

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт международных отношений и мировой истории

---

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ННГУ

протокол № 6 от 31.05.2023 г.

**Рабочая программа дисциплины**

Б1.В.ДВ.09.02 Контекстная реклама

---

Уровень высшего образования

Бакалавриат

---

Направление подготовки / специальность

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

---

Направленность образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в политике и коммерции

---

Форма обучения

очная, заочная

---

г. Нижний Новгород

2023 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.09.02 Контекстная реклама относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1: Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации.	УК-1.1: знает методы анализа конкурентной среды умеет использовать инструменты интернет-аналитики владеет способами обобщения собранной информации	Доклад-презентация	Зачёт: Кейс-задание
ПК-2: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-2.1: Анализирует коммуникационные аспекты работы организации (проекта). ПК-2.2: Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	ПК-2.1: знает все аспекты коммуникационной политики организации в интернете умеет определить особенности рекламного интернет-проекта для той или иной организации владеет методами анализа рекламного проекта в интернете  ПК-2.2: знает принципы построения рекламной кампании в интернете умеет поставить цель и определить задачи рекламного проекта в интернете для конкретной организации владеет способами корректировки рекламного проекта в интернете на основе обратной связи	Доклад-презентация	Зачёт: Кейс-задание

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	заочная
<b>Общая трудоемкость, з.е.</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>72</b>	<b>72</b>
в том числе		
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>		
- занятия лекционного типа	<b>0</b>	<b>0</b>
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	<b>28</b>	<b>6</b>
- КСР	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>самостоятельная работа</b>	<b>43</b>	<b>61</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>0</b> зачёт	<b>4</b> зачёт

#### 3.2.Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)		в том числе							
			Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них						Самостоятельная работа обучающегося, часы	
	о ф о	з ф о	о ф о	з ф о	о ф о	з ф о	о ф о	з ф о	о ф о	з ф о
Тема 1. Основы контекстной рекламы Реклама, связанная с интересами пользователя. Реклама, связанная с текстом. Как работает контекстная реклама	12	13	0	0	4	1	4	1	8	12
Тема 2. Основные системы классической контекстной рекламы Рынок контекстной рекламы. Сервисы контекстной рекламы: Яндекс.Директ, Google AdWords, «Бегун», Rorger, MediaTarget. Сертифицированные рекламные агентства и специалисты	14	13	0	0	6	1	6	1	8	12
Тема 3. Контекстные объявления в социальных сетях Реклама в социальных сетях, в блогах и на форумах. Поисковая реклама. Контекстно-зависимая реклама. Типовые стратегии контекстных рекламных кампаний. Распространенные ошибки контекстных рекламных кампаний. Автоматизация работы с контекстной рекламой.	15	13	0	0	6	1	6	1	9	12
Тема 4. Подготовка контекстных объявлений Особенности инструмента «Написание контекстных объявлений». Обязательные элементы контекстных объявлений: заголовки, основной текст, отображаемая ссылка. Дополнительные элементы контекстных объявлений: быстрые ссылки, уточнения.	15	13	0	0	6	1	6	1	9	12
Тема 5. Оценка эффективности контекстной рекламы Цели и конверсия. Инструменты веб-аналитики. Методы повышения эффективности контекстных рекламных компаний. Исследование поведения пользователей до конверсии. Кликфрод: причины, распознавание и борьба с ним	15	15	0	0	6	2	6	2	9	13
Аттестация	0	4								
КСР	1	1					1	1		
Итого	72	72	0	0	28	6	29	7	43	61

