МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ
СОВРЕМЕННЫЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ИНФОРМАТИКИ

«Согласовано»
Начальник учебной части
_____Ерке Е.Э
«25» 08 2024 г.

«Утверждаю»
I-проректор СМУ
_____Максат Макамбай
«ЧАСТ» _____20___г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
Современная интернет реклама

для специальности (направления специальности): **710300 – Прикладная информатика**
Форма обучения: очная
Виды учебной деятельности:

Программа	Всего часов				СРС	СРСП	Форма отчетности
	всего	аудиторных	лекция	Прак.раб			
3-курс, 5 семестр О/О	3 кр 90 час	45 час	15 ч	30 ч	15 ч	45 ч	экзамен
3-курс, 5 семестр З/О	3 кр 90 час	20 час	10 ч	10 ч	20 ч	50 ч	экзамен

«Согласовано»
Профилирующей кафедрой
_____зав.каф.
от « » 20 г.

«Рассмотрено»
на заседании кафедры
_____
от «_____»_____20__ г.

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с ГОС (1578/1 от 21 сентября 2021 г), ОПОП направления 710300 – Прикладная информатикаи Положения о разработке УМК в СМУ.

Разработчик: Э.К. Эркулова

Жалал-Абад
2024 г.

Содержание

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА 1
СОДЕРЖАНИЕ 2
1.1 РЕКВИЗИТЫ ДИСЦИПЛИНЫ 3
1.2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ 3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП 3
3. ПРЕРЕКВИЗИТЫ И ПОСТРЕКВИЗИТЫ КУРСА 3
4. НЕОБХОДИМОСТЬ ИЗУЧЕНИЯ КУРСА 4
5. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСА 4
6. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 5
7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ 6
8 КРИТЕРИЙ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ НА ЭКЗАМЕНЕ 7
8.1. ОЦЕНКА ЗНАНИЙ (АКАДЕМИЧЕСКОЙ УСПЕВАЕМОСТИ) ОСУЩЕСТВЛЯЕТСЯ ПО 100 БАЛЛЬНОЙ СИСТЕМЕ (ШКАЛЕ) СЛЕДУЮЩИМ ОБРАЗОМ: 8
8.2. ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ 9
8. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «СОВРЕМЕННАЯ ИНТЕРНЕТ РЕКЛАМА » 9
10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 12
11. ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЭКЗАМЕНУ 13
12. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) СОВРЕМЕННАЯ ИНТЕРНЕТ РЕКЕЛАМА 18

1.1 Реквизиты дисциплины

Дисциплина : «Современная интернет реклама »

Курс: 3

Направление: 710300 – Прикладная информатика

Количество кредит часов: 3 кр (90 ч)

Форма обучения: очная/заочная

1.2. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Семестр 5 Всего часов 90 ч	Семестр 5 Всего часов 90 ч
Аудиторные занятия (всего)	**45**	**20**
В том числе:		
Лекции (Л)	15	10
Практические занятия (ПЗ)	30	10
Семинары (С)		
Лабораторные практикумы (ЛП)		
Клинические практические занятия (КПЗ)		
Самостоятельная работа (всего)	**45**	**70**
СРСП	15	20
СРС	45	50
Форма контроля	экзамен	экзамен
Общая трудоемкость (час.)	**90**	**90**

2. Место дисциплины в структуре ООП

Учебная дисциплина «Современная интернет реклама» является специальной дисциплиной, формирующей профессиональные знания, необходимые для будущей трудовой деятельности.

Дисциплина относится к вариативной части профессионального цикла.

3. Пререквизиты и постреквизиты курса

Пререквизиты:

- Информатика
- Информационные системы
- Информационные технологии

- Компьютерная графика и дизайн

Постреквизиты:

- Сетевая экономика
- Экономика информационного бизнеса
- **Проектная работа или стажировка**

4. Необходимость изучения курса

Изучение курса по современной интернет рекламе может быть полезным в зависимости от ваших конкретных интересов, целей и области деятельности.

5. Цели и задачи курса

Цели:

Понимание Сферы Интернет-Рекламы: Освоение основных понятий, терминов и методов, применяемых в интернет-рекламе.

Ознакомление с Трендами: Изучение актуальных трендов и инноваций в области интернет-рекламы.

