

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)
Уральский филиал Финуниверситета

Кафедра «Социально-гуманитарные и естественно-научные дисциплины»

ПРИЛОЖЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

НАТИВНАЯ РЕКЛАМА В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Год утверждения программы: 2024

Разработчики рабочей программы дисциплины:
Сахарова Н.В.

Составитель актуализации: к.п.н, доцент О.В. Перезовова

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
профиль «Интегрированные коммуникации»

заочная форма обучения

*Одобрено кафедрой «Социально-гуманитарные и естественно-научные
дисциплины» протокол № 10 от 26 мая 2026 г.*

Челябинск, 2026

СОДЕРЖАНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ

1. Наименование дисциплины	3
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	3
5.2 Учебно-тематический план	3
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	4
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	5
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	5
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	6
12. Описание материально технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	6

1. Наименование дисциплины

Нативная реклама в информационном пространстве.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

- заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего (в з. е. и часах)	Семестр 8
Общая трудоемкость дисциплины	3/108	3/108
Аудиторные занятия	16	16
Лекции	8	8
Практические и семинарские занятия, в том числе занятия в интерактивных формах	8	8
Самостоятельная работа	92	92
Текущий контроль	контрольная работа	
Вид промежуточной аттестации	зачет	

5.2. Учебно-тематический план

- заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа			Самостоят ельная работа	
			Обща я, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия		
1	Понятие, генезис, типы и форматы, тренды и рынок нативной рекламы.	27	4	2	2	23	Анализ кейсов, доклады, групповая дискуссия
2	Нативная реклама как специфический формат коммуникации, ее роль и место в коммуникацион ной стратегии бренда.	27	4	2	2	23	Ролевая игра, анализ кейсов, групповая дискуссия
3	Технологии создания	27	4	2	2	23	Проектная работа,

	нативной рекламы. Нативный сторителлинг.						анализ мини-кейсов, решение ситуационных задач креативного уровня по нативной рекламе, групповая дискуссия
4	Планирование и организация работ по нативному проекту. Оценка эффективности. Организационно-правовые аспекты по защите результатов интеллектуальной деятельности.	27	4	2	2	23	Разработка мини-проекта, групповая дискуссия, решение задач по оценке эффективности
	В целом по дисциплине	108	16	8	8	92	Согласно учебному плану: контрольная работа

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Смотров, Т. И., Разработка и технология производства рекламной продукции : учебное пособие / Т. И. Смотров, Н. В. Слинькова. — Москва : Русайнс, 2025. — 111 с. — URL: <https://book.ru/book/958176>.
2. Тимохович, А. Н., Креатив в рекламе : учебник / А. Н. Тимохович. — Москва : КноРус, 2025. — 216 с. — URL: <https://book.ru/book/956558>.

Дополнительная литература:

3. Цупин, В. А. Управление контентом. Практикум : учебное пособие / В.А. Цупин, М.М. Ниматулаев. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 211 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1771045>.
4. Куркова, Н. С. Аудиовизуальные технологии в рекламе : учебник для

вузов / Н. С. Куркова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 127 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/568152>.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru/>.
2. Российская национальная библиотека <http://www.nlr.ru:8101/>.
3. Библиотека Российской Академии наук <http://www.rasl.ru/>.
4. Официальный сайт профессиональной корпорации психологов России <http://рпо.рф>.
5. Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru/>.
6. Российская национальная библиотека <http://www.nlr.ru:8101/>.
7. Библиотека Российской Академии наук <http://www.rasl.ru/>.
8. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>.
9. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>.
10. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>.
11. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znaniy.com>.
12. Образовательная платформа издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>.
13. Электронно-библиотечная система издательства Проспект <http://ebs.prospekt.org/books>.
14. Электронно-библиотечная система издательства "Лань" <https://e.lanbook.com/>.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Изучение дисциплины «Нативная реклама в информационном пространстве»:

- 1) предполагает овладение материалами курса на основе активной работы студентов на лекциях, в ходе проведения семинарских занятий, а также выполнение тестовых заданий и заданий для самостоятельной работы, решение ситуационных задач;
- 2) базируется на знании теоретических основ микроэкономики и макроэкономики, учебной, энциклопедической и научной литературы.

Дисциплина «Нативная реклама в информационном пространстве» дает студентам комплексное представление о современных концепциях нативной рекламы в информационном пространстве.

На лекциях объясняются наиболее сложные аспекты рассматриваемых тем, обсуждаются проблемы применения положений теории и нормативных правовых актов на практике, приводятся примеры, иллюстрирующие отдельные аспекты изучаемых вопросов, из зарубежного и отечественного опыта. Материалы лекций, рекомендуемое учебно-методическое обеспечение по темам служат основой для подготовки студентов к семинарским занятиям.

На *семинарских занятиях* обсуждаются основные вопросы изучаемой

дисциплины, при этом студенты должны четко формулировать свой ответ, используя профессиональную терминологию, аргументировать свою позицию при анализе современных проблем, изучаемых тем. Основной целью семинарских занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала, формируемыми компетенциями, ходом выполнения студентами заданий для самостоятельной работы.

Для успешной подготовки к семинарским занятиям студенты должны использовать материалы лекций, а также учебную, энциклопедическую и научную литературу, нормативные правовые акты, рекомендуемые к изучению в рабочей программе дисциплины.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Антивирусная защита Kaspersky Endpoint Security;
2. Astra Linux Common Edition, Windows;
3. LibreOffice, Microsoft Office.

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Информационно-справочные и поисковые системы «Консультант Плюс», «Гарант».
2. База данных экономических индикаторов Всемирного Банка.
3. Статистическая база данных Росстата, Федерального казначейства, Международного валютного фонда World Economic Outlook Database, IMF International Financial Statistics.
4. Электронная библиотека Social Science Research Network, eLIBRARY.ru, BOOK.ru, Znanium.com.
5. База научных статей Национального бюро экономических исследований (NBER).
6. Электронная база Российской государственной библиотеки (РГБ) и Финансового университета.

12. Описание материально технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине «Нативная реклама в информационном пространстве» осуществляется в учебных аудиториях, оборудованных системами дистанционного проектирования и техническим средствами обучения, требует доступа к ресурсам Библиотечно-информационного комплекса Финансового университета, другим полнотекстовым электронным библиотекам и электронным коллекциям (BOOK.ru, Znanium.com, eLIBRARY.ru и др.), Интернет-ресурсам.