


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о документе  
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич  
Должность: и.о. ректора  
Дата подписания: 20.05.2024 11:43:03  
Уникальный программный ключ:  
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058347a2338d7400d1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ

Председатель КСН

 М. Л. Белоношко  
«30» августа 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины: Инструменты веб-коммуникаций  
Направление подготовки: 27.03.03. Системный анализ и управление  
Направленность (профиль): Системный анализ и управление социальными и  
экономическими процессами  
форма обучения: очная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 27.05.2021г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 41.03.06 «Публичная политика и социальные науки», направленность «Публичная политика и государственное управление» к результатам освоения дисциплины «Инструменты веб-коммуникаций»

Рабочая программа рассмотрена  
на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Протокол № 21 от 30.06.2021 г.

Заведующий кафедрой  М.Л. Белоношко

Рабочую программу разработал:

И.В. Легостаева, старший преподаватель кафедры МиМУ.



## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

**Цель дисциплины:** получение обучающимися теоретических знаний, а также приобретение необходимых практических навыков разработки стратегий продвижения в поиске и расчёта тактических медиапланов, а также их реализации в виде размещения и проведения рекламных кампаний в интерфейсах рекламных систем Yandex Direct и Google Ads; использования программатик-методов закупки рекламы для разработки и последующей реализации стратегий и тактик рекламных кампаний в интернет-маркетинге.

### Задачи дисциплины:

1. Уточнение основных принципов разработки медиа планов и стратегий продвижения в сети Интернет.
2. Обобщение знаний о современных информационно-коммуникационных технологиях, в том числе интернет-технологиях.
3. Развитие практических навыков работы по виде размещению и проведению рекламных кампаний в интерфейсах рекламных систем Yandex Direct и Google Ads; использованию программатик-методов закупки рекламы для разработки и последующей реализации стратегий и тактик рекламных кампаний в интернет-маркетинге.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Инструменты веб-коммуникаций» относится к дисциплинам части Блока 1 Общеуниверситетского блока элективных дисциплин по тематике "Цифровая инженерия" учебного плана. Для полного усвоения данной дисциплины обучающиеся должны знать: «Коммуникативные практики в современных бизнес-сообществах»; «Цифровая культура».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

### Знание:

- коммуникационных маркетинговых технологий.

### Умение:

- использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты.

### Владение:

- навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке веб-коммуникаций.

Содержание дисциплины «Инструменты веб-коммуникаций» является логическим

## 3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результат обучения по дисциплине
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	УК-1.1. Осуществляет поиск, критический анализ и синтез информации, необходимой для решения поставленных задач	З-1. Знает основные методы критического анализа и основы системного подхода как общенаучного метода  У-1. Умеет анализировать задачу, используя основы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результат обучения по дисциплине
		<p>критического анализа и системного подхода</p> <p>У-2. Умеет осуществлять поиск необходимой для решения поставленной задачи информации, критически оценивая надежность различных источников информации</p>
	<p>УК-1.2. Применяет системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>З-1. Знает критерии сопоставления различных вариантов решения поставленной задачи</p> <p>У-1. Умеет осуществлять критический анализ собранной информации на соответствие ее условиям и критериям решения поставленной задачи</p> <p>У-2. Умеет отличать факты от мнений, интерпретаций и оценок при анализе собранной информации</p> <p>У-3. Умеет сопоставлять и оценивать различные варианты решения поставленной задачи, определяя их достоинства и недостатки</p>
	<p>УК-1.3. Способен соотносить разнородные явления и систематизировать информацию в рамках избранных видов деятельности</p>	<p>И-3.3-1. Знает принципы, критерии, правила построения суждения и оценок</p> <p>У-1. Умеет формировать собственные суждения и оценки, грамотно и логично аргументируя свою точку зрения</p> <p>У-2. Умеет применять теоретические знания в решении практических задач</p>