Разработка Креативных Навыков: Развитие у студентов креативного мышления и навыков создания привлекательного рекламного контента.

Овладение Инструментами Рекламы: Ознакомление с различными инструментами интернет-рекламы, включая рекламные платформы, социальные сети, поисковые системы и другие.

Понимание Цифровой Аналитики: Обучение использованию аналитических инструментов для оценки эффективности рекламных кампаний и принятия данных в оптимизации.

Задачи:

Разработка Рекламных Кампаний: Создание рекламных стратегий и кампаний, учитывая цели бренда или продукта.

Таргетирование и Позиционирование: Изучение методов таргетирования аудитории и разработка стратегий позиционирования бренда.

Анализ Конкуренции: Изучение конкурентов и анализ их рекламных подходов для выявления сильных и слабых сторон.

Оптимизация Рекламных Бюджетов: Научить студентов эффективно управлять бюджетами рекламных кампаний.

Этические и Юридические Аспекты: Обсуждение этических и юридических норм в интернет-рекламе, а также способы их соблюдения.

Проекты и Кейсы: Работа с реальными проектами и кейсами из сферы интернет-рекламы для практического применения знаний.

Дисциплина о современной интернет-рекламе стремится подготовить студентов к эффективной работе в сфере цифрового маркетинга, учитывая последние тенденции и инновации в этой области.

6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Формирование компетенций для направления: 710300 – Прикладная информатика

Способен использовать предпринимательские знания и навыки в профессиональной деятельности (ИК-3),

Способен проводить обследование и выявлять потребности организаций, на информационные ресурсы и источники знаний в электронной среде, формировать требования к ИС, участвовать в реинжиниринге прикладных и информационных процессов (ПК-6),

Способен выбирать состав аппаратно-программного комплекса технических средств обработки информации и коммуникации (ПК-12)

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен

Студенты, изучающие дисциплину "Современная интернет-реклама", приобретают разносторонний комплекс компетенций, который позволяет им успешно работать в области цифрового маркетинга и интернет-рекламы. Ниже представлен список основных компетенций, которые они могут развивать:

1. **Стратегическое Планирование:**
- Разработка цифровых маркетинговых стратегий и планов.
2. **Таргетирование и Позиционирование:**
- Навыки определения целевой аудитории.
- Умение создавать позиционирование продукта или бренда.
3. **Креативные Навыки:**
- Разработка привлекательных рекламных материалов.
- Умение создавать креативные идеи для рекламных кампаний.
4. **Технологические Навыки:**
- Знание инструментов интернет-рекламы (Google Ads, Яндекс.Директ и др.).
- Освоение аналитических и маркетинговых платформ.
5. **Бюджетирование и Управление Ресурсами:**

- Навыки эффективного управления рекламными бюджетами.
- Оптимизация расходов на рекламу.

6. **Аналитика и Оценка Эффективности:**

- Использование инструментов аналитики для оценки результатов кампаний.
- Анализ данных и принятие решений на основе аналитических выводов.

7. **Этические и Юридические Навыки:**

- Понимание этических и юридических норм в интернет-рекламе.
- Способность принимать решения, соблюдая стандарты этики.

8. **Проектное Управление:**

- Работа с проектами интернет-рекламы.
- Умение эффективно управлять процессами.

9. **Коммуникационные Навыки:**

- Умение представлять и обосновывать рекламные стратегии.
- Взаимодействие с командой и заказчиками.

10. **Практические Навыки:**

- Участие в создании и запуске реальных рекламных кампаний.
- Анализ кейсов успешных кампаний.

Изучение современной интернет-рекламы не только предоставляет теоретическую базу, но и развивает практические навыки, необходимые для успешной карьеры в сфере цифрового маркетинга.

7. Образовательные технологии

Изучение дисциплины предполагает использование традиционных способов коллективного обучения – *лекций, лабораторных занятий, индивидуальных заданий с последующей отчетностью.*

Применяемые информационные технологии: *лекции в форме презентаций, обучающие и тестирующие программы, электронные учебники.*

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, рубежного контроля по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы бакалавров:

- **формой текущего контроля знаний студентов (аудиторные занятия)** *является контроль посещения лекционных и практических занятий, активность студентов на практических*

занятиях. Каждый из двух текущих контролей оценивается по ***30 баллов.***

формой текущего контроля знаний студентов (внеаудиторные занятия) *является контроль СРСП, участие в НИРС (выступление на студенческой конференции, публикация статей)*

- **формой итогового контроля знаний и умений** бакалавров **по курсу** *является экзамен.*

Текущий и рубежный контроль. Студенты после выполнения соответствующих (первому или второму модулю) практических и лабораторных работ допускаются к рубежному контролю. Каждый из двух рубежных контролей (модулей) оценивается по **30** балльной шкале.

