

АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
«Менеджмент»
по направлению 38.03.02 «Менеджмент»,
профиль «Стратегическое планирование и маркетинг»

1.ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ 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 контентного маркетинга, блоггинга, применения маркетинга в соц.сетях и т.д.

2.МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина Б1.О.31 «Цифровой маркетинг» является обязательной дисциплиной учебного плана и читается на 6 семестре.

Освоение курса «Цифровой маркетинг» базируется на знаниях и умениях, полученных студентами по всем дисциплинам, изучаемым ранее, прежде всего по курсам: «Вероятностные методы в экономике»; «Информационные технологии в экономике и управлении»; «Инструменты цифровой экономики» (ОПК-5) и «Маркетинг»; «Мировая экономика и международные экономические отношения»; «Современные проблемы менеджмента»; «Валютный рынок и валютные операции»; «Поведение потребителей»; «Психология маркетинга»; «Прямые коммуникации»; «Рекламное дело» (ПК-4),

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: ОПК-5, ПК-4.

Дисциплина «Цифровой маркетинг» является предшествующей дисциплинам: «Инвестиционный анализ»; «Маркетинговые исследования»; «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	
<p>ОПК-5 - способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации</p>	<p>ИД-1 опк-5. Знать особенности и базовые инструменты реализации комплекса маркетинговых коммуникаций в условиях цифровой экономики И.Д.1.2. опк-5. Знать нормы профессиональной этики и требования к обеспечению сохранения коммерческой тайны И.Д – 2. опк-5. Уметь собрать, систематизировать и проанализировать первичную и вторичную маркетинговую информацию в целях реализации цифровых маркетинговых коммуникаций организации И.Д – 2.1. опк-5. Уметь анализировать и классифицировать большой объем информации И.Д. – 2.2. опк-5. Использовать программное обеспечение для работы с информацией (текстовые, графические, табличные и аналитические приложения, приложения для визуального представления данных) на уровне опытного пользователя И.Д – 2.3. опк-5. Владеть современными методами сбора, обработки и анализа информации в условиях цифрового рынка</p>	
Задача ПД	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
<p>Тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха)</p>	<p>ПК-4 - Способен представлять интересы организации во внешней среде на основе оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, а также анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>	<p>ИД-1 пк-4. Знать все виды маркетинга в Интернете в целях принятия эффективных управленческих решений и написания маркетинговых программ как важнейших элементов документационного обеспечения маркетинговой деятельности компании в условиях конкурентной среды отрасли. И.Д. 1.1. пк-4. Знать порядок разработки и оформления технической документации и ведения делопроизводства И.Д. 2. пк-4. Уметь разрабатывать все виды маркетинговых планов в условиях функционирования цифрового бизнеса, составлять планы ревизии цифрового маркетинга в организации для формирования спроса. И.Д. 2.1 пк-4. Уметь разрабатывать организационно-техническую и организационно-экономическую документацию (графики работ, инструкции, планы, сметы, бюджеты, технико-экономические обоснования, частные технические задания) и составлять управленческую отчетность по утвержденным формам И.Д. 3. пк-4. Владеть навыками внедрения цифрового маркетинга в процесс деятельности организации посредством применения Facebook, Google, Youtube, и т.д. для оценки макроэкономической среды и ее показателей.</p>

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) – 4 ЗЕТ

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах) – 144 часа

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц (144 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, опрос.

Промежуточная аттестация проводится в форме: экзамен