

	Некоммерческое акционерное общество «Восточно-Казахстанский технический университет имени Д. Серикбаева»		Стр. 1 из 12
	Интегрированная система менеджмента	И ВКТУ 026-І-2023 Разработка и оформление Рабочей учебной программы (Силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	



Министерство науки и высшего образования Республики Казахстан

ВКТУ им. Д.Серикбаева

УТВЕРЖДАЮ:

Декан БШ:

Закимова А.М.

\_\_\_\_\_ 2024 г.

## **СОЗДАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ РЕКЛАМЫ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ**

Рабочая учебная программа (силлабус)

Образовательная программа: 6В04107 Social медиа маркетинг

Код дисциплины: SPRIP2226

Количество кредитов: 3

Цикл: БД

Компонент: КВ

	Некоммерческое акционерное общество «Восточно-Казахстанский технический университет имени Д. Серикбаева»		Стр. 2 из 12
	Интегрированная система менеджмента	И ВКТУ 026-І-2023 Разработка и оформление Рабочей учебной программы (Силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Рабочая учебная программа (силлабус) разработана на «БШ» на основании Государственных общеобязательных стандартов высшего и послевузовского образования (Приказ Министра науки и высшего образования РК №2 от 20.07.2022 г.), Правил организации учебного процесса по кредитной технологии обучения (Приказ Министра образования и науки РК от №152 от 20.04.2011 г.), Образовательной программы, Рабочего учебного плана, Каталога элективных дисциплин.

Одобрено Комиссией по обеспечению качества

Председатель

Дата 01.09.2023 г. протокол №1

Жанабаева А.С.

Руководитель образовательной программы

Байтикенова Г.А.  
6В04107

Сотрудник библиотеки

Дроздова О.Н.

Разработал

Сизов М.В.  
Старший преподаватель

	Некоммерческое акционерное общество «Восточно-Казахстанский технический университет имени Д. Серикбаева»		Стр. 3 из 12
	Интегрированная система менеджмента	И ВКТУ 026-І-2023 Разработка и оформление Рабочей учебной программы (Силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

## 1 ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ, ЕЕ МЕСТО В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

### 1.1 Краткое описание дисциплины

Дисциплина содержит теоретические основы осуществления рекламной деятельности в области развития цифровых технологий, а также практические приемы digital promotion. Рассматриваются вопросы ведения маркетинговой деятельности в сети Интернет в контексте совершенствования мероприятий по разработке digital маркетинговой стратегии, генерации трафика, оптимизации сайта, технологии контент-менеджмента.

### 1.2 Цель и задачи изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины:

Целью данной дисциплины является изучение обучающимися теоретических принципов, элементов, приемов реализации рекламных кампаний в цифровой среде и овладение практическими навыками их применения на примерах деятельности известных зарубежных и отечественных медиафирм.

Задачи изучения дисциплины:

- умение проведения анализа отечественного и зарубежного медиарынка;
- знание в области изучения состояния маркетинговой среды;
- освоение навыков в области создания рекламных кампаний в сети;
- изучение и совершенствование медиа-продукта с применением рекламы в интернет-пространстве;
- использование инструментария цифровой рекламы;
- обоснование применения конкретных каналов и точек продвижения в цифровом маркетинге.

### 1.3 Результаты обучения

Результаты обучения определяются на основе Дублинских дескрипторов соответствующего уровня образования и выражаются через компетенции.

Формируемые ключевые компетенции	Результаты обучения (единицы ключевых компетенций)	
	образовательной программы	дисциплины
КК3 – Умеет находить и оценивать новые рыночные возможности для реализации проектов в области цифрового маркетинга	PO5 – Владеть ИКТ для вхождения во всемирную информационную сферу в условиях глобализации, приемами и навыками анализа и ситуаций реальности.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– знать основные понятия и категории маркетинга в социальных сетях;</li> <li>– использовать необходимый инструментарий и ПО при проведении аналитической деятельности и реализации тактических и оперативных мероприятий;</li> </ul>
КК4 – Способен разрабатывать контент-стратегию предприятия.	PO7 – Планировать, разрабатывать, реализовывать и корректировать комплексный процесс научных исследований.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– уметь распределять оптимально ресурсы при реализации маркетинговой деятельности;</li> <li>– использовать знания</li> </ul>

