

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ

Автор:

к.ю.н. Г.В. Симонян

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.04.02 Менеджмент, «Управление внешнеторговой деятельностью компании»

Квалификация (степень) выпускника:

Магистр

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию овладением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.

План курса:

Тема 1. Digital маркетинг в современной рыночной среде.

Digital в современной науке; место digital в структуре маркетинговых коммуникаций, общие понятия и термины; факты, тренды и будущее цифрового маркетинга.

Тема 2. Стратегическое планирование в digital маркетинге.

Стратегическое планирование: цель, задача, тактика, решение, анализ, вывод. Разработка Digital-стратегии; обязательные этапы и составные элементы digital-стратегии; необходимые вводные для разработки digital-стратегии.

Тема 3. Реализация стратегии и проектная деятельность в Digital, система мотивации и распределение ролей в команде.

Основные этапы реализации digital стратегии. Специфика формирование команды для ведения Digital проекта. Структура команды и принцип внутреннего взаимодействия. Составление плана реализации проекта с учетом делегированных полномочий членам команды. Форма контроля и надзора реализации стратегии.

Тема 4. Оценка эффективности после завершения проекта и анализ особенностей, выявленных в процессе реализации проектов в digital

Правовые аспекты, оценка эффективности и аналитика, особенности и принципы взаимодействия схемы "клиент - агентство", виды взаимоотношений в схеме "клиент - агентство". Формы отчета и контроля, в том числе и аудит по проекту. Анализ и проработка ошибок, проблем и изменений, выявленных в ходе реализации digital проекта.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины «Digital маркетинг» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа:

при чтении лекций используется объяснительно-иллюстративный метод с элементами проблемного изложения учебной информации (монологической, диалогической или эвристической);

- при проведении занятий семинарского типа:
эссе, диспут, коллоквиум, диалог с аудиторией;

- при контроле результатов самостоятельной работы студентов:
устные и письменные опросы, диалог с аудиторией.

Экзамен проводится в устной форме, включает ответы на вопросы и разбор типовых ситуаций.

Основная литература:

1. Филип Котлер. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. М.: Альпина Паблишер, 2016. <http://www.iprbookshop.ru/43688.html>
2. Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас / Г.В. Загребельный [и др.]. М.: Альпина Паблишер, 2017. <http://www.iprbookshop.ru/58562.html>