

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ»**

**Автор:** Скорбенко С. В.

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.04.02 Менеджмент  
(«Финансы и Технологии»)

**Квалификация (степень) выпускника:** Магистр

**Форма обучения:** очная

### **Цель освоения дисциплины:**

Научить применять инструменты маркетинга, сформировать маркетинговые стратегии и создавать новые продукты.

### **План курса:**

**Тема 1.** Что такое digital-маркетинг. Комплексная маркетинговая стратегия

**Тема 2.** Принципы работы в digital-маркетинге при запуске новой компании или при запуске стратегии продвижения в работающей компании позиции маркетинговой стратегии, которые необходимо реализовать перед открытием компании.

**Тема 3.** CRM: функции и возможности

**Тема 4.** Как поставить процесс продаж с помощью CRM

**Тема 5.** Каналы, по которым компания теряет деньги при активностях в digital

**Тема 6.** Как управляющему считать результат от инвестиций в digital-маркетинг

**Тема 7.** Принципы работы с подрядчиками по маркетингу

**Тема 8.** Сроки возврата инвестиций

**Тема 9.** Digital-маркетинговые активности: что необходимо делать самостоятельно, а что отдавать подрядчикам

**Тема 10.** Специалист по маркетингу: требование, функции и контроль

**Тема 11.** Инструменты маркетинга

**Тема 12.** Инструменты маркетинга, эффективные для бизнеса

**Тема 13.** Каким должен быть продающий сайт

**Тема 14.** Определяем бюджет на разработку сайта. Как правильно рассчитать бюджет на сайт.

**Тема 15.** SEO как инструмент маркетинга. Критерии для определения эффективности использования

**Тема 16.** Как рассчитать бюджет на SEO. Контроль работы подрядчиков

**Тема 17.** Контекстная реклама как инструмент маркетинга. Как просчитать бюджеты для разных типов компаний

**Тема 18.** Как считать эффективность от контекстной рекламы. Когда стоит остановить рекламную кампанию

**Тема 19.** SMM, email-маркетинг и другие инструменты: возможности использования и эффективность.

**Тема 20, 21 .** Квалификационная работа.

**Аудиторные часы:** 32

**Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:** домашние задания, зачет.

### **Основная литература:**

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга. 5-е изд. / Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вильямс, 2016. - 752 с.

2. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров / М.В. Акулич. - М.: Дашков и К, 2016. - 352 с.
3. Безрутенко, Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие, 2-е изд. / Ю.В. Безрутенко. - М.: Дашков и К, 2016. – 232 с.