	Некоммерческое акционерное общество «Восточно-Казахстанский технический университет имени Д. Серикбаева»		Стр. 4 из 12
	Интегрированная система менеджмента	И ВКТУ 026-І-2023 Разработка и оформление Рабочей учебной программы (Силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Формируемые ключевые компетенции	Результаты обучения (единицы ключевых компетенций)	
	образовательной программы	дисциплины
		<p>дисциплины на практике и при необходимости в дипломной работе;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– способность адаптировать основные законы дисциплины в профессиональной деятельности, применять современные методологии стратегического планирования;</li> <li>– принимать управленческие решения при реализации SMM-активности любой сложности.</li> </ul>

## 1.4 Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины

### 1.4.1 Современные образовательные технологии

При проведении учебных занятий предусматривается использование следующих образовательных технологий:

- лекционно-семинарская система;
- информационно-коммуникационные технологии;
- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа, геймификация);
- исследовательские методы в обучении, направленные на развитие научно-исследовательских навыков обучающихся.

### 1.4.2 Адаптивные образовательные технологии (инклюзивное обучение)

Для успешного освоения дисциплины при обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья могут применяться следующие адаптивные образовательные технологии:

- дистанционные образовательные;
- предметно-ориентированные (процесс целеполагания, т.е. цели формируются через их результаты, выраженные в действиях обучающихся);
- проведение дополнительных индивидуальных консультаций и занятий с обучающимися, организованные для оказания помощи в освоении учебного материала;
- разноуровневое обучение;
- проектные методы обучения.

## 1.5 Пререквизиты

- Основы маркетинга

## 1.6 Постреквизиты

- Управление интернет-сообществами

	Некоммерческое акционерное общество «Восточно-Казахстанский технический университет имени Д. Серикбаева»		Стр. 5 из 12
	Интегрированная система менеджмента	И ВКТУ 026-І-2023 Разработка и оформление Рабочей учебной программы (Силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

## 1.7 Трудоемкость дисциплины

Виды работ	Часы
Лекции	15
Практические работы	15
СРОП	15
СРО	45
Форма проведения итогового контроля	экзамен

## 2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1 Тематический план

№	Наименование темы и ее содержание	Трудоемкость в часах	Ссылка на литературу
<b>Лекционные занятия</b>			
1	<b>Тема 1. Основы рекламной деятельности</b>	1	1-10
2	<b>Тема 2. Понятие, цели и задачи рекламы</b>	1	1-10
3	<b>Тема 3. Специфика рекламной деятельности в интернет-пространстве</b>	1	1-10
4	<b>Тема 4. Аудитории: клиенты, конечные пользователи, последователи</b>	1	1-10
5	<b>Тема 5. Конкуренты и конкурентный анализ</b>	1	1-10
6	<b>Тема 6. Продукт и бренд в рекламной деятельности</b>	1	1-10
7	<b>Тема 7. Клиентское поведение. Психология рекламы (онлайн/оффлайн)</b>	1	1-10
8	<b>Тема 8-1. Реклама в интернет-пространстве: текст</b>	1	1-10
9	<b>Тема 8-2. Реклама в интернет-пространстве: аудио- и видеоконтент</b>	1	1-10
10	<b>Тема 9-2. Реклама в социальных сетях: Facebook</b>	1	1-10
11	<b>Тема 9-1. Реклама в социальных сетях: Instagram</b>	1	1-10
12	<b>Тема 9-2. Реклама в социальных сетях: Facebook</b>	1	1-10
13	<b>Тема 9-3. Реклама в социальных сетях: Telegram</b>	1	1-10
14	<b>Тема 10-1. Составление медиаплана: метрики</b>	1	1-10
15	<b>Тема 10-2. Составление медиаплана: экономическая эффективность рекламы</b>	1	1-10
<b>ИТОГО</b>		<b>15</b>	
<b>Практические занятия</b>			
1	<b>Тема 1. Основы рекламной деятельности</b>	1	1-10
2	<b>Тема 2. Понятие, цели и задачи рекламы</b>	1	1-10
3	<b>Тема 3. Специфика рекламной деятельности в интернет-пространстве</b>	1	1-10
4	<b>Тема 4. Аудитории: клиенты, конечные пользователи, последователи</b>	1	1-10

	Некоммерческое акционерное общество «Восточно-Казахстанский технический университет имени Д. Серикбаева»		Стр. 6 из 12
	Интегрированная система менеджмента	И ВКТУ 026-І-2023 Разработка и оформление Рабочей учебной программы (Силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

