

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:

d72783635b7f7c872e79a746e849dcba1abc6ab7a

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

Технологии продвижения коммуникационного продукта в сети интернет

Направление подготовки
Направленность (профиль)
Форма обучения
Год начала обучения
Реализуется в 3 семестре

42.04.01 Реклама и связи с общественностью
«PR и реклама в системе новых медиа»
очная
2026 г.
Экзамен

Разработано

Профессор департамента
медиакоммуникаций
высшей школы креативных
индустрий, доктор
филологических наук по
специальности 10.01.10
Журналистика, профессор
Ежова Елена Николаевна

Ставрополь, 2026

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Дисциплина «Технологии продвижения коммуникационного продукта в сети интернет» включает в себя изучение особенностей реализации работы специалиста по рекламе и СО в коммерческой сфере, а также специфику использования цифровых технологий и Интернет-ресурсов. 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 «Технологии продвижения коммуникационного продукта в сети интернет» является рассмотрение производственных процессов в области цифровых технологий, знание которых необходимо специалистам по рекламе.

Образовательные задачи курса:

- 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 относится к части, формируемой участниками образовательных отношений профиля "PR и реклама в системе новых медиа".

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-15. Использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	ИД-1 ПК-15 использует эффективные принципы интегрирования современных технологий цифровых коммуникаций в работе копирайтера и спичрайтера.	Использует эффективные практики контекстного рекламирования в работе
ИД-2 ПК-15 работает с техническими средствами и технологиями при подготовке текстов рекламы и (или)	Использует технические средства и технологии при создании контекстной рекламы	

связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.	
ИД-3 ПК-15 применяет навыки подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта с использованием современных технических средств и технологий.	Создаёт различные тексты рекламы с использованием современных технологий цифровых коммуникаций

4 Объем учебной дисциплины (модуля) и формы контроля

Объем занятий: всего: 3 з.е., 108 акад.ч.	ОФО, в акад. часах
Контактная работа:	
Лекции/из них практическая подготовка	10/0
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	0/0
Практических занятий/из них практическая подготовка	20/20
Самостоятельная работа	24
Формы контроля	
Экзамен	54
Зачет	-
Зачет с оценкой	-
Курсовая работа	нет

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

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

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	очная форма				Формы текущего контроля успеваемости
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа, часов	
1	Тема 1. Понятие интернета, история его развития Возникновение интернета. Основные понятия интернет-маркетинга. Задачи и цели маркетинга в интернете. Будущее информационных технологий	ПК-15 ИД-1 ПК-15 ИД-2 ПК-15 ИД-3 ПК-15	2	2/2	-	2,4	Собеседование
2	Тема 2. Основные направления интернет-маркетинга Реклама, корпоративный сайт, социальные медиа. Роль и место интернет-маркетинга в стратегии организации. Техническая	ПК-15 ИД-1 ПК-15 ИД-2 ПК-15 ИД-3 ПК-15		2/2	-	2,4	Собеседование

	инфраструктура сайта						
3	Тема 3. Прикладное программное обеспечение Классификация ПО: по типу, по сфере применения. Инструментальное программное обеспечение рекламиста. Пакеты прикладных программ	ПК-15 ИД-1 ПК-15 ИД-2 ПК-15 ИД-3 ПК-15	2	2/2	-	2,4	Собеседование
4	Тема 4. Технологии создания профессиональных текстовых документов Текстовые редакторы. Текстовые процессоры. Настольные издательские системы	ПК-15 ИД-1 ПК-15 ИД-2 ПК-15 ИД-3 ПК-15		2/2	-	2,4	Собеседование
5	Тема 5. Создание WEB-страницы Основные термины HTML. Настройка структуры документа HTML. Самозакрывающиеся элементы. Валидация кода. Основные термины CSS. Работа с селекторами. Подключение CSS	ПК-15 ИД-1 ПК-15 ИД-2 ПК-15 ИД-3 ПК-15	2	2/2	-	2,4	Собеседование
6	Тема 6. Интернет-реклама Виды интернет-рекламы. Основные площадки. Основные показатели медиа-планирования. Принципы формирования бюджета на интернет-рекламу	ПК-15 ИД-1 ПК-15 ИД-2 ПК-15 ИД-3 ПК-15		2/2	-	2,4	Собеседование
7	Тема 7. Маркетинг в поисковых системах Контекстная реклама. Поисковые роботы и специализированные справочные службы. Поисковая оптимизация. Стратегия поиска информации в электронных каталогах. Мониторинг запросов пользователей	ПК-15 ИД-1 ПК-15 ИД-2 ПК-15 ИД-3 ПК-15	2	2/2	-	2,4	Собеседование
8	Тема 8. Социальные медиа в маркетинге Блогосфера и микроблогинг. Социальные сети. Мобильный маркетинг. Таргетированная реклама	ПК-15 ИД-1 ПК-15 ИД-2 ПК-15 ИД-3 ПК-15		2/2	-	2,4	Собеседование

