

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ****Б1.В.07 ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ****Автор: Григорьева В.В.****Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.04.01 Экономика

Профиль «Экономика медиаиндустрии»

**Квалификация (степень) выпускника:** магистр**Форма обучения:** очная**Цель освоения дисциплины:**

Сформировать компетенцию в области выбора и применения современных инструментов цифрового маркетинга для решения практических задач: ПК-8.2, ПК-10.2.

**План курса:**

Тема 1 Введение в цифровой маркетинг

Тема 2 Инструменты цифрового маркетинга

Тема 3 Оценка эффективности цифрового маркетинга

**Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-8	Способность готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне	ПК-8.1	Способность готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики предприятия
ПК-10	Способность составлять прогноз основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона и	ПК-10.2	Способность анализировать основные социально-экономические показатели деятельности предприятия

	ЭКОНОМИКИ В ЦЕЛОМ		
--	----------------------	--	--

Результат формирования компетенции ПК-8.2 на уровне данной дисциплины обеспечивается путем формирования у обучающихся:

на уровне знаний:

- понятийный аппарат в области цифрового маркетинга;
- концепцию современного цифрового маркетинга;
- факторы цифровой среды маркетинга;
- структуру построения системы цифрового маркетинга;
- источники маркетинговой информации в сети Интернет;

на уровне умений:

- формировать концепцию цифрового маркетинга для предприятия с учетом факторов цифровой среды маркетинга;
- использовать источники маркетинговой информации в сети Интернет;

на уровне навыков:

- навыки выбора и применения современных инструментов цифрового маркетинга для решения практических задач.

Результат формирования компетенции ПК-10.2 на уровне данной дисциплины обеспечивается путем формирования у обучающихся:

на уровне знаний:

- механизмы оценки и показателей эффективности и результативности цифрового маркетинга;
- программные продукты и сервисы, используемые в цифровом маркетинге;
- функционал систем контекстной рекламы, мониторинга социальных сетей, e-mail маркетинга, мобильного маркетинга;

на уровне умений:

- разрабатывать планы рекламных кампаний в цифровых каналах коммуникации с учетом конкуренции;
- подготавливать и интерпретировать отчеты об эффективности и результативности реализованных мероприятий цифрового маркетинга;
- использовать основной функционал программных средств и сервисов, используемых в цифровом маркетинге;

на уровне навыков:

- навыки выбора и использования программных решений, соответствующих задачам организации;
- навыки оценки эффективности использования каналов цифрового маркетинга.

### **Основная литература:**

1. Грингард С. Интернет вещей: Будущее уже здесь / С. Грингард. Москва: Альпина Паблишер, 2016. — 188 с. — ISBN 978-5-9614-5853-4 — Текст: электронный. — ЭБС Znanium. — URL: <http://znanium.com/catalog/product/1002480>