№	Наименование темы и ее содержание	Трудоемкость в часах	Ссылка на литературу
5	<b>Тема 5. Конкуренты и конкурентный анализ</b>	1	1-10
6	<b>Тема 6. Продукт и бренд в рекламной деятельности</b>	1	1-10
7	<b>Тема 7. Клиентское поведение. Психология рекламы (онлайн/оффлайн)</b>	1	1-10
8	<b>Тема 8-1. Реклама в интернет-пространстве: текст</b>	1	1-10
9	<b>Тема 8-2. Реклама в интернет-пространстве: аудио- и видеоконтент</b>	1	1-10
10	<b>Тема 9-2. Реклама в социальных сетях: Facebook</b>	1	1-10
11	<b>Тема 9-1. Реклама в социальных сетях: Instagram</b>	1	1-10
12	<b>Тема 9-2. Реклама в социальных сетях: Facebook</b>	1	1-10
13	<b>Тема 9-3. Реклама в социальных сетях: Telegram</b>	1	1-10
14	<b>Тема 10-1. Составление медиаплана: метрики</b>	1	1-10
15	<b>Тема 10-2. Составление медиаплана: экономическая эффективность рекламы</b>	1	1-10
<b>ИТОГО</b>		<b>15</b>	

## 2.2 Задания для самостоятельной работы обучающегося (СРО)

Тема	Содержание задания	Форма контроля	Срок сдачи, неделя	Трудоемкость в часах	Ссылка на литературу
Тема 1. Основы рекламной деятельности	Формирование шорт-листа с основными понятиями дисциплины. Подготовка эссе на выбранную тему	обсуждение	1	2	1,3,5
Тема 2. Понятие, цели и задачи рекламы	Составление иерархической структуры работ (декомпозиция).	опрос	2	2	1,3,5
Тема 3. Специфика рекламной деятельности в интернет-пространстве	Выполнение практической работы	опрос	3	2	1,2,5
Тема 4. Аудитории: клиенты, конечные пользователи, последователи	Выполнение практической работы в группах	защита проектов	4	3	1,2,5
Тема 5. Конкуренты и конкурентный	Выполнение практической работы	отчет	5	3	3,4,5,7

	Некоммерческое акционерное общество «Восточно-Казахстанский технический университет имени Д. Серикбаева»		Стр. 7 из 12
	Интегрированная система менеджмента	И ВКТУ 026-І-2023 Разработка и оформление Рабочей учебной программы (Силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Тема	Содержание задания	Форма контроля	Срок сдачи, неделя	Трудоемкость в часах	Ссылка на литературу
анализ					
Тема 6. Продукт и бренд в рекламной деятельности	Выполнение практической работы	защита проектов	6	3	1,2,3,4,5
Тема 7. Клиентское поведение. Психология рекламы (онлайн/оффлайн)	Выполнение практической работы	защита проектов	7	3	1,2,3,6
Тема 8-1. Реклама в интернет-пространстве: текст	Выполнение практической работы	защита проектов	8	3	1,2,3,6
Тема 8-2. Реклама в интернет-пространстве: аудио- и видеоконтент	Выполнение практической работы	отчет	9	3	1,2,3,6
Тема 9-2. Реклама в социальных сетях: Facebook	Решение ситуационных задач	отчет	10	3	6,7,8
Тема 9-1. Реклама в социальных сетях: Instagram	Выполнение практической работы в группах	защита проектов	11	3	6,7,8
Тема 9-2. Реклама в социальных сетях: Facebook	Решение ситуационных задач	опрос	12	3	6,7,8
Тема 9-3. Реклама в социальных сетях: Telegram	Выполнение практической работы	опрос	13	3	1,2,3,4,5
Тема 10-1. Составление медиаплана: метрики	Выполнение практической работы	опрос	14	3	1,2,4,5
Тема 10-2. Составление медиаплана: экономическая эффективность рекламы	Решение ситуационных задач	опрос	15	6	2,4,5
<b>ИТОГО</b>				<b>45</b>	

	Некоммерческое акционерное общество «Восточно-Казахстанский технический университет имени Д. Серикбаева»		Стр. 8 из 12
	Интегрированная система менеджмента	И ВКТУ 026-1-2023 Разработка и оформление Рабочей учебной программы (Силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

### 2.3 График сдачи заданий по дисциплине

Вид задания	Академический период обучения, неделя														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Знание															
Индивидуальное задание	+	+	+		+	+	+		+						
Понимание															
Решение задач			+		+		+	+	+				+	+	+
Применение															
Работа в малых группах				+							+				
Решение ситуационных задач										+		+			+
Анализ															
Работа с данными для проекта						+	+								

### 3 ОЦЕНКА ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Преподаватель проводит все виды работ текущего контроля и выводит соответствующую оценку текущей успеваемости обучающихся два раза в академический период. По результатам текущего контроля формируется рейтинг 1 и 2. Учебные достижения обучающегося оцениваются по 100-балльной шкале, итоговая оценка Р1 и Р2 выводится как средняя арифметическая из оценок текущей успеваемости. Оценка работы обучающегося в академическом периоде осуществляется преподавателем в соответствии с графиком сдачи заданий по дисциплине. Система контроля может сочетать письменные и устные, групповые и индивидуальные формы.

