

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА
КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ТОРГОВЛИ

Рабочая программа дисциплины (модуля)
КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА И PROGRAMMATIC

Направление и направленность (профиль)

38.03.06 Торговое дело. Интернет-маркетинг и электронная торговля

Год набора на ОПОП
2020

Форма обучения
очная

Владивосток 2020

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Контекстная реклама и programmatic» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению(ям) подготовки 38.03.06 Торговое дело (утв. приказом Минобрнауки России от 12.11.2015г. №1334) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 г. N301).

Составитель(и):

Кметь Е.Б., кандидат экономических наук, доцент, Кафедра маркетинга и торговли, Elena.Kmet@vvsu.ru

Юрченко Н.А., доцент, Кафедра маркетинга и торговли, Natalya.Yurchenko@vvsu.ru

Утверждена на заседании кафедры маркетинга и торговли от 15.05.2020 , протокол №

9

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Юрченко Н.А.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575639371
Номер транзакции	00000000004DCF2F
Владелец	Юрченко Н.А.

Заведующий кафедрой (выпускающей)

Юрченко Н.А.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575639371
Номер транзакции	00000000004DCF31
Владелец	Юрченко Н.А.

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины – формирование у студентов представления о возможностях контекстной рекламы в Интернете, инструментах ее планирования, реализации и оценки эффективности рекламных кампаний в сети Интернет.

В ходе достижения цели решаются следующие основные задачи:

- получение студентами знаний о технологиях контекстной рекламы и возможностей их использования при реализации рекламных кампаний в сети Интернет;
- приобретение студентами умений по разработке различных видов контекстной рекламы и оценке ее эффективности;
- формирование у студентов системы знаний о programmatic-рекламе и навыков ее использования в различных ролях.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины (модуля), приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код компетенции	Формулировка компетенции	Планируемые результаты обучения	
38.03.06 «Торговое дело» (Б-ТД)	ПК-3	Готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	Знания:	сущности и принципов контекстной рекламы в поисковых системах и на партнерских сайтах, их параметров и характеристик
			Умения:	разрабатывать рекламные объявления с учетом особенностей поведения покупателей и создавать рекламные кампании на поиске и в сетях в Яндекс Директ и Google Adwords
			Навыки:	настройки рекламных кампаний для предприятий разной специализации
	ПК-12	Способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	Знания:	сущности и принципов автоматизированной закупки персонализированных показов интернет-рекламы на рекламных биржах посредством технологических платформ, знание новых форматов и технологий programmatic рекламы и ее отличий от контекстной рекламы

			Умения:	разрабатывать различные форматы рекламы (баннеры, видео и нативная реклама), соответствующие всем требованиям programmatic
			Навыки:	programmatic закупок на разных платформах и в различных ролях

3. Место дисциплины (модуля) в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Контекстная реклама и programmatic» в ОПОП 38.03.06 Торговое дело. Интернет-маркетинг и электронная торговля относится к дисциплинам вариативной части.

Входными требованиями, необходимыми для освоения дисциплины, является наличие у обучающихся компетенций, сформированных при изучении дисциплин и/или прохождении практик «Система Digital маркетинга». На данную дисциплину опираются «Производственная технологическая практика».

4. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- емкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттес- тации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
38.03.06 Торговое дело	ОФО	Бл1.В	6	4	55	18	36	0	1	0	89	Э

5. Структура и содержание дисциплины (модуля)

5.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
		Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Основы контекстной рекламы	2	4	0	9	собеседование, проверка практического задания
2	Основные системы классической контекстной рекламы	4	8	0	20	собеседование, проверка практического задания
3	Контекстные объявления в социальных сетях	4	8	0	20	собеседование, проверка практического задания
4	Подготовка контекстных объявлений	2	4	0	10	собеседование, проверка практического задания

5	Оценка эффективности контекстной рекламы	2	4	0	10	собеседование, проверка практического задания
6	Programmatic-реклама и Programmatic buying: как строится процесс	4	8	0	20	собеседование, проверка практического задания
Итого по таблице		18	36	0	89	

5.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

Тема 1 Основы контекстной рекламы.

Содержание темы: История возникновения, семантический принцип работы и базовая терминология. Принципы создания контекстных стратегий и позиция контекстной рекламы в маркетинг-миксе digital маркетинга. Популярные в России системы размещения контекстной рекламы, форматы размещения рекламы в Яндекс.Директ.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекционные занятия практические занятия.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение литературы, сайтов, выполнение практического задания.

