

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## DIGITAL - MARKETING

**Автор:** старший преподаватель кафедры маркетинга и рекламы Г.В. Симонян

**Код и наименование направления подготовки, профиля:**

38.04.02 Менеджмент, «Маркетинговое управление»

**Квалификация (степень) выпускника:**

Магистр

**Цель освоения дисциплины:**

Сформировать способность разрабатывать полноэтапную digital-стратегию предприятия.

**План курса:**

**Тема 1. Цифровой 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 цифровом 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 формирования 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 используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Цифровой маркетинг в современной рыночной среде	Эссе
Стратегическое планирование в цифровом маркетинге	Диспут
Реализация стратегии и проектная деятельность в Digital, система мотивации и распределение ролей в команде	Коллоквиум
Оценка эффективности после	Диалог с аудиторией

завершения проекта и анализ особенностей, выявленных в процессе реализации проектов в digital	
---	--

Зачет с оценкой проводится с применением следующих методов (средств): экзамен в устной форме и включает ответы на вопросы, 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>