

**ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет
народного хозяйства»**

*Утверждена решением
Ученого совета ДГУНХ,
протокол № 13
от 06 июля 2020 г*

**Кафедра «Информационные технологии и информационная
безопасность»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА»**

**Направление подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика,
профиль «Электронный бизнес»**

Уровень высшего образования - бакалавриат

Формы обучения – очная, заочная

Махачкала – 2020

УДК 681.324(075)

ББК 32.988.02я7

Составители – Савзиханова Сабина Эминовна, доктор экономических наук, профессор кафедры «Информационные технологии и информационная безопасность» ДГУНХ.

Внутренний рецензент – Раджабов Карахан Якубович, кандидат экономических наук, доцент, декан факультета информационных технологий и управления ДГУНХ.

Внешний рецензент - Гаджиев Насрулла Курбанмагомедович, кандидат экономических наук, доцент, заместитель декана по научной работе факультета информатики и информационных технологий Дагестанского государственного университета.

Представитель работодателя - Ботвин Тимур Анатольевич, руководитель сектора развития бизнеса Яндекс.Такси в регионах Юг, Кавказ, Приволжье.

Рабочая программа дисциплины «Интернет-реклама» разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11.08.2016 г. № 1002, в соответствии с приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5.04.2017 г. № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

Рабочая программа по дисциплине «Интернет-реклама» размещена на официальном сайте www.dgunh.ru

Савзиханова С.Э. Рабочая программа по дисциплине «Интернет-реклама» для направления подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, профиль «Электронный бизнес». – Махачкала: ДГУНХ, 2020 г., 14 с.

Рекомендована к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 03 июля 2020 г.

Рекомендована к утверждению руководителем основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, профиль «Электронный бизнес», к.пед.н., Гасановой З.А.

Одобрена на заседании кафедры «Информационные технологии и информационная безопасность» 30 июня 2020 г., протокол № 12

Содержание

Раздел 1.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	4
Раздел 2.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
Раздел 3.	Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), на самостоятельную работу обучающихся и форму(ы) промежуточной аттестации	6
Раздел 4.	Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.	7
Раздел 5.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	10
Раздел 6.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины	11
Раздел 7.	Перечень лицензионного программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных	12
Раздел 8.	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	12
Раздел 9.	Образовательные технологии	13
	Лист актуализации рабочей программы дисциплины	14

Раздел 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Цель дисциплины – формирование у обучающихся комплекса компетенций по использованию инструментов цифрового маркетинга, о рекламных технологиях в сети интернет, позволяющих ориентироваться в рекламных стратегиях Интернет-бизнеса в вопросах получения, обработки и интерпретации необходимой для рекламной деятельности информации, с целью подготовки содержания и оформления рекламных сообщений, принятия оптимальных решений по проведению рекламных кампаний, оценки эффективности рекламной деятельности.

Задачи дисциплины

- изучить основные модели классического и цифрового маркетинга;
- рассмотреть основные направления развития и совершенствования сферы интернет обеспечения рекламной деятельности;
- изучить прикладные аспекты интернет-технологий, возможности их использования в процессе рекламной деятельности;
- получить основы знаний о рекламной аудитории сети интернет, обработке результатов исследования аудитории с использованием современных статистических программных продуктов;
- освоить теоретические основы и практику рекламной работы в Интернет, поиск актуальной информации, изучение возможностей проведения рекламной деятельности в глобальной сети интернет.

1.1. Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины «Интернет-реклама» как часть планируемых результатов освоения образовательной программы

код компетенции	формулировка компетенции
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-10	умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ПК-27	способность использовать лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг

1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать	уметь	владеть
ПК-10: умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимо-	З1 – состав и структуру пользователей интернета; З2 – механизмы работы и основные характеристики поисковых систем;	У1 – проводить поисковую оптимизацию Интернет-ресурса; У2 – оценивать эффективность проведенных	В1 – навыками работы со средствами веб-аналитики и инструментами статистического анализа Интер-

действие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет")	ЗЗ – виды интернет-рекламы, их функции и модели оплаты.	рекламных кампаний в сети интернет; УЗ – использовать электронные деньги для оплаты товаров и услуг в сети интернет.	нет-ресурсов.
ПК-27: способность использовать лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг	З1 – содержание функций и этапов менеджмента интернет-сайта; З2 – понятие таргетинга, основы медиапланирования Интернет кампаний; ЗЗ – основы электронной коммерции.	У1 – организовывать рекламные кампании в сети интернет.	В1 – настройки систем контекстной интернет-рекламы, технологиями организации электронной коммерции.