Период	Вид задания	Итого
1-й рубежный контроль	Практическая работа	0-100
	Практическая работа	
	Решение ситуационных задач	
	Практическая работа	
	Практическая работа	
	Практическая работа	
	Тестирование	
2-й рубежный контроль	Практическая работа	0-100
	Практическая работа	
	Практическая работа	
	Практическая работа (малые группы)	
	Решение ситуационных задач	
	Практическая работа (проект)	
	Тестирование	
Итоговый контроль	Экзамен	0-100

### 3.1 Политика оценивания результатов обучения по видам работ

	Некоммерческое акционерное общество «Восточно-Казахстанский технический университет имени Д. Серикбаева»		Стр. 9 из 12
	Интегрированная система менеджмента	И ВКТУ 026-І-2023 Разработка и оформление Рабочей учебной программы (Силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Оценка по буквенной системе	Баллы (%-ное содержание)			
	90-100	70-89	50-69	0-49
Оценка по традиционной системе	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Различные виды работ, в зависимости от вида задания оцениваются от 5 до 30 баллов. При этом, независимо от количества баллов, при их выставлении в оценивании используется 100- % шкала в соответствии со следующими критериями	оценка в 90-100% выставляется при отличном выполнении работ, то есть при наличии полных (с детальными пояснениями и культурой выкладок), оригинальных и правильных ответов и высококачественного оформления работы, а также при полном развернутом верном ответе на вопросы по содержанию курса	оценка в 70-80-89% выставляется при наличии верных и правильных ответов на вопросы по содержанию курса, при грамотном выполнении контрольных работ, но при отсутствии какого-либо из выше перечисленных отличительных признаков, как, например: детальных выкладок или пояснений, качественного оформления	оценка в 60-69% выставляется при наличии отдельных неточностей в ответах на вопросы по содержанию курса и при выполнении контрольных работ или при наличии замечаний к самостоятельной работе не принципиального характера (описки, случайные ошибки арифметического характера, грамматические ошибки); оценка в 50-59% выставляется в случаях, когда в ответах и в контрольных работах имеются неточности и ошибки, свидетельствующие о недостаточном понимании вопросов и требующие дополнительного обращения к тематическим материалам	оценка в 40-49% выставляется при наличии серьезных ошибок и пробелов в знаниях по контролируемой тематике; оценка в 30-39% выставляется при наличии лишь отдельных положительных моментов в выполненных контрольных работах и представленных ответах на вопросы по содержанию курса; оценка в 20-29% выставляется при полном отсутствии положительных моментов в выполненных контрольных работах и представленных ответах на вопросы по содержанию курса; оценка в 0-19% выставляется в случаях, когда небрежные записи, неправильные ответы, кроме того, сопровождаются какими-либо демонстративными проявлениями безграмотности или неэтичного отношения к изучаемой теме и предмету в целом

Итоговая оценка знаний обучающего по дисциплине осуществляется по 100 балльной системе и включает:

- 60% результатов текущей успеваемости;
- 40% результата, полученного на экзамене.

Формула подсчета итоговой оценки:

$$И = 0,6 \frac{P_1 + P_2}{2} + 0,4Э \quad (1)$$

	Некоммерческое акционерное общество «Восточно-Казахстанский технический университет имени Д. Серикбаева»		Стр. 10 из 12
	Интегрированная система менеджмента	И ВКТУ 026-І-2023 Разработка и оформление Рабочей учебной программы (Силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

где,

P1, P2 – цифровые эквиваленты оценок первого, второго рейтингов соответственно;

Э – цифровой эквивалент оценки на экзамене.