9	Тема 9. Факторы ранжирования интернет-сайтов Оценка сайта и разработка стратегии продвижения. Оптимизация страниц, написание текстов, исправление технических ошибок – согласно выбранной стратегии. Факторы ранжирования интернет-сайтов	ПК-15 ИД-1 ПК-15 ИД-2 ПК-15 ИД-3 ПК-15		2/2	-	2,4	Собеседование
10	Тема 10. SMM и SEO-технологии как функциональные инструменты интернет-маркетинга Характеристика основных сервисов Интернета. Коммерческие участники сети. Основы SEO и его использование. Особенности SMM-технологий	ПК-15 ИД-1 ПК-15 ИД-2 ПК-15 ИД-3 ПК-15	2	2/2	-	2,4	Собеседование
Итого за 3 семестр			10	20/20		24	
Итого			10	20/20		24	

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

Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине Методология научных исследований базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (модуля). 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

Процедура проведения экзамена осуществляется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования в СКФУ.

В билет экзамена включаются 2 вопроса: первый – для проверки уровня знаний, второй – для проверки умений и навыков. Каждый из них содержит формулировку базового и повышенного уровня сформированности компетенций (повышенный уровень выделен курсивом).

Для подготовки по билету отводиться 30 минут

При подготовке к ответу студенту предоставляется право пользования справочными таблицами.

При проверке практического задания, оцениваются: последовательность и

рациональность выполнения, полнота и новизна использованной литературы по теме, иллюстративность материала (наличие презентации) и др.

Критерии оценивания конспектов для собеседований, индивидуальных заданий, индивидуальных творческих проектов, письменных работ по итогам освоения дисциплины приведены в Фонде оценочных средств по дисциплине «Технологии продвижения коммуникационного продукта в сети интернет».

Допуск к практическим занятиям происходит при наличии у студентов конспектов источников и научной литературы. Работа с указанными материалами проходит в форме ответов студента по выполненным конспектам и ответов на вопросы преподавателя.

Максимальное количество баллов студент получает, если он активно участвует в работе, владеет материалом, умеет четко и логично излагать свои мысли, творчески подходит к решению основных вопросов темы, показывает самостоятельность мышления, его конспект полностью соответствует установленным требованиям, устные ответы полностью раскрывают суть проблематики практического занятия.

Основанием для снижения оценки являются:

- отсутствие или невыполнение конспектов научной литературы;
- слабое знание темы и основной терминологии;
- пассивность участия в групповой работе;
- отсутствие умения применять теоретические знания для решения практических задач;
- частичное или полное незнание ответов на вопросы преподавателя.

Студент может быть отправлен на доработку практического занятия в следующих случаях:

- при отсутствии или невыполнении конспектов научной литературы;
- при частичном или полном незнании ответов на вопросы преподавателя.

Критерии оценивания конспектов для ответов на практических занятиях приведены в Фонде оценочных средств по дисциплине «Технологии продвижения коммуникационного продукта в сети интернет».

Текущая аттестация студентов проводится преподавателями, ведущими практические занятия по дисциплине, в следующих формах:

- собеседование;
- индивидуальное задание.

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. Грошев, И.В. Системный бренд-менеджмент : учебник / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 655 с. - Библиогр.: с. 614-626 - ISBN 978-5-238-02203-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117920>.

2. Никулина, Н.Н. Страховой маркетинг : учебное пособие / Н.Н. Никулина, Л.Ф. Суходоева, Н.Д. Эриашвили. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 503 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01646-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446418>.

3. Шпаковский, В.О. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие / В.О. Шпаковский, Е.С. Егорова. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. - 453 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9729-0217-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884>

8.1.2. Перечень дополнительной литературы

1. Проблемы, возможности и перспективы развития маркетинга и торгового дела / под общ.ред. Н.И. Лыгиной. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 397 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426547>
2. Ехлаков, Ю.П. Планирование и организация вывода программного продукта на рынок / Ю.П. Ехлаков ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. – Томск : ТУСУР, 2017. – 121 с. :То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481009>
3. Основы менеджмента.3. Сборник студенческих работ / ред. И.А. Куянцева. – Москва : Студенческая наука, 2012. – Ч. 2. – 1469 с. – (Вузовская наука в помощь студенту). : То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=214504>

8.1.3 Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению практических заданий по дисциплине «Технологии продвижения коммуникационного продукта в сети интернет». Ставрополь, 2020.
2. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Технологии продвижения коммуникационного продукта в сети интернет». Ставрополь, 2020.

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	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).

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.