Итоговый контроль. Итоговый контроль реализуется в форме защиты собственно созданных программ (в виде компьютерного тестирования) и оценивается по **30** балльной шкале.

Правила оценивания рубежного и итогового контроля.

8 Критерий оценки знаний студентов на экзамене

Выставление оценок на экзаменах осуществляется на основе принципов объективности, справедливости, всестороннего анализа качества знаний студентов, и других положений, способствующих повышению надежности оценки знаний обучающихся, и устранению субъективных факторов.

В соответствии с действующими нормативными актами и рекомендациями Министерства образования и науки КР устанавливаются следующие критерии выставления оценок на экзаменах:

- ***оценка "отлично"*** выставляется студенту, который обнаружил на экзамене всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного матери-ала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, который усвоил основную литературу и ознакомился с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка "отлично" выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины и их значений для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала;

- ***оценка "хорошо"*** выставляется студенту, который на экзамене обнаружил полное знание учебно-программного материала, успешно

выполнил предусмотренные в программе задания, усвоил основную литературу, рекомендованную в программе. Как правило, оценка "хорошо" выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному выполнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности;

- ***оценка "удовлетворительно"*** выставляется студенту, обнаружившему знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных программой, который ознакомился с основной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка "удовлетворительно" выставляется студентам, допустившим погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя;

- ***оценка "неудовлетворительно"*** выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, не ознакомившемуся с основной литературой, предусмотренной программой, и не овладевшему базовыми знаниями, предусмотренными по данной дисциплине и определенными соответствующей программой курса (перечень основных знаний и умений, которыми должны овладеть студенты, является обязательным элементом рабочей программы курса).

8.1. Оценка знаний (академической успеваемости)

осуществляется по 100 балльной системе (шкале) следующим образом:

30 балльная система	100 балльная система	Оценка по буквенной системе	Цифровой эквивалент оценки по GPA	Оценка по традиционной системе
26 - 30	87 – 100	A	4,0	Отлично
24 - 25	80 – 86	B	3,33	Хорошо
22 - 23	74 – 79	C	3,0	
20 - 21	68 - 73	Д	2,33	Удовлетворительно
18 - 19	60 – 67	E	2,0	
9 - 17	31 - 60	FX	0	Неудовлетворительно
0 - 8	0 - 30	F	0	

8.2. Технологическая карта дисциплины

Всего	Ауд. часы	СРС, СРСП	1-модуль (90 ч., 30 б.)				2-модуль (90 ч., 30 б.)				Итоговый контроль (ЖТ) (30 б.)				Поощрительный балл (П)	**Всего**
			Ауд. ч.		СРС,	Рубежный	Ауд. ч.		СРС,	Рубежный контроль 2 (М2)	Лекция	Лаборатория	СРС	**Итоговый контроль (ИК)**		
			Лекц	Практ			Лекц	Практ								
90	45	45	15	30	45		15	30	45							
Баллы			**30**	**30**	**30**	**30 б.**	**30**	**30**	**30**	**30 б.**	**30**	**30**	**30**	**30 б**	**10 б**	
Итоги модулей			ТК=(Лек+Лаб+ +СРС)/3, М1=(ТК1+ТК2 + +РК1)/3				ТК=(Лек+Лаб+ +СРС)/3, М2=(ТК3+ТК4 + +РК2)/3				ИК=(Лек+Лаб+ +СРС)/3, Экз=М1+М2+ИК+ П					**100**

8. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Современная интернет реклама »