#### 4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Перечень вопросов для собеседования на семинарских занятиях:

1. В чем выражены особенности влияния конъюнктуры на внутренний и внешний рынок товаров и услуг?
2. Как систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации при проведении маркетинговых исследований?
3. Какие инновационные технологии применяют в торговом бизнесе?
4. В чем специфика применения инновационные технологии в торговом бизнесе, в т.ч. в Интернет-маркетинге и электронной торговле?
5. Что такое контекстная реклама?
6. История возникновения контекстной рекламы.
7. Охарактеризуйте рекламу, связанную с интересами пользователя.
8. Охарактеризуйте рекламу, связанную с текстом.
9. Как работает контекстная реклама?
10. Проанализируйте рынок контекстной рекламы.
11. Опишите сервисы контекстной рекламы: Яндекс.Директ и Google AdWords.
12. Опишите сервисы контекстной рекламы: «Бегун», Rorer и MediaTarget.
13. Сертифицированные рекламные агентства и специалисты.
14. Каковы особенности социальных сетей?
15. Опишите социальные сети в России.
16. Как используют социальные сети в бизнесе?
17. Что такое таргетированная реклама?
18. Каковы особенности рекламы в чужих сообществах?
19. В чем суть привлечения клиентов с помощью собственного сообщества?
20. Контент сообщений в сообществах.
21. Опишите процесс создания и запуск сообщества.
22. Охарактеризуйте этапы раскрутки сообщества.
23. В чем суть повседневной работы с сообществом?
24. Опишите характерные черты рекламы в Facebook.
25. Реклама в «Одноклассниках» и в «Моем Мире»
26. Особенности рекламы в «ВКонтакте».
27. Настройка рекламной кампании в «ВКонтакте».
28. Организация ретаргетинга в «ВКонтакте».
29. Опишите характерные черты рекламы в Twitter.
30. Реклама в YouTube: содержание и форматы видеообъявлений.
31. Запуск видеорекламы в YouTube.
32. Настройка видеокампании общего вида.
33. Настройка видеокампании, нацеленной на увеличение числа конверсий.
34. Настройка кампании, содержащей серию видеообъявлений.
35. Настройка торговой видеокампании.
36. Где можно размещать видеорекламу?
37. Подключение аккаунта Instagram к странице Facebook через настройки Instagram.

38. Подключение аккаунта Instagram к странице Facebook с помощью бизнес-менеджера.
39. Создание рекламы для Instagram.
40. Интегрирование сайта с социальными сетями.
41. Опишите характерные черты рекламы в Twitter.
42. Реклама в YouTube: содержание в блогах.
43. Опишите характерные черты рекламы в Twitter.
44. Реклама в YouTube: содержание на форумах.
45. Что такое поисковая реклама?
46. Виды таргетинга.
47. Что такое контекстно-зависимая реклама?
48. Назовите типовые стратегии контекстных рекламных кампаний.
49. Назовите самые распространенные ошибки контекстных рекламных кампаний.
50. Автоматизация работы с контекстной рекламой.
51. В чем заключаются особенности инструмента «Написание контекстных объявлений»?
52. Опишите обязательные элементы контекстных объявлений: заголовки, основной текст, отображаемая ссылка.
53. Опишите дополнительные элементы контекстных объявлений: быстрые ссылки, уточнения.
54. Оценка эффективности контекстной рекламы: цели и конверсия.
55. Опишите инструменты веб-аналитики.
56. Назовите методы повышения эффективности контекстных рекламных кампаний
57. Исследование поведения пользователей до конверсии.
58. Кликфрод: причины, распознавание и борьба с ним.
59. Как зарабатывать, размещая контекстную рекламу на своем сайте?
60. Чем контент отличается от рекламы?

## **5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

**5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:**

**5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Доклад-презентация) для оценки сформированности компетенции УК-1**

### Приблизительные темы для докладов-презентаций

(кроме того, студенты могут выбрать узко-специальные аспекты каждой из тем и сделать по ним доклады)

**1. Основы контекстной рекламы**

**2. Основные системы классической контекстной рекламы**

**3. Анализ сайтов конкурентов**

**4. Подготовка контекстных объявлений**

**5. Особенности поисковых запросов, текстовая и визуальная составляющие объявления**

## 5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Доклад-презентация) для оценки сформированности компетенции ПК-2

### Приблизительные темы для докладов-презентаций

(кроме того, студенты могут выбрать узко-специальные аспекты каждой из тем и сделать по ним доклады)

1. Контекстные объявления в социальных сетях
2. Особенности аналитики для контекстной рекламы в социальных сетях
3. Инструменты вэб-аналитики для контекстной рекламы
4. Оценка эффективности контекстной рекламы
5. Автоматизация работы с контекстной рекламой

### Критерии оценивания (оценочное средство - Доклад-презентация)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Комплексный подход, логичное изложение материала, понимание всех терминов и методов, использование литературы для профессионалов-контекстеров
не зачтено	недостаточное понимание материала, логика изложения нарушена

## 5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

### Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.

