

АННОТАЦИЯ
дисциплины
ФТД.В.02 ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ
Направление подготовки 38.03.03 Управление персоналом

Общее количество часов – 36

Количество зачетных единиц – 1

Цель освоения дисциплины «Цифровой маркетинг» – сформировать знания о теоретических и прикладных аспектах цифрового маркетинга, научить студентов использовать на практике методы и приемы цифрового маркетинга, необходимые в будущей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- вооружить студентов глубокими и конкретными знаниями в сфере цифрового маркетинга с целью использования их в практической деятельности;

- дать практические навыки для использования цифрового маркетинга в деятельности фирмы и будущей профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина **ФТД.В.02. «Цифровой маркетинг»** относится к дисциплинам вариативной части Блока «Факультативы» учебного плана.

Результаты обучения (знания, умения, опыт, компетенции).

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (согласно ФГОС):

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать:	Уметь:	Владеть:
1	ПК-2	Знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии	основы кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации	пользоваться современными техническими средствами и информационными технологиями при решении аналитических и	Навыками применения цифрового маркетинга для реализации стратегии привлечения персонала

		привлечения персонала и умением применять их на практике	стратегии привлечения персонала	исследовательских задач	
--	--	--	---------------------------------	-------------------------	--

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма контроля: зачет

Основная литература:

1. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 301 с. – (Серия : Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-04238-2. – Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/EA68BCAC-C4CC-4B50-8A4E-B4CDF1858FB0 .

2. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга: учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общ. ред. Н. Я. Калюжновой. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 164 с. – (Серия : Университеты России). – ISBN 978-5-534-04874-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/C16CB37A-1015-41F7-AA7A-9683B6DDF5C4

Дополнительная литература

1. Инновационный маркетинг: учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.] ; под ред. С. В. Карповой. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 457 с. – (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-00354-3. – Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/72435A31-C11C-42E1-9E50-0CDE3679FB4B .

2. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 495 с. – (Серия: Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-02621-4. – Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/43F94F6D-751E-4C5A-83FB-2DC15CD1AAFE .

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт» и др.

Автор: Косенко С.Г.