

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
«Цифровой маркетинг»**

для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов прочных знаний в области применения возможностей интернет технологий в продвижении на рынок предприятия, а также практического применения знаний, полученных в курсе маркетинга, приобретение студентами умений и навыков, необходимых для успешной деятельности в качестве специалистов-маркетологов на предприятиях любой формы собственности.

Задачи освоения дисциплины:

- понимание основных составляющих комплекса маркетинга в сети Интернет
- изучение инструментов и форматов продвижения в сети Интернет;
- анализ основных рекламных интернет-площадок;
- изучение существующих методов реализации рекламных и PR-интернет-проектов;
- освоение этапов разработки маркетинговой стратегии, планирования и контроля в сети Интернет.

В результате освоения дисциплины студент должен знать: - типы маркетинговых стратегий и задач, решаемых с помощью инструментов Digital-маркетинга; - виды и особенности применения различных инструментов Digital-маркетинга; - методы прогнозирования спроса на рассматриваемую продукцию при помощи систем анализа спроса в интернете; - методы анализа эффективности и аналитики инструментов Digital-рекламы; - этапы работ при реализации маркетинговых задач в цифровой среде. Должен уметь: - выстраивать отношения с подрядчиками услуг по Digital-маркетингу; - настраивать различные системы Digital-рекламы и веб-аналитики. Должен владеть: навыками - разработки стратегии Digital-маркетинга и выбора каналов цифровых коммуникаций для выполнения задач маркетинговой стратегии; - создания системы анализа эффективности проводимых мероприятий в Digital-маркетинге. Должен демонстрировать способность и готовность: -использовать инструменты маркетинга в Интернете и применять их при проведении рекламных, PR и BTL кампаний, -оценивать эффективность как акций Digital маркетинга так и традиционных акций и кампаний при помощи интернет инструментов. - разрабатывать стратегии Digital-маркетинга и выбирать каналы цифровых коммуникаций для выполнения задач маркетинговой стратегии; - выстраивать отношения с подрядчиками услуг по Digital-маркетингу.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Очная форма

Дисциплина «Цифровой маркетинг» относится к базовой части дисциплин учебного плана. Она изучается в седьмом и восьмом семестрах.

Требования к входным знаниям, умениям компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования сети Интернет, основные аспекты работы специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью, основные аспекты маркетинга и менеджмента. Предшествующие дисциплины:

- Управления конфликтами в массовых коммуникациях
- Основы проектного управления
- Основы предпринимательского права
- Основы продвижения коммуникационных продуктов
- Современные медиакоммуникации
- Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью
- Креативные технологии в рекламе
- Компьютерная графика и дизайн в рекламе
- Конструирование рекламы
- Основы маркетинга
- Основы менеджмента
- Социальное предпринимательство
- Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью
- Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
- Основы интегрированных коммуникаций
- Планирование рекламных кампаний
- Планирование ПР-кампаний
- PR в сфере культуры
- Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью
- Основы брендинга.
- Продвижение СМИ
- Проектная деятельность
- Профессионально-творческая практика.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

- Технология производства рекламного продукта
- Интернациональная и национальная реклама
- Преддипломная практика
- Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
- Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

Заочная форма

Дисциплина «Цифровой маркетинг» относится к базовой части дисциплин учебного плана. Она изучается в восьмом и девятом семестрах.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения. Предшествующие дисциплины: Управление конфликтами в массовых коммуникациях, Основы проектного управления, Основы продвижения коммуникационных продуктов, Современные медиакоммуникации, Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью, Креативные технологии в рекламе, Компьютерная графика и дизайн в рекламе, Конструирование рекламы, Основы маркетинга, Основы менеджмента, Социальное предпринимательство, Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Основы интегрированных коммуникаций, Планирование рекламных кампаний, Планирование ПР-кампаний, PR в сфере культуры, Продвижение СМИ, Проектная деятельность, Организация рекламных и ПР-мероприятий.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

В содержательном плане и в логической последовательности изучения дисциплин она является основанием для последующего изучения дисциплин:

- Технология производства рекламного продукта
- Интернациональная и национальная реклама
- Профессионально-творческая практика
- Преддипломная практика
- Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
- Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
<p>УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>Знать: виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач. Знать действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность.</p> <p>Уметь: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; уметь использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности.</p> <p>Владеть: методиками разработки цели и задач проекта, методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; навыками работы с нормативно-правовой документацией.</p>
<p>ОПК 6 - Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>Знать: принципы использования языка, средств, методов и моделей математики в проблемах прикладного характера; различные способы применения возможностей компьютерной техники для решения типовых задач, обработки анализа результатов научных наблюдений; законы и метода накопления, передачи и обработки информации из различных источников; методы создания резервных копий, архивов данных и программ; структуру локальных и глобальных компьютерных сетей; методы управления информацией с использованием прикладных программ.</p> <p>Уметь: использовать освоенные методы и модели при решении профессиональных задач, применять для этого информационные технологии и средства компьютерной техники; работать с программными средствами общего назначения для поиска, хранения, обработки и анализа информации; использовать внешние носители информации для обмена данными; создавать резервные копии, архивы данных и программ; работать с компьютером как средством управления информацией.</p>

	<p>Владеть: применением всего арсенала изученных методов; работы с компьютером как средством управления информацией в компьютерных сетях; представлением информации в различных форматах с использованием информационных компьютерных и сетевых технологий; защитой информации при работе с компьютерными системами, включая приемы антивирусной защиты с помощью технических и программных средств.</p>
<p>ПК 2 - Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий по продвижению продуктов</p>	<p>Знать: - виды и особенности планирования и организации своей деятельности и деятельности организации при подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; - особенности планирования коммуникационных кампаний в связях с общественностью и с рекламными целями; - критерии оценки качественного коммуникативного продукта и эффективного коммуникативного события; Уметь: - выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов и реализации коммуникационных программ и мероприятий; - ставить цели и задачи коммуникационных кампаний, проводимых PR-специалистами; выбирать для проведения коммуникационных кампаний наиболее эффективные виды мероприятий в зависимости от поставленных стратегических целей; Владеть: - навыками и методами планирования и организации коммуникационных программ и мероприятий, направленных на продвижение продуктов; - прикладными методами проведения маркетинговых исследований; технологиями тактического планирования в рекламной и PR-деятельности.</p>
<p>ПК3- Способен организовывать продвижение продукции СМИ</p>	<p>Знать: теоретические основы интернет-маркетинга, виды цифрового контента, структуру и специфику его видов для решения проектных задач; Уметь: проводить анализ эффективности различных инструментов интернет-маркетинга, создавать и редактировать цифровой контент и разрабатывать рекомендации по его совершенствованию; Владеть: навыками работы со специальными прикладными сервисами по оценке эффективности интернет-маркетинга и поисковыми системами, навыками составления технико-экономического обоснования проекта, навыками анализа документов; Навыками отбора и структурирования цифровой информации.</p>

3. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 5 зачетные единицы

4. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии:

- проведение семинарских занятий, направленных на освоение вопросов курса
- ☞ проведение групповых дискуссий на семинарских занятиях

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

- выполнение практических домашних заданий, направленных на обработку практических навыков

5. Контроль успеваемости

Текущий контроль осуществляется путем оценки работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний).

Промежуточный контроль проводится в формате тестирования

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения устного зачета и экзамена.