	Наименование тем	**Кол-во кр лекций очного обучения**	**Кол-во кр лекций заочного обучения**
1.	Лекция 1: Введение в интернет-рекламу	2	2
2.	Лекция 2: Типы интернет-рекламы	2	2
3.	Лекция 3: Инструменты и платформы интернет-рекламы	2	2
4.	Лекция 4: Тренды в интернет-рекламе	2	2
5.	Лекция 5: Этические и юридические аспекты	2	2
6.	Лекция 6: Практические занятия и кейс-стади	2	СРС
7.	Лекция 7: Будущее интернет-рекламы	3	СРС
		15	**10**
	Наименование тем	**Кол-во практических**	**Кол-во практических**

		раб очного обучения	раб заочного обучения
1.	Практическое занятие №1.1 Введение в интернет рекламу	2	2
2.	Практическое занятие №1.2 Виды реклам	2	СРС
3.	Практическое занятие №2.1 Создание баннеров и поисковых объявлений	2	2
4.	Практическое занятие №2.2 Создание рекламных слоганов	2	СРС
5.	Практическое Занятие №3.1: Инструменты и Платформы Интернет-Рекламы	2	2
6.	Практическое Занятие №3.2 Разработка рекламных объявлений со слоганом	2	СРС
7.	Практическое занятие №4.1 "Кейс-Стади и анализ успешных кампаний и использование технологических трендов в рекламе"	2	СРС
8.	Практическое занятие №4.2 Использование технологических трендов в рекламе	2	2
9.	Практическое занятие №5.1 Этические и юридические аспекты	2	2
10	Практическое занятие №5.2 Этические и юридические аспекты рекламы	2	СРС
11	Практическое занятие №6.1-6.2 Кейс-стадии	4	СРС
12	Практическое занятие №7.1-№7.2 Будущее интернет-рекламы	4	СРС
13	Практическое занятие №8 Креатив в рекламе	2	СРС
		30	**10**

СРС и СРСП по лекционным темам

Лекция 1: Введение в интернет-рекламу

- **СРС:** Подготовить краткий конспект на тему: «Этапы развития интернет-рекламы: от баннеров до AI». Привести примеры из истории.
- **СРСП:** Мини-доклад: «Почему интернет-реклама стала ведущим каналом коммуникации с аудиторией?»

Лекция 2: Типы интернет-рекламы

- **СРС:** Составить сравнительную таблицу: баннерная, контекстная, таргетированная, видеореклама. Указать: цели, формат, стоимость, охват.
- **СРСП:** Разработать кейс: выбрать бизнес и обосновать, какие 2 типа рекламы лучше подойдут.

Лекция 3: Инструменты и платформы интернет-рекламы

- **СРС:** Провести мини-исследование: сравнить Google Ads, Яндекс.Директ и Meta Ads по возможностям.
- **СРСП:** Выполнить задание: смоделировать рекламную кампанию для интернет-магазина в одной из платформ.

Лекция 4: Тренды в интернет-рекламе

- **СРС:** Написать аналитическую заметку «5 главных трендов интернет-рекламы 2024–2025».
- **СРСП:** Создать инфографику с визуальным представлением трендов (использовать Canva, PowerPoint и т.д.).

Лекция 5: Этические и юридические аспекты

- **СРС:** Составить список запрещённых приёмов в рекламе согласно законам КР или РФ.
- **СРСП:** Провести анализ рекламного кейса, в котором были нарушены нормы (реальный пример + последствия).

Лекция 6: Практические занятия и кейс-стади

- **СРС:** Проанализировать кейс (на выбор): Coca-Cola, Nike или локальный бренд. Указать цели, каналы, результаты.
- **СРСП:** Подготовить презентацию на 5 слайдов по выбранному кейсу.

Лекция 7: Будущее интернет-рекламы

- **СРС:** Статья-эссе (до 2 стр.): «Будущее рекламы — технологии или эмоции?».
- **СРСП:** Создать интеллект-карту или постер: прогнозы развития рекламы до 2035 года.

СРС и СРСП по практическим занятиям

Практическое занятие №1.2 Виды реклам

- **СРС:** Сравнительный анализ: контекстная реклама vs. таргетированная. Таблица + вывод.

Практическое занятие №2.2 Создание рекламных слоганов

- **СРС:** Создайте 3 уникальных слогана для: кафе, курсов английского и онлайн-магазина одежды.

Практическое занятие №3.2 Разработка рекламных объявлений со слоганом

- **СРС:** Разработайте по 1 объявлению (баннер + текст) для Instagram и YouTube по теме: «ЗОЖ-продукты».