1.3. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

Код компетенции	Этапы формирования компетенций						
	Тема.1 Классический и цифровой маркетинг	Тема.2 Выбор целевых сегментов и средств коммуникации	Тема.3 Сайты, мобильные приложения, посадочные страницы	Тема.4 SEO (поисковая оптимизация)	Тема.5 Контекстная реклама	Тема.6 E-mail маркетинг, продвижение в мессенджерах и CPA маркетинг	Тема.7 Медийная реклама
ПК-10	+	+	+	+			
ПК-27					+	+	+

Раздел 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.6 «Интернет-реклама» относится к дисциплинам по выбору Блока 1 «Дисциплины» учебного плана направления подготовки «Бизнес-информатика», профиля «Электронный бизнес».

Для изучения данной дисциплины необходимы знания, умения и навыки по дисциплинам «Теоретические основы информатики», «Графические пакеты и web-дизайн».

Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для изучения дисциплин «Рынки ИКТ и организация продаж», «Электронный бизнес».

Раздел 3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), на самостоятельную работу обучающихся и форму (ы) промежуточной аттестации

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 3 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 32 часа, в том числе:

на занятия лекционного типа – **16**ч.

на занятия семинарского типа – **16** ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – **76** ч.

Форма промежуточной аттестации: **зачет.**

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет **8** часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – **4** ч.

на занятия семинарского типа – **4** ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – **98** ч.

Форма промежуточной аттестации: **зачет – 2 часа.**

Раздел 4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.

Очное отделение

№ п/п	Тема дисциплины	Всего академических часов	В т.ч. занятия лекционного типа	В т.ч. занятия семинарского типа:					Самостоятельная работа	Форма текущего контроля успеваемости.
				семинары	Практические занятия	Лабораторные занятия (лабораторные работы, лабораторный практикум)	Коллоквиумы	Иные аналогичные занятия		
1.	Тема.1 Классический и цифровой маркетинг	12	2	-	2	-	-	-	8	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс-задания
2.	Тема.2 Выбор целевых сегментов и средств коммуникации	14	2	-	2	-	-	-	10	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс-задания - Решение задачи
3.	Тема.3 Сайты, мобильные приложения, посадочные страницы	14	2	-	2	-	-	-	10	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс-задания
4.	Тема.4 SEO (поисковая оптимизация)	14	2	-	2	-	-	-	10	- Тестирование - Решение кейс-задания
5.	Тема.5 Контекстная реклама	24	4		2				18	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс-задания - Решение зада-

										чи
6.	Тема.6 E-mail маркетинг, продвижение в мессенджерах и CRA маркетинг	14	2	-	2	-	-	-	10	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс- задания
7.	Тема.7 Медийная рекла- ма	14	2	-	2	-	-	-	10	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс- задания - Решение зада- чи
	Зачет	2	-		2	-	-	-	-	
	Итого	108	16	-	16	-	-	-	76	

Заочное отделение

№ п/п	Тема дисциплины	Всего ака- демических часов	В т.ч. занятия лекци- онного типа	В т.ч. занятия семинарского типа:					Самостоя- тельная работа	Форма текущего контроля успе- ваемости.
				семи- нары	Практиче- ские заня- тия	Лабораторные занятия (лабора- торные работы, лабораторный практикум)	Колло- квиумы	Иные аноло- гичные занятия		
1.	Тема.1 Классический и цифровой марке- тинг	12	1	-	1	-	-	-	10	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс- задания
2.	Тема.2 Выбор целевых сегментов и средств коммуни- кации	16	1	-	1	-	-	-	14	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс- задания - Решение зада-

