

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Аляуш Ибрагимовна
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 А.Г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Инфлюенс-маркетинг

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	5

Разработано
Доцент департамента
медиакоммуникаций высшей школы
креативных индустрий, кандидат
филологических наук
Берёза И.В.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель учебной дисциплины «Инфлюенс-маркетинг» – сформировать у студентов системное понимание инфлюенс-маркетинга как современного инструмента продвижения, развить навыки разработки, реализации и оценки эффективности кампаний с участием лидеров мнений в цифровой среде.

Задачи дисциплины «Инфлюенс-маркетинг»:

- изучить ключевые понятия, историю и эволюцию инфлюенс-маркетинга
- освоить классификацию инфлюенсеров и их роль в коммуникационных стратегиях
- научиться выбирать подходящих инфлюенсеров под цели бренда
- освоить методы разработки контент-стратегий для разных платформ
- изучить метрики (KPI) инфлюенс-маркетинга
- научиться работать с инструментами анализа (HypeAuditor, Brand Analytics и др.)
- изучить кейсы успешных и провальных кампаний.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору

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, характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-8. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.	ИД-1 ПК-8 Знает основные маркетинговые инструменты и методы производства и реализации коммуникационного продукта	Применяет основные маркетинговые инструменты и методы производства и реализации социальной рекламной кампании
	ИД-2 ПК-8 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта	Использует основные маркетинговые инструменты при производстве социальной и государственной рекламы.
	ИД-3 ПК-8 Владеет навыками использования маркетинговых инструментов при планировании производства и реализации коммуникационного продукта	Использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере
ПК-16. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами.	ИД-1 ПК-16 Знает технологии организации специальных мероприятий с различными целевыми группами.	Знает технологии организации специальных мероприятий с различными целевыми группами.
	ИД-2 ПК-16 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами.	Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами.
	ИД-3 ПК-16 Владеет технологиями организации	Владеет технологиями организации специальных

	специальных мероприятий с различными целевыми группами.	мероприятий с различными целевыми группами.
--	---	---

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	18/0
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	0
Практических занятий/из них практическая подготовка	18/0
Самостоятельная работа	72
Формы контроля	
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	Реализуемые компетенции, индикаторы	Контактная работа обучающихся преподавателем, часов			Самостоятельная работа, часов	Формы текущего контроля успеваемости
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		
5 семестр							
1	Введение в инфлюенс-маркетинг. Определение, история и эволюция инфлюенс-маркетинга. Основные понятия: лидеры мнений, блогеры, контент-мейкеры. Роль инфлюенс-маркетинга в digital-стратегиях.	ПК -8 ПК -16	2	2	-	8	Проверка практических заданий
2	Типы инфлюенсеров и их классификации. Микро-, макро-, мега- и наноинфлюенсеры.	ПК -8 ПК -16	2	2	-	8	Проверка практических заданий

	Нишевые vs. универсальные инфлюенсеры. Критерии выбора инфлюенсера для бренда						
3	Платформы для инфлюенс-маркетинга. Актуальные в современных условиях платформы для инфлюенс-маркетинга. Особенности работы с разными платформами. Тренды в соцсетях и их влияние на инфлюенс-маркетинг	ПК-8 ПК-16	2	2	-	8	Проверка практических заданий
4	Стратегии и инструменты инфлюенс-маркетинга. Виды коллабораций: обзоры, интеграции, конкурсы, амбассадорство. Измерение эффективности кампаний (KPI). Автоматизация подбора инфлюенсеров (Tagger, NureAuditor и др.)	ПК-8 ПК-16	2	2	-	8	Проверка практических заданий
5	Юридические аспекты инфлюенс-маркетинга. Правовое регулирование (маркировка рекламы, закон о блогерах). Договоры с инфлюенсерами: нюансы и подводные камни	ПК-8 ПК-16	2	2	-	8	Проверка практических заданий
6	Этические аспекты инфлюенс-маркетинга. Прозрачность и	ПК-8 ПК-16	2	2	-	8	Проверка практических заданий

	достоверность. Ответственность и контроль. Этика в продвижении. Авторские права и интеллектуальная собственность. Долгосрочные отношения.						
7	Контент-стратегия в инфлюенс-маркетинге. Создание вовлекающего контента. Storytelling в работе с инфлюенсерами. UGC (User-Generated Content) и его роль	ПК-8 ПК-16	2	2	-	8	Проверка практических заданий
8	Анализ кейсов успешных и провальных кампаний. Разбор российских и зарубежных кейсов. Причины успеха/неудачи инфлюенс-кампаний. Анализ ошибок и лучших практик.	ПК-8 ПК-16	2	2	-	8	Проверка практических заданий
9	Перспективы развития инфлюенс-маркетинга. Влияние AI и виртуальных инфлюенсеров. NFT, метавселенные и новые форматы. Прогнозы развития отрасли	ПК-8 ПК-16	2	2	-	8	Проверка практических заданий
	ИТОГО за семестр		18	18		72	
	ИТОГО		18	18		72	

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 «Инфлюенс-маркетинг» базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием этапов 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 (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 *(включается при наличии соответствующих занятий)*.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области *(включается при наличии соответствующих занятий)*.

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.

1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Перечень основной литературы:

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник / М. В. Акулич. – 2-е изд., пересм. – Москва: Дашков и К^о, 2021. – 346 с.
2. Бузин В.Н., Бузина Т.С. - Медиапланирование. Теория и практика - ЮНИТИ-ДАНА - 2017
3. Зельдович, Б. З. Менеджмент в медиаиндустрии: учебник для среднего профессионального образования / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 293 с.
4. Иган Д. Маркетинг взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений: учебник / Д. Иган ; пер. Е. Э. Лалаян. – 2-е изд. – Москва: Юнити-Дана, 2017. – 376 с.

Перечень дополнительной литературы:

1. Одден Ли. Продающий контент. Как связать контент-маркетинг, SEO и социальные сети в единую систему. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016
2. А. Лайт; Д.Кеннеди; К.Уэлш-Филлипс - Жёсткий SMM: Выжать из соцсетей максимум. - Альпина Паблишер, 2021
3. Кириллова, Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента: учебное пособие / Н. Б. Кириллова. — 3-е изд. — Москва: ФЛИНТА, 2017. — 184 с.
4. Инновационный маркетинг: учебник / И. А. Красюк, С. М. Крымов, Г. Г. Иванов, М. В. Кольган. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 170 с.
5. Мальцева, Ю. А. Коммуникационные инструменты маркетинга в интернет-пространстве / Ю. А. Мальцева, И. В. Котляревская, В. А. Багинская ; под общ. ред. Ю. А. Мальцевой; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2019. – 76 с.

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

1. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
2. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.
4. <http://www.telead.ru> – Архив телевизионной рекламы.
3. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
4. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
5. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
6. <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	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
------------------------	--

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.