#### 4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7
очная	2/4	16	-	32	60	зачет

## 5. Структура и содержание дисциплины

### 5.1. Структура дисциплины.

#### очная форма обучения (ОФО)-4 семестр

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Реклама в социальных сетях как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы.	2	-	6	12	20	УК-1.1. УК-1.2. УК-1.3.	Собеседование
2	2	Контекстная реклама как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы, подбор инструментов, выбор механик, работа с интерфейсами систем закупки контекстной рекламы	6	-	8	14	28	УК-1.1. УК-1.2. УК-1.3.	Собеседование
3	3	Анализ результатов и оптимизация рекламных кампаний.	4	-	8	14	26	УК-1.1. УК-1.2. УК-1.3..	Собеседование
4	4	Программатик-реклама: терминология, экосистема, принципы работы, программатик со стороны	4	-	10	20	34	УК-1.1. УК-1.2. УК-1.3.	Собеседование Доклады

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		рекламодателя, российский рынок программатика и его составляющие.							
Итого:			16	-	32	60	108		

### **Заочная форма обучения (ЗФО)**

Не реализуется.

### **Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)**

Не реализуется.

#### **5.2. Содержание дисциплины.**

##### **5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).**

#### **Раздел 1. Реклама в социальных сетях как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы.**

Таргетированная реклама vs SMM. Социальные сети в России и в мире. Терминология. Основные таргетинги. Принципы формирования таргетингов в социальных сетях. Различия в рекламных возможностях и инструментарии в социальных сетях. Работа с внешними данными. Тренды.

#### **Раздел 2. Контекстная реклама как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы, подбор инструментов, выбор механик, работа с интерфейсами систем закупки контекстной рекламы.**

Базовая терминология и принципы работы контекстной рекламы. Обзор систем контекстной рекламы в России – Яндекс.Директ и Google Ads. Метод закупки и аукцион. Доступные механики и таргетинги. Правила размещения материалов. Законодательные ограничения. Обзор интерфейсов Яндекс.Директ и Google Ads. Обработка брифа, подготовка медиаплана. Подбор ключевых слов и написание текстов. Загрузка рекламных кампаний в интерфейсы. Базовые настройки кампаний.

#### **Раздел 3. Анализ результатов и оптимизация рекламных кампаний.**

Обзор систем аналитики – Google Analytics и Яндекс.Метрика. Статистика рекламных кампаний, доступные метрики, методология расчетов. Разбор реальных кейсов по оптимизации рекламных кампаний. Автоматизированные системы управления контекстной рекламы. Дополнительные форматы рекламных объявлений – графические и адаптивные объявления, смартбаннеры, товарные объявления. Работа в интерфейсах систем аналитики – доступные срезы данных и статистика. Расширенные настройки и таргетинги. Ремаркетинг, аудиторные сегменты и связь с CRM. Создание графических контекстных объявлений.

#### **Раздел 4. Программатик-реклама: терминология, экосистема, принципы работы, программатик со стороны рекламодателя, российский рынок программатика и его составляющие**

Терминология диджитала вообще и программатика в частности. Принципы работы технологии. Как строится и выглядит экосистема программатика: типы экосистем. Как выглядит рынок программатика в мире и России на текущий момент. Темпы роста рынка, прогнозы. Российский рынок программатика: исследования, реальная картина. Принципы выбора подрядчика для работы. Виды взаимодействий с программатик-подрядчиками: self-service, managed-service, mixed. Плюсы и минусы каждого вида взаимодействия. Проблемы прозрачности: инвентарь, данные, стоимость, статистика, настройки. Проблемы Brand Safety. Общие гайдлайны и политики безопасности закупки.