										чи
3.	Тема.3 Сайты, мобильные приложения, посадочные страницы	16	1	-	1	-	-	-	14	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс-задания
4.	Тема.4 SEO (поисковая оптимизация)	16	1	-	1	-	-	-	14	- Тестирование - Решение кейс-задания
5.	Тема.5 Контекстная реклама	18	0	-	0				18	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс-задания - Решение задачи
6.	Тема.6 E-mail маркетинг, продвижение в мессенджерах и CPA маркетинг	14	0	-	0	-	-	-	14	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс-задания
7.	Тема.7 Медийная реклама	14	0	-	0	-	-	-	14	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс-задания - Решение задачи
	Итого	106	4	-	4	-	-	-	98	
	Зачет						2			
	ВСЕГО:						108			

Раздел 5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

№ п/п	Автор	Название основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	Выходные данные	Количество экземпляров в библиотеке ДГУНХ/адрес доступа
I. Основная учебная литература				
1.	Алашкин П.	Все о рекламе и продвижении в Интернете: практическое пособие	Москва:Альпина Бизнес Букс,2016. - 220с.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=229721
2.	Москалев, С.М.	Интернет-технологии и реклама в бизнесе: учебное пособие	Санкт-Петербург: СПбГАУ, 2018, 110 с.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=491717
3.	Савзиханова С.Э.	Интернет-реклама	учебное пособие: Махачкала, ДГУНХ, 2019- 100с	http://e-dgunh.ru/porta <u>l/</u>
4.	Шпаковский В. О., Розенберг Н. В., Егорова Е. С.	Интернет-журналистика и Интернет-реклама: учебное пособие	Москва, Вологда: Инфра-Инженерия, 2018, - 248 с.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=493883
II. Дополнительная учебная литература				
А) Дополнительная учебная литература				
1.	Арутунова Е.А.	Основы рекламы: практикум	Ставрополь: СКФУ, 2015, - 122 с.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=458170
2.	Шулепов В. И. , Шакирова Г. Р.	Основы электронной коммерции: учебное пособие	Учебное пособие Йошкар-Ола: ПГТУ, 2014г. – 109 с.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=439334
3.	Малышев, С.Л.	Основы интернет-экономики: учебное пособие	Москва: Евразийский открытый институт, 2011. – 120 с.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=90789
4.	Рогожин М.Ю.	Теория и практика рекламной деятельности: учебное пособие	Москва Берлин: Директ-Медиа, 2014г. – 208 с.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=253716
Б) Официальные издания: сборники законодательных актов, нормативно-правовых документов и кодексов РФ				

1.	ГОСТ Р 52872-2012. Интернет-ресурсы. Требования доступности для инвалидов по зрению. 2012 г. www.standartgost.ru
2.	ГОСТ Р ИСО/МЭК ТО 12182-2002. Информационная технология. Классификация программных средств. 2002 г. www.standartgost.ru
3.	ГОСТ 34.601-90. Информационная технология. Комплекс стандартов на автоматизированные системы. Автоматизированные системы. Стадии создания. 2009 г. www.standartgost.ru
4.	ГОСТ 28195-89. Оценка качества программных средств. Общие положения. 2001 г. www.standartgost.ru
<i>В) Периодические издания</i>	
1.	Журнал для пользователей персональных компьютеров «Мир ПК»
2.	Журнал «Открытые системы»
3.	Научный журнал «Информатика и ее применение»
4.	Журнал о компьютерах и цифровой технике «ComputerBild»
<i>Г) Справочно-библиографическая литература</i>	
1.	Воройский Ф.С. Информатика. Энциклопедический словарь-справочник: введение в современные информационные и телекоммуникационные технологии в терминах и фактах. - М.: Изд-во ФИЗМАТЛИТ, 2006 - 768 с. http://biblioclub.ru/
2.	<u>Словарь электронной коммерции. Архивировано из первоисточника 25 августа 2011.</u>

Раздел 6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к одной или нескольким электронно-библиотечным системам и к электронной информационно-образовательной среде университета (<http://e-dgunh.ru>). Электронно-библиотечная система и электронная информационно-образовательная среда обеспечивает возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

Для самостоятельного изучения материала и ознакомления с регламентирующими документами и текущей практикой в области управления ИТ – проектами, рекомендуется использовать следующие Интернет-ресурсы:

1. <https://www.intuit.ru/>
2. <http://citforum.ru/>
3. <https://habrahabr.ru/http://www.devbusiness.ru/>
4. <https://www.itweek.ru/>
5. <http://Standartgost.ru>

Раздел 7. Перечень лицензионного программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных

7.1. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения:

- Windows 10
- Microsoft Office Professional
- Adobe Acrobat Reader DC
- VLC Media player
- 7-zip

7.2. Перечень информационных справочных систем:

- информационно справочная система «Консультант Плюс».

