EF24-105 Kit и комплектующие, Фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 70D Kit 18-135mm и комплектующие, Фотоаппарат зеркальный Canon EOS 750D Kit 18-135IS STM и комплектующие, Многофункциональный комплект студийного оборудования Raylab XenosRH-1000 SS9 KIT, МоноподCarbonFiberMonopodshort, Комплект студийного света LumiforAMATO 100 CLASSICKIT
Самостоятельная работа	компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации
Практическая подготовка	Осуществляется в структурных подразделениях университета и (или) в организациях, осуществляющих деятельность по профилю соответствующей образовательной программы, в том числе ее структурном подразделении

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).

## **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 (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.