Практическое занятие №4.1 Кейс-Стади

- **СРС:** Найти кейс кампании с AR, VR или AI и написать, почему он сработал.

Практическое занятие №5.2 Этические и юридические аспекты

- **СРС:** Составить чек-лист: «Что нельзя в рекламе?». Привести примеры.

Практическое занятие №6.1–6.2 Кейс-стадии

- **СРС:** Придумать бренд, составить медиаплан, выбрать платформы и составить бюджет.
- **СРСП:** Подготовка и защита проекта рекламной кампании.

Практическое занятие №7.1–7.2 Будущее интернет-рекламы

- **СРС:** Создать инфографику «Как изменится реклама в ближайшие 10 лет».
- **СРСП:** Доклад с примерами прогнозов (технологии, поведение потребителей, платформы).

Практическое занятие №8 Креатив в рекламе

- **СРС:** Придумать 3 идеи креативов для TikTok-рекламы: кафе, квест-игра, курсы программирования.
- **СРСП:** Разработка визуала одной идеи в графическом редакторе (набросок, шаблон или Canva-макет).

10. Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение дисциплины

1	Романов А.А., Теория и правовое регулирование рекламной деятельности: Учебное пособие / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. – М., 2003. – 428 с.	https://disk.yandex.com/i/JbfMUn-e7iajMg
2	Основы рекламы : учебник / А. Н. Мудров. — 2-е изд.. перераб. и доп. — М. : Магистр, 2008. — 397 с.	https://disk.yandex.com/i/Iy275WK7zWDGNQ
3	У.Уэллс, С. Мориарти. «Реклама принципы и практика» 2008 г. -	https://disk.yandex.com/i/OqG2XRo5N7mANQ
4	Савчук Г. А. С 137 Маркетинг в рекламе. Контрольные задания и ситуационные задачи : учеб. пособие для студентов фак. связей с общественностью и рекламы / Г. А. Савчук. — Екатеринбург : Изд-во Урал, ун-та, 2010. — 56 с.	https://disk.yandex.com/i/BcYNvy31pm31uQ
5	Блюм М.А., Молоткова Н.В. Б71 PR-технологии в коммерческой деятельности: Учебное пособие. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2004. 104 с.	https://disk.yandex.com/i/mRO0rM6iarOOow
6	Том Хьюз Искусство создания рекламных объявлений. 45 с	https://disk.yandex.com/i/9oxgcUdIE8Agcw
7	Вит Ценев психология рекламы (реклама, нлп и 25-й кадр). 95 с	https://disk.yandex.com/i/g8eQL-X2dLABJA

11. Вопросы для подготовки к экзамену

Экзаменационные вопросы

1. **Что такое интернет-реклама?**

- *Ответ:* Интернет-реклама представляет собой форму маркетинга, направленную на продвижение товаров или услуг через онлайн-каналы с использованием различных рекламных технологий и платформ.

2. **Какие преимущества предоставляет интернет-реклама по сравнению с традиционной рекламой?**

- *Ответ:* Интернет-реклама обладает более широкой охватностью, точностью таргетирования, возможностью измерения эффективности в реальном времени, более низкими затратами и способностью взаимодействия с потребителями.

