

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Цифровой маркетинг»

Учебный курс «Цифровой маркетинг» предназначен для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Стратегический маркетинг».

Дисциплина «Цифровой маркетинг» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули) по выбору».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (72 часа). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «Цифровой маркетинг» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплины «Практический маркетинг» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Экономическое обоснование маркетинговых решений», «Бренд-менеджмент», «Управление результативностью маркетинга».

Содержание дисциплины состоит из трех тем и охватывает следующий круг вопросов: сущность цифрового маркетинга: понятие, виды деятельности, каналы и технологии, особенности основных инструментов цифрового маркетинга, веб-аналитика и анализ эффективности.

Цель - формирование у слушателей системы теоретических знаний и практических умений в области цифрового маркетинга.

Задачи:

- овладеть понятийным аппаратом и современной терминологией в области цифрового маркетинга;
- рассмотреть направления, виды и каналы цифрового маркетинга;
- уточнить особенности комплексного продвижения с помощью цифрового маркетинга и веб-аналитики.

Для успешного изучения дисциплины «Цифровой маркетинг» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

– владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;

– способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;

– способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции.

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-9 владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - инновационные направления цифрового маркетинга, способствующие эффективным продажам - сущность веб-аналитики, ее современные тенденции развития, технологии и сервисы - понятийный аппарат, содержание и структуру цифрового маркетинга - структуру экосистемы российского цифрового маркетинга - сущность и технологии менчмаркинга диджитал-продвижения конкурентов - основные тенденции развития инновационных технологий цифрового маркетинга
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать формы цифрового маркетинга для предприятий определенной специализации, способствующие эффективным продажам - рассчитывать стоимость и количество лидов, ROI, оптимальную стоимость заявки, количество лидов и т.д. - моделировать комплекс диджитал-продвижения для предприятия определенной специализации - навыками разработки структуры комплекса диджитал-продвижения для предприятий разной специализации и разработки Landing page - анализировать каналы, технологии и форматы

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
		диджитал-продвижения конкурентов - разрабатывать идеи инновационного диджитал-продвижения для предприятий определенной специализации
	Владеет	- навыками разработки стратегии диджитал-продвижения для предприятий определенной специализации, способствующие эффективным продажам - навыками оценки эффективности рекламных каналов и расчета бюджета диджитал-продвижения - навыками разработки эффективных форм диджитал-продвижения для предприятий определенной специализации - навыками разработки программы формирования бренда с помощью цифрового маркетинга

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Цифровой маркетинг» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: кейс-задачи, многоуровневые задачи и задания, тематические дискуссии.