

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

*Утверждена решением  
Ученого совета ДГУНХ,  
протокол № 13  
от 29 мая 2021 г*

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

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

**Направление подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика,  
профиль «Менеджмент информационных технологий и  
электронный бизнес»**

**Уровень высшего образования - бакалавриат  
Формы обучения – очная, очно-заочная, заочная**

**Махачкала – 2021**

**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 международных запусков Яндекс.Маркет ООО «Яндекс.Маркет».

*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 29 июля 2020 г., № 838, 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](http://www.dgunh.ru)

Савзиханова С.Э. Рабочая программа по дисциплине «Интернет-реклама» для направления подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, профиль «Менеджмент информационных технологий и электронный бизнес». – Махачкала: ДГУНХ, 2021 г., 16 с.

Рекомендована к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 28 мая 2021 г.

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

Одобрена на заседании кафедры «Информационные технологии и информационная безопасность» 24 мая 2021 г., протокол № 10..

## Содержание

Раздел 1.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	4
Раздел 2.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
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	12
Раздел 6.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины	13
Раздел 7.	Перечень лицензионного программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных	14
Раздел 8.	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	14
Раздел 9.	Образовательные технологии	15
	Лист актуализации рабочей программы дисциплины	16

## 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
<b>ПК</b>	<b>ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>
<b>ПК-5</b>	Способен создавать новые бизнес-проекты и управлять ими на основе инноваций в сфере ИКТ

### **1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>	<i>Планируемые результаты обучения по дисциплине</i>
<b>ПК-5:</b> Способен создавать новые бизнес-проекты и управлять ими на основе инноваций в сфере ИКТ	<b>ИПК-5.2.</b> Разрабатывает и реализует маркетинговую стратегию на основе инноваций в сфере ИКТ	<b><u>Знать:</u></b> - механизмы работы и основные характеристики поисковых систем; - понятие таргетинга, основы медиапланирования Интернет кампаний.  <b><u>Уметь:</u></b> – проводить поисковую оптимизацию Ин-

		<p>тернет-ресурса;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– оценивать эффективность проведенных рекламных кампаний в сети интернет;</li> <li>– организовывать рекламные кампании в сети интернет.</li> </ul> <p><b><u>Владеть:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>навыками</u> работы со средствами веб-аналитики и инструментами статистического анализа Интернет-ресурсов;</li> <li>- навыками настройки систем контекстной интернет-рекламы, технологиями организации электронной коммерции.</li> </ul>
--	--	---

### 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-5	+	+	+	+	+	+	+

### Раздел 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.16 «Интернет-реклама» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины» учебного плана направления подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, профиль «Менеджмент информационных технологий и электронный бизнес».

Для изучения данной дисциплины необходимы знания, умения и навыки по дисциплинам «Информационные системы и технологии», «Графические пакеты и web-дизайн», «Маркетинг».

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

**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 2 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 – 16ч.

на занятия семинарского типа – 16 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 40 ч.

Форма промежуточной аттестации: **зачет.**

**Очно-заочная форма обучения**

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 16 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 8 ч.

на занятия семинарского типа – 8 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 56 ч.

Форма промежуточной аттестации: **зачет.**

Отдельные учебные занятия по дисциплине реализуются в форме практической подготовки.

**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 – 62 ч.

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

Отдельные учебные занятия по дисциплине реализуются в форме практической подготовки.

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

**Очная форма обучения**

№ 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*	9	2*	-	2*	-	-	-	5	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс-задания
2.	Тема.2 Выбор целевых сегментов и средств коммуникации	9	2	-	2	-	-	-	5	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс-задания - Решение задачи
3.	Тема.3 Сайты, мобильные приложения, посадочные страницы	9	2	-	2	-	-	-	5	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс-задания
4.	Тема.4 SEO (поисковая оптимизация)*	9	2*	-	2*	-	-	-	5	- Тестирование - Решение кейс-задания
5.	Тема.5 Контекстная реклама*	11	4*		2*				5	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс-

										задания - Решение задачи
6.	Тема.6 E-mail маркетинг, продвижение в мессенджерах и CPA маркетинг	14	2	-	2	-	-	-	10	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс-задания
7.	Тема.7 Медийная реклама*	9	2*	-	2*	-	-	-	5	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс-задания - Решение задачи
	<b>Зачет</b>	<b>2</b>	<b>-</b>		<b>2</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	
	<b>Итого</b>	<b>72</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>40</b>	

