

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Digital- маркетинг

Авторы:

Старший преподаватель кафедры маркетинга и рекламы Г.В. Симонян

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.04.02 Менеджмент, «Цифровая трансформация в бизнесе»

Квалификация (степень) выпускника:

Магистр

Цель освоения дисциплины:

Сформировать способность анализировать и применять специфику управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (в том числе, включающими инвалидов и лиц с ограниченными возможностями) в контексте современных представлений об управлении человеческими ресурсами, использовании AR, VR и блокчейн технологий, для решения профильных профессиональных задач

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 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 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 Б1.В.08 «Digital- маркетинг» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
---------------	---------------------------------------

Digital- 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 завершения проекта и анализ особенностей, выявленных в процессе реализации проектов в digital	Диалог с аудиторией

Экзамен 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>
3. Интернет-маркетинг: учебник для академического бакалавриата / О.Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О.Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 301 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432128>