

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.09.03 Диджитал маркетинг/ Digital Marketing

Автор: Руководитель отдела по цифровым коммуникациям в Royal Canin, Mars Inc
С.Б. Святская

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.04.02 менеджмент, Международный менеджмент

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Целью изучения дисциплины «Диджитал маркетинг» является приобретение магистрантами знаний особенностей применения современных методов управления корпоративными финансами для решения стратегических задач, связанных с различными направлениями деятельности компании (ПК-3).

Результаты освоения дисциплины:

на уровне знаний

- - знать определение Диджитал Маркетинга, основные понятия, роль Диджитал Маркетинга в экосистеме бизнеса;
- знать принципы и особенности стратегического и тактического планирования активностей в рамках Диджитал Маркетинга;
- знать основные инструменты, применяемые в Диджитал Маркетинге: баннерная и видео реклама, продвижение в социальных сетях, перформанс маркетинг, CRM, SEM, спецпроекты;

на уровне умений

- уметь формулировать цели и задачи для решения с помощью Диджитал Маркетинга;
- уметь выбирать инструменты диджитал маркетинга, соответствующие нуждам бизнеса;
- уметь рассчитывать возврат инвестиций от Диджитал Маркетинга;
- уметь работать с диджитал контентом;

на уровне навыков

- иметь навыки медиа планирования кампаний
- иметь навыки создания брифа для разработки Диджитал стратегии
- иметь навыки поиска нужной информации и отслеживания за трендами

План курса:

Тема 1. Введение в Диджитал Маркетинг.

Тема 2. Диджитал Маркетинг.

Тема 3. Диджитал Стратегия

Тема 4. Медиа Планирование в Диджитал.

Тема 5. Измерение возврата инвестиций в Диджитал Маркетинге.

Тема 6. Big data

Тема 7. Социальные сети

Тема 8. Мобильный маркетинг

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Зачет проводится в форме он-лайн теста

Основная литература:

1. Гавриков А.В., Давыдов В.В., Федоров М.В. Настольная книга digital-маркетолога Серия: Бизнес-бук. АСТ. 2020. 352 с.
2. How Brands Grow: What Marketers Don't Know by Byron Sharp, Oxford University Press. 2010