7.3. Перечень профессиональных баз данных:

- Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства (<https://ofd.nalog.ru/>);
- Научная электронная библиотека - <https://elibrary.ru/>;
- <http://Standartgost.ru> - Открытая база ГОСТов

Раздел 8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для преподавания дисциплины «Интернет реклама» используются следующие специальные помещения – **учебные аудитории**:

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 4.10 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, учебный корпус № 2 литер «В»).

Перечень основного оборудования:

- Комплект специализированной мебели.
- Доска меловая.
- Набор демонстрационного оборудования: проектор, персональный компьютер (моноблок) с доступом к сети Интернет и корпоративной сети университета, ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» (www.biblioclub.ru), ЭБС «ЭБС Юрайт» (www.urait.ru).

Перечень учебно-наглядных пособий:

- Комплект наглядных материалов (баннеры, плакаты);
- Комплект электронных иллюстративных материалов (презентации, видеоролики).

Компьютерный класс, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 4 - 2 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, учебный корпус № 2 литер «В»).

Перечень основного оборудования:

- Комплект специализированной мебели.
- Доска меловая.
- Набор демонстрационного оборудования: проектор, акустическая система.
- Персональные компьютеры с доступом к сети Интернет и корпоративной се-

ти университета, ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» (www.biblioclub.ru), ЭБС «ЭБС Юрайт» (www.urait.ru) – 20 ед.

Перечень учебно-наглядных пособий:

- Комплект наглядных материалов (баннеры, плакаты);
- Комплект электронных иллюстративных материалов (презентации, видеоролики).

Помещение для самостоятельной работы № 4.5 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, учебный корпус № 2 литер «В»)

Перечень основного оборудования:

- Персональные компьютеры с доступом к сети «Интернет» и в электронную информационно-образовательную среду – 19 ед.

Помещение для самостоятельной работы № 1-1 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, учебный корпус № 1)

Перечень основного оборудования:

- Персональные компьютеры с доступом к сети «Интернет» и в электронную информационно-образовательную среду – 60 ед.

Раздел 9. Образовательные технологии

При освоении дисциплины «Интернет-реклама» используются следующие образовательные технологии:

- Проблемная лекция – изложение материала, предполагающее постановку проблемных и дискуссионных вопросов, связанных с управлением человеческими ресурсами и коммуникациями проекта, управлением рисками проекта, программами и портфелями проектов
- Практическое занятие на основе кейс-метода («метод кейсов», «кейс-стади»)
- для выработки навыков и умений по Интернет-рекламе.
- Лабораторная работа – организация учебной работы с реальными материальными и информационными объектами, экспериментальная работа с аналоговыми моделями реальных объектов.
- внеаудиторная работа в форме обязательных консультаций и индивидуальных занятий со студентами (помощь в понимании тех или иных моделей и концепций, подготовка рефератов и эссе, а также тезисов для студенческих конференций и т.д.).

**Лист актуализации рабочей программы дисциплины
«Интернет-реклама»**

Рабочая программа пересмотрена,
обсуждена и одобрена на заседании кафедры

Протокол от « 22 » мая 2021 № 10

Зав. кафедрой В. Ганниб В. С.

Рабочая программа пересмотрена,
обсуждена и одобрена на заседании кафедры

Протокол от « ____ » _____ 20__ № ____

Зав. кафедрой _____

Рабочая программа пересмотрена,
обсуждена и одобрена на заседании кафедры

Протокол от « ____ » _____ 20__ № ____

Зав. кафедрой _____

Рабочая программа пересмотрена,
обсуждена и одобрена на заседании кафедры

Протокол от « ____ » _____ 20__ № ____

Зав. кафедрой _____