Тема 2 Основные системы классической контекстной рекламы.

Содержание темы: Google Adwords, Яндекс Директ. Их общие возможности и отличия. Механизмы подбора слов. Методика оценки бюджета. Принципы работы систем контекстной рекламы, виды контекстных объявлений и места показа, правила показа.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекционные занятия практические занятия.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение литературы, сайтов, выполнение практического задания.

Тема 3 Контекстные объявления в социальных сетях.

Содержание темы: Возможности по таргетированию во всех видах социальных сетей. Глобальное таргетирование в проектах Mail.ru и Яндекса. Виды контекстных и контекстно-графических объявлений, места и способы показа, правила показа.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекционные занятия практические занятия.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение литературы, сайтов, выполнение практического задания.

Тема 4 Подготовка контекстных объявлений.

Содержание темы: Подбор ключевых слов, составление объявлений. А/Б тестирование, подбор визуальной компоненты. Отличия аудиторий наиболее популярных соцмедиа – Вконтакте, Facebook, Одноклассники, Instagram, Twitter, Livejournal. Выбор необходимых для работы площадок.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекционные занятия практические занятия.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение литературы, сайтов, выполнение практического задания.

Тема 5 Оценка эффективности контекстной рекламы.

Содержание темы: Основные показатели оценки контекстной рекламы.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекционные занятия практические занятия.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение литературы, сайтов, выполнение практического задания.

Тема 6 Programmatic-реклама и Programmatic buying: как строится процесс.

Содержание темы: Programmatic-реклама и Programmatic buying: сущность и цель, основные участники, принципы и особенности работы, основные этапы, инструменты и инвентарь.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекционные занятия практические занятия.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение литературы, сайтов, выполнение практического задания.

6. Методические указания по организации изучения дисциплины (модуля)

Самостоятельная работа студентов (СРС) — это деятельность учащихся, которую они совершают без непосредственной помощи и указаний преподавателя, руководствуясь сформировавшимися ранее представлениями о порядке и правильности выполнения операций. Цель СРС в процессе обучения заключается, как в усвоении знаний, так и в формировании умений и навыков по их использованию в новых условиях на новом практическом материале. Самостоятельная работа призвана обеспечивать возможность осуществления студентами самостоятельной познавательной деятельности в обучении, и является видом учебного труда, способствующего формированию у студентов готовности к самостоятельной деятельности. Практические задания предполагают самостоятельные исследования под конкретную поставленную задачу и представление результатов работы в формате, определяемом ведущим преподавателем. Самостоятельная работа бакалавров предполагает:

1. Изучение материала по теме занятия и подготовка к практическому занятию.
2. Поиск и сбор первичной и вторичной информации по заявленной проблеме в рамках ситуационных заданий к практическим занятиям и подготовка отчета по результатам самостоятельно проведенных исследований.
3. Защита задания на практическом занятии с демонстрацией отчета или презентации, ответы на вопросы, обсуждение

Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.
- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков,

а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1 Основная литература

1. Акулич М.В. Интернет-маркетинг : Учебник [Электронный ресурс] : Дашков и К , 2020 - 352 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/document?id=358148>
2. Катаев А. В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] , 2018 - 155 - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/692462>
3. Музыкант В. Л. ОСНОВЫ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ: ТЕОРИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ В 2 Ч. ЧАСТЬ 2. SMM, РЫНОК М&А. Учебник и практикум для академического бакалавриата [Электронный ресурс] , 2019 - 396 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-integrirovannyh-kommunikacij-teoriya-i-sovremennye-praktiki-v-2-ch-chast-2-smm-rynok-m-a-428807>
4. Смолина В.А. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях : Практическое пособие [Электронный ресурс] : Инфра-Инженерия - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/document?id=346714>

8.2 Дополнительная литература

1. Бабаев, Анар. Контекстная реклама / А. Бабаев, А. Иванов, Н. Евдокимов - СПб. : Питер , 2013 - 304 с. : ил.

8.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):

1. Электронная библиотека Руконт <https://rucont.ru/>
2. Электронная библиотечная система «РУКОНТ» - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/>
3. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - Режим доступа: <http://znanium.com/>
4. Электронно-библиотечная система издательства "Юрайт" - Режим доступа: <https://urait.ru/>
5. Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>
6. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prilib.ru/>
7. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

Основное оборудование:

- Компьютеры

- Проектор

Программное обеспечение:

- Microsoft SharePoint Server 2010