3. **Какие основные категории интернет-рекламы существуют?**
- *Ответ:* Основные категории включают в себя поисковую рекламу, дисплейную рекламу, социальную рекламу, видеорекламу, контент-маркетинг, электронную почту и т.д.
4. **Что такое таргетирование в интернет-рекламе?**
- *Ответ:* Таргетирование в интернет-рекламе – это стратегия, при которой реклама настраивается для определенной аудитории, учитывая их интересы, поведение, местоположение и другие параметры.
5. **Какова роль аналитики в интернет-рекламе?**
- *Ответ:* Аналитика в интернет-рекламе помогает измерять результаты кампаний, оптимизировать стратегии, понимать поведение пользователей и принимать обоснованные решения для улучшения эффективности рекламы.
6. **Что такое SEO и SEM в контексте интернет-рекламы?**
- *Ответ:* SEO (Search Engine Optimization) – оптимизация для поисковых систем, а SEM (Search Engine Marketing) – это маркетинговые действия, направленные на улучшение видимости в поисковых результатах, включая и платную поисковую рекламу.
7. **Каковы основные этапы создания успешной интернет-рекламной кампании?**
- *Ответ:* Этапы включают в себя определение целей, выбор целевой аудитории, разработку стратегии, выбор каналов продвижения, создание контента, настройку и оптимизацию кампании, а также анализ результатов.
8. **Какую роль играют социальные сети в интернет-рекламе?**
- *Ответ:* Социальные сети предоставляют платформы для создания и распространения рекламы, взаимодействия с аудиторией, создания бренда и сбора обратной связи от потребителей.
9. **Что такое баннерная реклама?**
- *Ответ:* Баннерная реклама - это форма рекламы, использующая графические изображения, обычно размещаемые на веб-сайтах или в приложениях, чтобы привлечь внимание и поощрить взаимодействие.
10. **Чем отличается контекстная реклама от баннерной?**
- *Ответ:* В контекстной рекламе объявления отображаются в зависимости от контента страницы или запросов пользователя, в то время как баннерная реклама чаще всего размещается независимо от контента.
11. **Какую роль играют поисковые объявления в интернет-рекламе?**
- *Ответ:* Поисковые объявления отображаются в результатах поиска и направлены на привлечение внимания пользователей, ищущих конкретную информацию, товары или услуги.
12. **Что такое ремаркетинг?**

- *Ответ:* Ремаркетинг - это стратегия, при которой реклама показывается пользователям, которые ранее посещали веб-сайт или взаимодействовали с ним, с целью удержания внимания и повышения конверсий.

13. **Как работает видеореклама в интернете?**

- *Ответ:* Видеореклама представляет собой размещение видеороликов на различных платформах для рекламы продуктов, услуг или бренда, предоставляя визуальное и звуковое воздействие.

14. **Чем отличается инфлюенсер-маркетинг от других типов интернет-рекламы?**

- *Ответ:* Инфлюенсер-маркетинг включает сотрудничество с влиятельными личностями или инфлюенсерами для продвижения продуктов или услуг с использованием их авторитета и аудитории.

15. **Какую роль играют социальные сети в контексте социальной рекламы?**

- *Ответ:* Социальные сети предоставляют платформы для размещения рекламы, взаимодействия с аудиторией, создания сообществ и продвижения продуктов через социальные каналы.

16. **Что такое электронная почта как канал интернет-рекламы?**

- *Ответ:* Реклама через электронную почту включает отправку коммерческих сообщений потенциальным клиентам с целью продвижения товаров, предложений или информирования.

17. **Что такое Google Ads и для чего он используется?**

- *Ответ:* Google Ads - это платформа интернет-рекламы, предоставляющая инструменты для создания и управления рекламными кампаниями на различных сервисах Google, таких как поиск, YouTube, и многих других.

18. **Как работает система Яндекс.Директ в контексте интернет-рекламы?**

- *Ответ:* Яндекс.Директ - это система контекстной рекламы от Яндекса, где рекламодатели создают объявления и выбирают ключевые слова, по которым они хотят продвигать свои товары или услуги.

19. **Что такое Facebook Ads и в чем заключается его роль в социальной рекламе?**

- *Ответ:* Facebook Ads - это платформа для создания и запуска рекламных кампаний в социальной сети Facebook. Рекламодатели могут настраивать таргетированную рекламу для определенных групп пользователей.

20. **Чем отличается SEO от SEM в контексте поисковой рекламы?**

- *Ответ:* SEO (Search Engine Optimization) - оптимизация для поисковых систем с целью улучшения позиций в естественных результатах поиска, в то время как SEM (Search Engine Marketing) включает в себя оплату за размещение объявлений в результатах поиска.

21. **Какие основные инструменты аналитики используются для отслеживания эффективности интернет-рекламы?**

- *Ответ:* Google Analytics, Яндекс.Метрика и другие аналитические инструменты позволяют отслеживать трафик, конверсии и другие метрики для оценки эффективности рекламных кампаний.

22. **Для чего используется инструмент Google AdWords Keyword Planner?**

- *Ответ:* Google AdWords Keyword Planner используется для исследования ключевых слов, оценки объема поискового трафика и выбора ключевых слов для рекламных кампаний.

23. **Что такое программатическая реклама и какие преимущества она предоставляет?**

- *Ответ:* Программатическая реклама - это автоматизированный процесс закупки рекламных площадей с использованием технологий, таких как искусственный интеллект и машинное обучение. Преимущества включают повышенную эффективность и точность таргетирования.

