

**АННОТАЦИЯ**  
дисциплины  
**ФТД.В.02 ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ**  
Направление подготовки 38.03.01 Экономика

Общее количество часов – 72

Количество зачетных единиц – 2

**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 ФТД. Факультативы Вариативная часть 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		
	ПК-8	Способностью использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии	современные технические средства и информационные технологии цифрового маркетинга, используемые при решении аналитических и исследовательских задач	пользоваться современными техническими средствами и информационными технологиями при решении аналитических и исследовательских задач	Навыками применения цифрового маркетинга для решения аналитических и исследовательских задач
	ПК-10	Способностью использовать для решения	современные технические средства и	пользоваться современными техническими	Навыками применения цифрового

		коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии	информационные технологии цифрового маркетинга, используемые при решении коммуникативных задач.	средствами и информационными технологиями при решении коммуникативных задач.	маркетинга для решения коммуникативных задач
--	--	--	--	---	---

**Курсовые работы:** не предусмотрены

**Форма контроля:** зачет

**Основная литература:**

1. МАРКЕТИНГ [Электронный ресурс]: Учебник для бакалавров. Данченко Л.А. - Отв. ред. / М.: Юрайт, 2018.- 486 с. - URL: <https://biblio-online.ru/viewer/68D05243-E9BB-454B-91C6-7F6532F365FC/marketing#page/1>

2. МАРКЕТИНГ. ПРАКТИКУМ. [Электронный ресурс]: Учебное пособие для академического бакалавриата. Карпова С.В. - Отв. ред. / М.: Юрайт, 2018.- 326 с. - URL: <https://biblio-online.ru/viewer/C7C160B6-A523-48BE-87BE-AF476ED5AADD/marketing-praktikum#page/1>

3. Карпова С.В.МАРКЕТИНГ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА. [Электронный ресурс]: Учебное пособие для бакалавров. / М.: Юрайт, 2019.- 409 с. - URL: <https://biblio-online.ru/viewer/13BCAB7C-D84E-46E7-B99C-EA589B880F5D/marketing-teoriya-i-praktika#page/1>

4. **Маркетинг**[Электронный ресурс]: Учебник / Соловьев Б. А., Мешков А. А., Мусатов Б. В. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 336 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=608883>

#### **Дополнительная литература**

1 Минько, Э.В. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. - URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=114714](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114714)

2. Сейфуллаева, М.Э. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / М.Э. Сейфуллаева. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 319 с. - URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=119592](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=119592)

3. **Маркетинг** [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 233 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=608883>

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: Новикова Е.Н.

