

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
«Цифровой маркетинг»
по направлению 38.03.05 «Бизнес-информатика»,
профиль «Цифровая экономика»**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины:

Углубленное изучение теоретических основ и методических аспектов цифрового маркетинга организаций в РФ и зарубежом, понимание его сущности, основных задач и тенденций в условиях цифровой экономики, а также возможностей практического использования теоретических знаний при организации и планировании системы цифрового маркетинга в компании. При изучении практических аспектов цифрового маркетинга особое внимание уделяется углубленному изучению инструментов цифрового маркетинга.

Задачи освоения дисциплины:

- получение представления о сущности, целях и принципах цифрового маркетинга в России и зарубежом;
- получение знаний и развитие навыков по работе с информацией в целях развития бизнеса;
- получение представления об основных инструментах цифрового маркетинга в современной цифровой среде.
- формирования практических навыков использования методов контекстного маркетинга, блоггинга, применения маркетинга в соц.сетях и т.д.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.11.1 «Цифровой маркетинг» читается на 3 курсе в 5-ом семестре, является дисциплиной по выбору вариативной части учебного плана.

Освоение курса «Цифровой маркетинг» базируется на знаниях и умениях, полученных студентами по всем дисциплинам, изучаемым ранее, прежде всего по курсам:

«Проектирование систем ключевых показателей предприятия» (ОПК-3, ПК-1, ПК-12), «Проектная деятельность» (ОК-3, ОК-6, ОПК-3, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16).

Дисциплина ориентирована на формирование знаний, умений и навыков, обеспечивающих построение в организации эффективной системы цифрового маркетинга на необходимом и достаточном уровне для достижения высокого уровня конкурентоспособности компании на рынке.

В рамках изучения данной дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции: **ПК-6, ПК-10, ПК-12.**

Дисциплина «Цифровой маркетинг» является предшествующей дисциплинам: «Современные инструменты электронной коммерции», «Организация инвестиций в социальном предпринимательстве», «Современные финансовые инструменты социального предпринимательства».

**3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСНОВЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ,
СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ
ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
--	--

<p>ПК-6 - управление контентом предприятия и Интернет-ресурсов, процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов)</p>	<p>Знать: особенности реализации комплекса маркетинговых коммуникаций в условиях цифровой экономики</p> <p>Уметь: собрать, систематизировать и проанализировать первичную и вторичную маркетинговую информацию в целях реализации цифровых маркетинговых коммуникаций организации</p> <p>Владеть: современными методами сбора, обработки и анализа информации в условиях цифрового рынка</p>
<p>ПК-10 - умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p>	<p>Знать: основные подходы к осуществлению цифрового бизнеса в организации</p> <p>Уметь: применять методы количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, анализировать эффективность применяемых цифровых маркетинговых инструментов компанией</p> <p>Владеть: навыками контентного анализа, работы с маркетинговой аналитикой</p>
<p>ПК-12 - умение выполнять технико-экономическое обоснование проектов по совершенствованию и регламентацию бизнес-процессов и ИТ-инфраструктуры предприятия</p>	<p>Знать: все виды маркетинга в Интернете в целях принятия эффективных управленческих решений и написания маркетинговых программ как важнейших элементов документационного обеспечения производственной и маркетинговой деятельности компании</p> <p>Уметь: разрабатывать все виды маркетинговых планов в условиях функционирования цифрового бизнеса, составлять планы ревизии цифрового маркетинга в организации.</p> <p>Владеть: навыками внедрения цифрового маркетинга в процесс деятельности организации посредством применения Facebook, Twitter, Google, Youtube, Instagram и т.д.</p>

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) – 2.

4.2. по видам учебной работы (в часах) – 72 часа.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа).

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В ходе изучения дисциплины используются как традиционные методы и формы обучения (лекции, в т.ч. с элементами проблемного изложения, практические занятия, самостоятельная работа), так и интерактивные формы проведения занятий (дискуссии, деловые игры, решение ситуационных задач и др.).

При организации самостоятельной работы используются следующие образовательные технологии: самостоятельная работа, сопряженная с основными

аудиторными занятиями (проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины); подготовка к тестированию; самостоятельная работа под контролем преподавателя в форме плановых консультаций, творческих контактов, сдаче экзамена; внеаудиторная самостоятельная работа при выполнении студентом домашних заданий учебного и творческого характера.

6. КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: тестирование, написание рецензий на статьи в научных журналах по направлению, подготовка докладов и рефератов, устный опрос на семинарском занятии, деловая игра.

Промежуточная аттестация проводится в форме: **зачет**.