### Очно-заочная форма обучения

№ 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*	10	1*	-	1*	-	-	-	8	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс-задания
2.	Тема.2 Выбор целевых сегментов и	10	1	-	1	-	-	-	8	- Проведение опроса - Тестирование



	средств коммуникации									- Решение кейс-задания - Решение задачи
3.	Тема.3 Сайты, мобильные приложения, посадочные страницы	10	1	-	1	-	-	-	8	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс-задания
4.	*	10	1*	-	1*	-	-	-	8	- Тестирование - Решение кейс-задания
5.	Тема.5 Контекстная реклама*	10	1*	-	1*				8	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс-задания - Решение задачи
6.	Тема.6 E-mail маркетинг, продвижение в мессенджерах и CPA маркетинг	11	2	-	1	-	-	-	8	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс-задания
7.	Тема.7 Медийная реклама*	9	1*	-	-	-	-	-	8	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс-задания - Решение задачи
	<b>Зачет</b>	<b>2</b>			<b>2</b>					
	<b>Итого</b>	<b>72</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>56</b>	

### Заочная форма обучения

№ 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 анологичные занятия		
1.	Тема.1 Классический и цифровой маркетинг*	10	1*	-	1*	-	-	-	8	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс-задания
2.	Тема.2 Выбор целевых сегментов и средств коммуникации	10	1	-	1	-	-	-	8	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс-задания - Решение задачи
3.	Тема.3 Сайты, мобильные приложения, посадочные страницы	12	1	-	1	-	-	-	10	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс-задания
4.	Тема.4 SEO (поисковая оптимизация)*	10	1*	-	1*	-	-	-	8	- Тестирование - Решение кейс-задания
5.	Тема.5 Контекстная реклама	8	0	-	0	-	-	-	8	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс-задания - Решение задачи
6.	Тема.6	10	0	-	0	-	-	-	10	- Проведение

	Е-mail маркетинг, продвижение в мессенджерах и CPA маркетинг									опроса - Тестирование - Решение кейс-задания
7.	Тема.7 Медийная реклама	10	0	-	0	-	-	-	10	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс-задания - Решение задачи
	<b>Итого</b>	<b>70</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>62</b>	
	<b>Зачет</b>	<b>2</b>								
	<b>ВСЕГО:</b>	<b>72</b>								

\*Реализуется в форме практической подготовки

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

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

1.	ГОСТ Р 52872-2012. Интернет-ресурсы. Требования доступности для инвалидов по зрению. 2012 г. <a href="http://www.standartgost.ru">www.standartgost.ru</a>
2.	ГОСТ Р ИСО/МЭК ТО 12182-2002. Информационная технология. Классификация программных средств. 2002 г. <a href="http://www.standartgost.ru">www.standartgost.ru</a>
3.	ГОСТ 34.601-90. Информационная технология. Комплекс стандартов на автоматизированные системы. Автоматизированные системы. Стадии создания. 2009 г. <a href="http://www.standartgost.ru">www.standartgost.ru</a>
4.	ГОСТ 28195-89. Оценка качества программных средств. Общие положения. 2001 г. <a href="http://www.standartgost.ru">www.standartgost.ru</a>
<b><i>В) Периодические издания</i></b>	
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»
<b><i>Г) Справочно-библиографическая литература</i></b>	
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. <a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
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 Интернет-рекламы, 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. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

- 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 учебных занятий № 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](http://www.biblioclub.ru)), ЭБС «ЭБС Юрайт» ([www.ura.it.ru](http://www.ura.it.ru)).

### ***Перечень учебно-наглядных пособий:***

Комплект наглядных материалов (баннеры, плакаты);

Комплект электронных иллюстративных материалов (презентации, видеоролики).

**Компьютерный класс, учебная аудитория для проведения учебных занятий № 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 сети университета, ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» ([www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)), ЭБС «ЭБС Юрайт» ([www.ura.it.ru](http://www.ura.it.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 моделями классического и цифрового маркетинга, прикладными аспектами интернет-технологий, возможностями их использования в процессе рекламной деятельности.

- Практическое занятие на основе кейс-метода («метод кейсов», «кейс-стади») – для выработки навыков и умений по интернет - рекламе.

– 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 «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

Рабочая программа пересмотрена,  
обсуждена и одобрена на заседании кафедры

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

Рабочая программа пересмотрена,  
обсуждена и одобрена на заседании кафедры

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

Рабочая программа пересмотрена,  
обсуждена и одобрена на заседании кафедры

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_