#### 5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

##### Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	3	5	6
1	1	2	-	-	Реклама в социальных сетях как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы.
2	2	6	-	-	Контекстная реклама как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы, подбор инструментов, выбор механик, работа с интерфейсами систем закупки контекстной рекламы.
3	3	4	-	-	Анализ результатов и оптимизация рекламных кампаний.
4	4	4	-	-	Программатик-реклама: терминология, экосистема, принципы работы, программатик со стороны рекламодателя, российский рынок программатика и его составляющие
Итого:		16	-	-	

##### Практические занятия

Практические занятия учебным планом не предусмотрены

##### Лабораторные работы

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лабораторной работы
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	6	-	-	Реклама в социальных сетях как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы.
2	2	8	-	-	Контекстная реклама как метод закупки: подбор инструментов, выбор механик, работа с интерфейсами систем закупки контекстной рекламы.
3	3	8	-	-	Анализ результатов и оптимизация рекламных кампаний.
4	4	10	-	-	Программатик-реклама: терминология, экосистема, принципы работы, программатик со стороны

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лабораторной работы
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
					рекламодателя, российский рынок программатика и его составляющие
Итого:		32	-	-	-

### Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОЗФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	12	-	-	Реклама в социальных сетях как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы.	Собеседование
2	2	14	-	-	Контекстная реклама как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы, подбор инструментов, выбор механик, работа с интерфейсами систем закупки контекстной рекламы.	Собеседование
3	3	14	-	-	Анализ результатов и оптимизация рекламных кампаний.	Собеседование
4	4	20	-	-	Программатик-реклама: терминология, экосистема, принципы работы, программатик со стороны рекламодателя, российский рынок программатика и его составляющие	Собеседование Доклады
Итого:		60			X	X

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

### 6. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты не предусмотрены учебным планом.



## 7. Контрольные работы

Контрольные работы не предусмотрены учебным планом.

## 8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблицах 8.1-8.2.

5 семестр

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Собеседование по разделу 1 (1 часть)	15
1.2	Собеседование по разделу 1 (2 часть)	15
	ИТОГО за первую текущую аттестацию	30
2 текущая аттестация		
2.1	Собеседование по разделу 2	15
2.2	Собеседование по разделу 3	15
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	30
3 текущая аттестация		
3.1.	Устный доклад по выбранной теме	15
3.2	Собеседование по разделу 4	25
	ИТОГО за третью текущую аттестацию	40
	<b>ВСЕГО</b>	<b>100</b>

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО УГНТУ (г. Уфа);
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО УГТУ (г. Ухта);
- ЭБС «Проспект»;
- ЭБС «Консультант студент»,

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. Microsoft Office Professional Plus;
2. Windows 8

## 10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины	Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование)
1	Персональные компьютеры	Проектор, экран

## 11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Метод. рек. к организации самостоятельной работы обучающихся всех направлений подготовки бакалавриата, всех форм обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 32 с.

## Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина: Инструменты веб-коммуникации

Код, направление подготовки: 27.03.03. Системный анализ и управление

Направленность (профиль): Системный анализ и управление социальными и экономическими процессами

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	7
УК-1. Способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	УК-1.1 Знает основы поиска, критического анализа и синтеза информации, необходимой для решения поставленных задач.	3-1. Знает основные методы критического анализа и основы системного подхода как общенаучного метода	Не знает основы поиска, критического анализа и синтеза информации, необходимо для решения поставленных задач в области веб-коммуникации	Демонстрирует отдельные знания основ поиска, критического анализа и синтеза информации, необходимо для решения поставленных задач в области веб-коммуникации	Демонстрирует достаточные знания основ поиска, критического анализа и синтеза информации, необходимо для решения поставленных задач в области веб-коммуникации	Демонстрирует исчерпывающие знания основы поиска, критического анализа и синтеза информации, необходимо для решения поставленных задач в области веб-коммуникации

