

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.13 «Цифровой маркетинг»

Наименование образовательной программы: Цифровое предпринимательство

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины:

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ПКс-7.1	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> - инструменты интернет-маркетинга - формирование маркетинговых целей - элементы платформы бренда - бюджетирование для брендинга <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формирование уникального торгового предложения - выбор целевого сегмента - управление ценами и продажами с позиции цифрового маркетинга <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использование инструментов интернет-маркетинга - продвижение продукта в разных каналах.

Объем дисциплины

- Учебным планом для дисциплины Б1.В.13 «Цифровой маркетинг» установлено:
- трудоемкость дисциплины – 4 з.е., / 144 астр. часов;
- контактная работа с преподавателем – 48 часов,
- лекции-16 часов,
- практические занятия-32 часа;
- самостоятельная работа – 60 часов.

Структура дисциплины:

Тема 1. Целевая аудитория, исследования и продукт в цифровом маркетинге.

Тема 2. Инструменты интернет-маркетинга.

Тема 3. Аналитика в цифровом маркетинге.

Тема 4. Анализ и исследование бренда для бизнеса.

Тема 5. Платформа бренда. Внедрение бренда и его развитие в цифровой среде.

Тема 6. Креативные стратегии и кампании 360 в цифровом маркетинге.

Тема 7. Стратегия продвижения и управления брендом в цифровом маркетинге.

Тема 8. Менеджмент знаний.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Основная литература:

1. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.92 №2300–1. (в ред. Федерального Закона от 09.01. 1996 г., №2-ФЗ) (с изм. и доп.)// Собрание законодательства РФ, 15.01.1996, № 3, ст. 140. (Изменения, внесенные Федеральным законом от 18.04.2018 № 81-ФЗ, вступают в силу по истечении 10 дней после дня официального опубликования (опубликован на Официальном интернет-портале правовой информации <http://www.pravo.gov.ru> - 18.04.2018).
2. Федеральный закон РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ (с изм. и доп.)// Собрание законодательства РФ", 31.07.2006, № 31 (1 ч.), ст. 3448. (Изменения, внесенные Федеральным законом от 23.04.2018 № 102-ФЗ, вступили в силу со дня официального опубликования (опубликован на Официальном интернет-портале правовой информации <http://www.pravo.gov.ru> - 23.04.2018).
3. Федеральный закон РФ «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (с изм. и доп.)// Собрание законодательства РФ", 20.03.2006, № 12, ст. 1232. (Изменения, внесенные Федеральным законом от 31.12.2017 № 489-ФЗ, вступают в силу по истечении 10 дней после дня официального опубликования (опубликован на Официальном интернет-портале правовой информации <http://www.pravo.gov.ru> - 31.12.2017).
4. Управление маркетингом: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / Н.Д. Эриашвили [и др.]. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 463 с. — ISBN 5-238-00883-X. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71205.html>
5. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебник и практикум / под общ. ред. О. Н. Жильцовой. - Москва: Издательство Юрайт, 2017. - 458 с. - Режим доступа: <https://biblio-online.m/viewer/D5496F40-1F86-4930-A689-B975D3E248D2>.