24. **Какую роль играют инструменты ремаркетинга в интернет-рекламе?**

- *Ответ:* Инструменты ремаркетинга используются для показа рекламы определенным пользователям, которые ранее посещали веб-сайт или взаимодействовали с ним, с целью повторного привлечения внимания и увеличения конверсий.

25. **Что такое Google Ads и для чего он используется?**

- *Ответ:* Google Ads - это платформа интернет-рекламы, предоставляющая инструменты для создания и управления рекламными кампаниями на различных сервисах Google, таких как поиск, YouTube, и многих других.

26. **Как работает система Яндекс.Директ в контексте интернет-рекламы?**

- *Ответ:* Яндекс.Директ - это система контекстной рекламы от Яндекса, где рекламодатели создают объявления и выбирают ключевые слова, по которым они хотят продвигать свои товары или услуги.

27. **Что такое Facebook Ads и в чем заключается его роль в социальной рекламе?**

- *Ответ:* Facebook Ads - это платформа для создания и запуска рекламных кампаний в социальной сети Facebook. Рекламодатели могут настраивать таргетированную рекламу для определенных групп пользователей.

28. **Чем отличается SEO от SEM в контексте поисковой рекламы?**

- *Ответ:* SEO (Search Engine Optimization) - оптимизация для поисковых систем с целью улучшения позиций в естественных результатах поиска, в то время как SEM (Search Engine Marketing) включает в себя оплату за размещение объявлений в результатах поиска.

29. **Какие основные инструменты аналитики используются для отслеживания эффективности интернет-рекламы?**

- *Ответ:* Google Analytics, Яндекс.Метрика и другие аналитические инструменты позволяют отслеживать трафик, конверсии и другие метрики для оценки эффективности рекламных кампаний.

30. **Для чего используется инструмент Google AdWords Keyword Planner?**

- *Ответ:* Google AdWords Keyword Planner используется для исследования ключевых слов, оценки объема поискового трафика и выбора ключевых слов для рекламных кампаний.

31. **Что такое программатическая реклама и какие преимущества она предоставляет?**

- *Ответ:* Программатическая реклама - это автоматизированный процесс закупки рекламных площадей с использованием технологий, таких как искусственный интеллект и машинное обучение. Преимущества включают повышенную эффективность и точность таргетирования.

32. **Какую роль играют инструменты ремаркетинга в интернет-рекламе?**

- *Ответ:* Инструменты ремаркетинга используются для показа рекламы определенным пользователям, которые ранее посещали веб-сайт или взаимодействовали с ним, с целью повторного привлечения внимания и увеличения конверсий.

33. **Что представляет собой мобильная реклама и почему она считается трендом в интернет-рекламе?**

- *Ответ:* Мобильная реклама - это форма рекламы, предназначенная для мобильных устройств, таких как смартфоны и планшеты. Тренд в интернет-рекламе связан с ростом числа пользователей мобильных устройств и их использованием для доступа к интернету.

34. **Какие возможности предоставляют искусственный интеллект и машинное обучение для интернет-рекламы?**

- *Ответ:* Искусственный интеллект и машинное обучение могут использоваться для более точного таргетирования аудитории, автоматизации процессов рекламы, анализа данных и предсказания поведения пользователей.

35. **Как блокчейн-технологии влияют на рекламную индустрию?**

- *Ответ:* Блокчейн может повысить прозрачность в рекламных транзакциях, уменьшить риски мошенничества, обеспечить точную отслеживаемость и дать пользователям больший контроль над своими данными.

36. **Какие вызовы и возможности предоставляет использование расширенной реальности (AR) в интернет-рекламе?**

- *Ответ:* AR предоставляет возможность создания интерактивных и увлекательных рекламных кампаний, в которых пользователи могут взаимодействовать с виртуальными объектами в реальном мире.

37. **Каким образом рост популярности мобильных устройств влияет на развитие интернет-рекламы?**

- *Ответ:* Рост популярности мобильных устройств требует адаптации рекламных стратегий под мобильные форматы, такие как мобильные приложения, реклама в социальных сетях на мобильных платформах и т.д.