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	7
		У.1. Умеет анализировать задачу, используя основы критического анализа и системного подхода	Не умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, необходимый для решения поставленных задач в области веб-коммуникации.	Умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, необходимый для решения поставленных задач в области веб-коммуникации, допуская ряд ошибок.	Умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, необходимый для решения поставленных задач в области веб-коммуникации, допуская незначительные ошибки.	В совершенстве умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, необходимый для решения поставленных задач в области веб-коммуникации.
	УК-1.2 Применяет системный подход для решения поставленных задач	У.1 Умеет осуществлять критический анализ собранной информации и на соответствие ее условиям и критериям решения поставленной задачи	Не умеет осуществлять критический анализ собранной информации и на соответствие ее условиям и критериям решения поставленной задачи	Частично умеет осуществлять критический анализ собранной информации и на соответствие ее условиям и критериям решения поставленной задачи	Умеет осуществлять критический анализ собранной информации и на соответствие ее условиям и критериям решения поставленной задачи	В совершенстве умеет осуществлять критический анализ собранной информации и на соответствие ее условиям и критериям решения поставленной задачи

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	7
		В.1. Владеть навыками применения системного подхода для решения поставленных задач в области веб-коммуникации	Не владеет навыками применения системного подхода для решения поставленных задач в области веб-коммуникации	Частично владеет навыками применения системного подхода для решения поставленных задач в области веб-коммуникации	Хорошо владеет навыками применения системного подхода для решения поставленных задач в области веб-коммуникации	В совершенстве владеет навыками применения системного подхода для решения поставленных задач в области веб-коммуникации
	УК-1.3 Способен соотносить разнородные явления и систематизировать информацию в рамках избранных видов деятельности	В.2. Владеть: навыками соотнесения разнородных явлений и систематизации информации и в рамках избранных видов деятельности.	Не владеет навыками соотнесения разнородных явлений и систематизации информации и в рамках избранных видов деятельности.	Частично владеет навыками соотнесения разнородных явлений и систематизации информации и в рамках избранных видов деятельности.	Хорошо владеет навыками соотнесения разнородных явлений и систематизации информации и в рамках избранных видов деятельности.	В совершенстве владеет навыками соотнесения разнородных явлений и систематизации информации и в рамках избранных видов деятельности.

**КАРТА**  
**обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой**

Дисциплина Инструменты веб-коммуникаций

Код, направление подготовки: 27.03.03. Системный анализ и управление

Направленность (профиль): Системный анализ и управление социальными и экономическими процессами

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	2	3	4	5	6
1	<b>Жильцова, Ольга Николаевна.</b> Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. - Москва : Издательство Юрайт, 2020. - 233 с. - (Высшее образование). - URL: <a href="https://urait.ru/bcode/451045">https://urait.ru/bcode/451045</a> . - Режим доступа: для автор. пользователей. - ЭБС "Юрайт".	ЭР	25	100	+
2	<b>Головлева, Е. Л.</b> Теория и практика современной коммуникации : учебник для вузов / Е. Л. Головлева, Д. А. Горский. - Москва : Московский гуманитарный университет, 2017. - 192 с. - URL: <a href="http://www.iprbookshop.ru/74742.html">http://www.iprbookshop.ru/74742.html</a> . - Режим доступа: для автор. пользователей. - ЭБС "IPR BOOKS".	ЭР	25	100	+
3	<b>Федотова, Лариса Николаевна.</b> Реклама: теория и практика : учебник для академического бакалавриата / Л. Н. Федотова. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 391 с. - (Бакалавр. Академический курс). - URL: <a href="http://www.biblio-online.ru/book/164B20C5-2343-47F1-884F-6557E25149FD">http://www.biblio-online.ru/book/164B20C5-2343-47F1-884F-6557E25149FD</a> . - Режим доступа: для автор. пользователей. - ЭБС "Юрайт".	ЭР	25	100	+
4	<b>Бердышев, С.Н.</b> Информационный маркетинг : Практическое пособие / С. Н. Бердышев. - Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 216 с.	ЭР	25	100	ЭБС «IPR BOOKS»

Заведующий кафедрой МиМУ  
Белоножко



М.Л.

Директор БИК



Д.Х. Каюкова