Буквенная система оценки учебных достижений обучающихся, соответствующая цифровому эквиваленту по четырехбалльной системе:

Оценка по буквенной системе	Цифровой эквивалент	Баллы (%-ное содержание)	Оценка по традиционной системе	Критерий
A	4.0	95-100	Отлично	Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.
A-	3.67	90-94		
B+	3.33	85-89	Хорошо	Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.
B	3.0	80-84		
B-	2.67	75-79		
C+	2.33	70-74		
C	2.0	65-69	Удовлетворительно	Теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки
C-	1.67	60-64		
D+	1.33	55-59		
D	1.0	50-54		
FX	0.5	25-49	Неудовлетворительно	Теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные
F	0	0-24		

	Некоммерческое акционерное общество «Восточно-Казахстанский технический университет имени Д. Серикбаева»		Стр. 11 из 12
	Интегрированная система менеджмента	И ВКТУ 026-І-2023 Разработка и оформление Рабочей учебной программы (Силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Оценка по буквенной системе	Цифровой эквивалент	Баллы (%-ное содержание)	Оценка по традиционной системе	Критерий
				учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к существенному повышению качества выполнения учебных заданий.

#### 4 ПОЛИТИКА ДИСЦИПЛИНЫ

Политика дисциплины заключается в последовательном и целенаправленном осуществлении учебного процесса с использованием актуальных образовательных технологий обучения. Требования преподавателей к студентам основаны на общих принципах обучения в ВКТУ им. Д. Серикбаева.

Обучающийся обязан:

- активно участвовать в учебном процессе, проявляя творчество, индивидуальность и креативность;
- посещать все виды аудиторных занятий (лекции, практические занятия);
- своевременно выполнять и сдавать работу согласно Графика выполнения и сдачи заданий по дисциплине;
- документально подтверждать пропущенные аудиторные занятия по уважительной причине;
- отрабатывать все пропущенные занятия в указанное преподавателем время;
- проявлять уважительное отношение к преподавателю и к другим обучающимся;
- соблюдать культуру поведения.

#### 5 СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

##### 5.1 Основная литература

1. Антипов К.В. Основы рекламы. Учебник. 3-е изд. – М.: Дашков и К, 2018. – 328 с.
2. Асланов Т. PR тексты. Как зацепить читателя. – СПб: Питер, 2017. – 176 с.
3. Асланов Т. Альфа-продавцы. Спецназ в отделе продаж. – СПб: Питер, 2017. – 192 с.
4. Баксанский О.Е. Технологии манипуляции массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М. Ленанд, 2019. – 224 с.
5. Банкин А. Контент-маркетинг для роста продаж. – СПб: Питер, 2019. – 272 с.
6. Гитомер Дж. Самое главное в продажах. – СПб: Питер, 2018. – 128 с.
7. Голубкова Е. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2017. 364 с.
8. Дж. Моуат. Видеомаркетинг: Стратегия, контент, производство. – М.: Альпина Паблшер, 2020. – 402 с.
9. Зуев М., Прокофьев А., Маурус П. Интернет-маркетинг 3.0: нет русской рулетке! – СПб.: Питер, 2018. – 208 с.

	Некоммерческое акционерное общество «Восточно-Казахстанский технический университет имени Д. Серикбаева»		Стр. 12 из 12
	Интегрированная система менеджмента	И ВКТУ 026-І-2023 Разработка и оформление Рабочей учебной программы (Силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

10. Каплунов, Д. Контент, маркетинг и рок-н-ролл. Книга-муза для покорения клиентов в интернете. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020. – 352 с.

## 5.2 Дополнительная литература

1. Аузан А. Экономика всего. Как институты определяют нашу жизнь. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 304 с.
2. Гаврилов Л. П. Электронная коммерция. 3-е изд. Учебник и практикум для вузов – М.: Издательство «Юрайт», 2019. – 477с.
3. Горелов Н. А., Кораблева О. Н. Развитие информационного общества: цифровая экономика. Учебное пособие для вузов – М.: Издательство «Юрайт», 2019. – 241с.
4. Гукасян Н. Маркетинг для предпринимателей. Просто о сложном. – СПб.: БХВ-Петербург, 2013. – 128 с.
5. Друкер П. Бизнес и инновации. – М.: Издательство «Питер», 2018. – 160 с.
6. Ким У.Ч., Моборн Р. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 304 с.
7. Мрочковский Н., Горенюк А. Интернет-маркетинг без бюджета. Как продвигать, если денег нет или их мало – СПб.: Питер, 2014 – 192 с.
8. Скотт Д.М. Новые правила маркетинга и PR. Как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем. – М.: Альпина Паблишер, 2014. – 352 с.
9. Третьяк П.В. Форсайт как технология активного предвидения, 2014. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 309 с.
10. Фрэнк Р. Дарвиновская экономика. Свобода, конкуренция и общее благо. – М.: Издательство Института Гайдара, 2013. – 352 с.