

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.05.01 «Цифровые коммуникации в торговле»

наименование дисциплин (модуля)/практики

Автор: Eligo Vision, директор по маркетингу Холодкова В.С.

Код и наименование направления подготовки, программа бакалавриата:

38.03.06 Торговое дело, «Цифровизация бизнеса и электронная торговля»

Квалификация (степень) выпускника: Бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

сформировать компетенции организации логистической деятельности по перевозке грузов в цепи поставок, управлению реализацией стратегии интернет-продвижения, осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами (ПКс ОС-1, ПКс ОС-2, ПКс ОС-4)

План курса:

Тема 1. Теоретические основы коммуникации посредством цифровых технологий

Диджитал стратегии коммуникации. Интернет-коммуникации в диджитал стратегии компании. Интернет как коммуникационная среда бренда и потребителя. Установление двусторонней коммуникации посредством цифровых технологий.

Тема 2. Цифровые каналы коммуникации как инструмент эмоционального брендинга

Отличие между традиционными и интерактивными каналами коммуникации. Цифровые каналы коммуникации: Интернет и мобильный маркетинг, интерактивное телевидение, интерактивные информационные киоски в розничной торговле и т.д. Двусторонняя коммуникация посредством цифровых технологий. Уровень отклика потребителей на интерактивные сообщения. Создание эмоциональной связи с потребителем посредством цифровых каналов коммуникации. Эмоциональный брендинг.

Тема 3. Современные коммуникационные системы оптовой торговли

Коммуникационная система оптовой торговли. Цифровые коммуникации с внешней средой. Коммуникационные процессы: реклама, связи с общественностью и стимулирование сбыта посредством цифровых технологий на рынке B2B.

Тема 4. Современные коммуникационные системы розничной торговли

Комплекс маркетинговых коммуникаций в предприятиях розничной торговли. Интегрированные маркетинговые коммуникации в местах продажи (ИМКМП) как коммуникационная составляющая мерчандайзинга. Основные коммуникационные цели. Внешние средства ИМКМП: наружные цифровые вывески, световые табло и внешние витрины розничных торговых предприятий. Внутренние средства ИМКМП: цифровое продвижение продукта в торговом зале, формирование цифровой торговой среды. Цифровые носители ИМКМП.

Тема 5. Маркетинговые коммуникации в цифровом пространстве: SEO инструменты повышения эффективности

Веб-сайт компании. Условия и инструменты поисковой оптимизации. Факторы, влияющие на эффективность взаимодействия потребителя и интернет-сайта. Оценка маркетинговых коммуникаций через сайт компании.

Тема 6. Основные направления интернет коммуникации: реклама, PR, стимулирование сбыта, личные продажи.

Реклама в сети интернет. Медийная реклама. Контекстная реклама. PR в сети интернет. Реклама и PR в Social Media Marketing. Стимулирование сбыта в сети интернет. E-mail как разновидность прямого маркетинга в сети Интернет.

Тема 7. Креативные инструменты цифровых коммуникаций в торговле

Нестандартные размещения/спецпроекты. Дополненная реальность. Мобильные приложения. Видео-форматы. Вирусный маркетинг. Уникальный контент. Маркетинг в режиме реального времени.

Естественная реклама (Native advertisement). Устройства Smart Watch или Google Glass как инновационные маркетинговые коммуникации с потребителем.

Тема 8. Медиапланирование цифровых коммуникаций в торговле

Основные понятия и показатели в медиапланировании. Медиапланирование в Интернете: основные этапы. Методы анализа эффективности продвижения в Интернете.

Тема 9. Оценка эффективности цифровых коммуникаций в торговле

Оценка эффективности цифровых коммуникаций в торговле. Основные показатели.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Формы текущего контроля успеваемости: диалог с аудиторией.
письменные домашние задания.

Формы промежуточной аттестации, отражающие формирование компетенции на уровне данной дисциплины: зачет, проводится в форме письменных ответов на вопросы билета.

Компоненты компетенций ПКс ОС-1 отражают формирование: на уровне знаний:

Основы логистики и управления цепями поставок

Цели компании, распределение обязанностей в подразделении

Корпоративные информационные системы

Нормативные правовые акты, регламентирующие перевозки

Правила перевозки грузов по видам транспорта

Правила и порядок оформления транспортно-сопроводительных, транспортно-экспедиционных документов

на уровне умений:

Анализировать и проверять документы на соответствие правилам и порядку оформления транспортно-сопроводительных, транспортно-экспедиционных, страховых и претензионных документов, договоров, соглашений, контрактов

на уровне навыков:

Составление графиков грузопотоков, определение способов доставки, вида транспорта

Организация планирования услуг, этапов, сроков доставки

Контроль поступления информации о прибытии груза

Компоненты компетенций ПКс ОС-2 отражают формирование:

на уровне знаний:

Особенности функционирования социальных медиа

Основы гипертекстовой разметки

Основы функционирования основных систем управления веб-сайтами

на уровне умений:

Распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Взаимодействовать с участниками работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Проверять результаты выполнения работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и контролировать их соответствие выданному заданию

на уровне навыков:

Контроль реализации стратегии специалистами

Контроль показателей эффективности продвижения, согласованных с заказчиком

Компоненты компетенций ПКс ОС-4 отражают формирование:

на уровне знаний:

Основные принципы и технологии управления проектами

Содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента

Основы менеджмента

на уровне умений:

Работать с большими объемами информации

Вести документацию по проектам и работам

на уровне навыков:

Планирование работ по наполнению сайта

Подготовка заданий для исполнителей

Распределение работы по созданию и редактированию контента

Координация работы по созданию и редактированию контента

Документирование сведений о процессах и результатах выполнения работ различными исполнителями

Основная литература:

1. Блуммарт, Тью Четвертая промышленная революция и бизнес: Как конкурировать и развиваться в эпоху сингулярности / Тью Блуммарт, ван Стефан, Эрик Колтоф; перевод З. Мамедьяров. — М.: Альпина Паблишер, 2019. — 208 с. — ISBN 978-5-9614-1536-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82658.html>
2. Цифровая экономика. Социально-экономические и управленческие концепции: коллективная монография / Л. И. Антонова, Д. И. Городецкий, А. Ф. Золотарева [и др.]; под редакцией А. А. Степанова. — М.: Научный консультант, Виктория плюс, 2018. — 186 с. — ISBN 978-5-6040573-2-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80804.html>