ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет народного хозяйства»

Утверждена решением
Ученого совета ДГУНХ,
протокол № 9
от 21 марта 2026 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

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 00A9E2DAF91A2F57E988B751E574CFCC
Владелец: Бучаев Ахмед Гамидович
Действителен: с 23.09.2025 до 17.12.2026

Махачкала – 2026

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, доцент кафедры «Информационные технологии и информационная безопасность» 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, директор по продажам в отделе продаж Яндекс Маркет для бизнеса в ООО «Технолоджикал Деливери Сервисез».

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 2021 г., № 838, в соответствии с приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 6.04.2021 г. № 245 «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 «Менеджмент информационных технологий и электронный бизнес». – Махачкала: ДГУНХ, 2026 г., 15 с.

Рекомендована к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 10 марта 2026 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», д.э.н., Савзихановой С.Э.

Одобрена на заседании кафедры «Информационные технологии и информационная безопасность» 24 февраля 2026 г., протокол № 7.

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	11
Раздел 6.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины	12
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	13
Раздел 9.	Образовательные технологии	14
Лист актуализации рабочей программы дисциплины		15

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-5	Способен создавать новые бизнес-проекты и управлять ими на основе инноваций в сфере ИКТ

1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

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

		тернет-ресурса; – оценивать эффективность проведенных рекламных кампаний в сети интернет; – организовывать рекламные кампании в сети интернет. **Владеть:** - навыками работы со средствами веб-аналитики и инструментами статистического анализа Интернет-ресурсов; - навыками 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-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 – **16**ч.

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 занятий 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 занятий 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	9	2*	-	2*	-	-	-	5	- Проведение опроса

	Медийная реклама*									- Тестирование - Решение кейс-задания - Решение задачи
	Зачет	**2**	**-**		**2**	**-**	**-**	**-**	**-**	
	Итого	**72**	**16**	**-**	**16**	**-**	**-**	**-**	**40**	

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 средств коммуникации	10	1	-	1	-	-	-	8	- Проведение опроса - Тестирование - 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 мес-	11	2	-	1	-	-	-	8	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс-задания

	сенджерах и CPA маркетинг									
7.	Тема.7 Медийная реклама*	9	1*	-	-	-	-	-	8	- Проведение опроса - Тестирование - Решение кейс-задания - Решение задачи
	Зачет	**2**			**2**					
	Итого	**72**	**8**	**-**	**8**	**-**	**-**	**-**	**56**	

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

*Реализуется в форме практической подготовки

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/portal/
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 инва-			

	лидов 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
В) Периодические издания	
1.	Междисциплинарный научно-практический журнал «Бизнес-информатика»
2.	Научный журнал «Информатика и ее применение»
3.	Рецензируемый научный журнал «Информатика и система управления»
Г) Справочно-библиографическая литература	
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.	Словарь электронной коммерции. Архивировано из первоисточника 25 августа 2011.

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), 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 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), 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 – 24 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 _____