38. **Почему этические вопросы становятся все более важными в контексте использования технологий, таких как искусственный интеллект и блокчейн, в рекламе?**

- *Ответ:* Использование продвинутых технологий может создавать новые этические вызовы, такие как сбор и использование данных, прозрачность в рекламных операциях и соблюдение приватности пользователей.

39. **Какое влияние технологии искусственного интеллекта окажут на будущее интернет-рекламы?**

- *Ответ:* Технологии искусственного интеллекта будут способствовать более точному таргетированию, автоматизации процессов рекламы и созданию персонализированных кампаний.

40. **Почему расширенная реальность (AR) и виртуальная реальность (VR) считаются перспективными для развития интернет-рекламы?**

- *Ответ:* AR и VR предоставляют возможности для создания увлекательных и интерактивных рекламных кампаний, которые привлекут внимание аудитории.

41. **Как интернет вещей (IoT) изменит подход к рекламе в будущем?**

- *Ответ:* Рост числа подключенных устройств через IoT расширит возможности сбора данных и таргетирования, предоставляя рекламодателям новые инсайты.

42. **В чем основные выгоды использования блокчейн-технологий в интернет-рекламе?**

- *Ответ:* Блокчейн может обеспечить прозрачность, устойчивость к мошенничеству и эффективность в рекламных транзакциях.

43. **Какие изменения в маркетинговых стратегиях ожидать в будущем в связи с развитием интернет-рекламы?**

- *Ответ:* Ожидается более сильное уклонение в сторону персонализированных и интерактивных кампаний, а также увеличение значимости данных и аналитики.

44. **Какие вызовы могут возникнуть при внедрении новых технологий в интернет-рекламу, и как их преодолеть?**

- *Ответ:* Вызовы могут включать в себя сопротивление изменениям, проблемы с конфиденциальностью данных, неопределенность в регулировании. Для преодоления необходима обученная и гибкая команда, а также внимательное следование этическим и законодательным нормам.

12. Методические указания для преподавателей дисциплины (модуля) Современная интернет рекелама

Методические рекомендации по видам занятий

Лекции:

- Использовать мультимедийные презентации, интерактивные сервисы (Miro, Mentimeter).
- Приводить примеры из реального бизнеса (кейсы Nike, AliExpress, Red Bull и др.).
- Проводить мини-викторины для вовлечения.

Практические занятия:

- Выполняются в Excel, PowerPoint, Google Ads/Meta Ads интерфейсах.
- Включают: создание баннеров, медиапланов, слоганов, креативов.
- Студент работает как индивидуально, так и в команде.

СРС и СРСП:

- СРС: анализ кейсов, мини-исследования, инфографики, мини-эссе.
- СРСП: разработка рекламных проектов, визуализация идей, командные презентации.

Формы и критерии оценки

- **Текущий контроль:** выполнение заданий, участие в дискуссиях.
- **СРС и СРСП:** проверка оригинальности и практической значимости работ.
- **Итоговая оценка:** комбинированная — задание по кампании + тест/экзамен.

Вид работы	Доля в оценке
Посещение и активность	10%
Практика	30%
СРС и СРСП	30%
Итоговая аттестация	30%

Используемые ресурсы

- Google Ads Learning Center
- Meta for Business
- YouTube Creator Academy
- Canva, Figma для дизайна

Доля в оценке

Вид работы	Доля в оценке

- ChatGPT, Jasper — генерация идей

Методические рекомендации по СРС и СРСП

- Включать реальные кейсы с открытых источников (AdWeek, vc.ru, РБК).
- Поощрять разработку собственных мини-кампаний и сценариев.
- Использовать индивидуальные и групповые форматы.
- Оценивать не только результат, но и презентацию, аргументацию, визуальную подачу.

Завершающие положения

Преподавателю рекомендуется:

- быть в курсе актуальных digital-трендов,
- демонстрировать работу платформ вживую,
- использовать геймификацию и обратную связь от студентов.

Дисциплина должна быть максимально **практико-ориентированной**, стимулирующей **креативность и предпринимательское мышление**.

График проведенных занятий

	Дата проведения лекции по расписанию	Дата проведения практического занятия по расписанию	Дата проведения по расписанию СРСП
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			
11.			
12.			
13.			
14.			
15.			
16.			
17.			
18.			
19.			
20.			
21.			
22.			
23.			
24.			
25.			
26.			
27.			
28.			
29.			
30.			