<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельным и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

### Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

### 5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации

#### 5.3.1 Типовые задания, выносимые на промежуточную аттестацию:

##### Оценочное средство - Кейс-задание

##### Зачёт

##### Критерии оценивания (Кейс-задание - Зачёт)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	рекламный проект разработан с учетом всех необходимых аспектов применения технологии контекстной рекламы, на основе анализа конкурентной среды и планируемой обратной связи для последующей корректировки
не зачтено	недостаточно подробно разработанный проект, противоречивый анализ конкурентов

**Типовые задания (Кейс-задание - Зачёт) для оценки сформированности компетенции УК-1**  
(Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач)

РАЗРАБОТАТЬ РЕКЛАМНЫЙ ПРОЕКТ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ МАЛОГО БИЗНЕСА

**Типовые задания (Кейс-задание - Зачёт) для оценки сформированности компетенции ПК-2**  
(Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий)

РАЗРАБОТАТЬ РЕКЛАМНЫЙ ПРОЕКТ ДЛЯ НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

### 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная

литература:

1. Васильев Геннадий Анатольевич. Электронный бизнес и реклама в Интернете : Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)»; Учебное пособие. - Москва : Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017. - 183 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-238-01346-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=593504&idb=0>.
2. Эйнштейн М. Реклама под прикрытием: Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете : монография / Эйнштейн М. - Москва : Альпина Паблишер, 2017. - 301 с. - ISBN 978-5-9614-6243-2., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=838814&idb=0>.
3. Интернет-реклама и pr : метод. указания к практическим занятиям. - Сочи : СГУ, 2020. - 42 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции СГУ - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=755356&idb=0>.



1. Годин А.А. Интернет-реклама : Учебное пособие. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2012. - 168 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-00465-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=594150&idb=0>.
2. Москалев С. М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 менеджмент / Москалев С. М. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. - 99 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции СПбГАУ - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=779093&idb=0>.
3. Николаева М. А. Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг / Николаева М. А. - Екатеринбург : УрГПУ, 2017. - 166 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции УрГПУ - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-7186-0867-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=747042&idb=0>.
4. Шпаковский Вячеслав Олегович. Интернет-журналистика и интернет-реклама : Учебное пособие / Пензенский государственный университет. - Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. - 248 с. - Профессиональное образование. - ISBN 978-5-9729-0202-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=622797&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

#### ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система Консультант Плюс;
2. <http://www.garant.ru> - Справочно-правовая система Гарант.

#### ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ

1. ЭБС «Znaniy.com» - <https://znaniy.com>
2. ЭБС «Юрайт» - <https://urait.ru>
3. ЭБС «Университетская библиотека online» - <http://biblioclub.ru>
4. НЭБ «eLIBRARY» - <http://elibrary.ru>

#### ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ

1. <http://www.gks.ru/> - Базы данных официальной статистики: Федеральная служба государственной статистики.
2. <https://fedstat.ru/> - Единая межведомственная информационно – статистическая система (ЕМИСС).

#### ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Новости рекламы и маркетинга <http://www.sostav.ru/>
2. Российская Государственная Библиотека: <http://www.rsl.ru>
3. Сайт профессионалов торговой деятельности <http://www.retail.ru>

#### 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими

средствами обучения, компьютерами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): Белянцев Алексей Евгеньевич, кандидат физико-математических наук, доцент.

Рецензент(ы): Вилкова Евгения Викторовна, кандидат политических наук.

Заведующий кафедрой: Рыжов Игорь Валерьевич, доктор исторических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 10.05.2023, протокол № 11.