

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## DIGITAL-МАРКЕТИНГ

**Автор:** Тюльпинова Оксана Михайловна

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

38.04.02 Менеджмент, «Маркетинговое управление»

**Квалификация (степень) выпускника:**

Магистр

**Цель освоения дисциплины:**

Сформировать способность готовить рекомендации для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)

**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.06 «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): в устной форме и включает ответы на вопросы, разбор типовых ситуаций и защита курсовой работы.

**Основная литература:**

1. Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас / Г.В. Загребельный [и др.]. М.: Альпина Паблишер, 2017. <http://www.iprbookshop.ru/58562.html>
2. 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. <https://www.biblio-online.ru/bcode/432128>