

**АННОТАЦИЯ**  
**дисциплины Б1.В.10 «Цифровой маркетинг»**

**Объем трудоемкости:** 3 зачетные единицы (108 часов).

**Цель дисциплины:** формирование основ применения методов и приёмов цифрового маркетинга для их реализации в системе хозяйственной деятельности предприятия, приобретение знаний и компетенций в области продвижения проектов в Интернете.

**Задачи дисциплины:**

- ознакомление с техническими, алгоритмическими, программными и технологическими решениями, используемыми в области цифрового маркетинга;
- создание и развитие умений методического и прикладного характера, необходимых в цифровом маркетинге;
- выработка практических навыков аналитического и экспериментального исследования основных методов и средств, используемых в рамках цифрового маркетинга.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.В.10 «Цифровой маркетинг» относится части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации зачет.

Дисциплина «Цифровой маркетинг» предусматривает использование знаний, полученных в ходе изучения следующих дисциплин: Стратегическое планирование и прогнозирование, Управление проектами и инновационными решениями, Актуальные проблемы информационного обеспечения экономической деятельности.

Знания, полученных в ходе изучения дисциплины «Цифровой маркетинг» используются в ходе изучения курсов: Экономика инноваций, Поисковые системы и интернет-ресурсы.

**Требования к результатам освоения содержания дисциплины**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций: ПК-2.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результат обучения по дисциплине
<b>ПК-2 Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-компаний</b>	
ИПК-2.1 Демонстрирует способность осуществлять переговоры с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ЗИПК-2.1 Знает основы поисковой оптимизации Знает основные виды рекламы в Интернете Знает принципы функционирования современных социальных медиа
	УИПК-2.1 Умеет разрабатывать стратегию продвижения проекта Умеет проводить анализ информации от заказчика
	ВИПК-2.1 Владеет навыками ведения переговоров с заказчиками по вопросу продвижения Владеет навыками определения целей продвижения
ИПК-2.2 Демонстрирует способность разрабатывать систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование стратегии про-	ЗИПК-2.2 Знает основы бюджетирования маркетинговой деятельности Знает инструменты интернет-маркетинга

движения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	УИПК-2.2 Умеет проводить стратегическое планирование интернет-кампаний Умеет рационально распределять ресурсы для каждого этапа продвижения
	ВИПК-2.2 Владеет навыками продвижения проекта в сети Интернет Владеет навыками составления системы показателей, необходимых и достаточных для анализа эффективности продвижения проект
ИПК-2.3 Демонстрирует способность составлять стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ЗИПК-2.3 Знает принципы функционирования поисковых машин Знает основы веб-дизайна и основы проектирования веб-сайтов
	УИПК-2.3 Умеет осуществлять планирование на каждом этапе продвижения Умеет создавать веб-сайты
	ВИПК-2.3 Владеет навыками составления заданий для формирования договоров на продвижение Владеет навыками анализа работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в Интернете
ИПК-2.4 Демонстрирует способность формировать и обосновывать бюджет продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ЗИПК-2.4 Знает принципы формирования бюджета продвижения проекта Знает основные методы разработки бюджета продвижения проекта
	УИПК-2.4 Умеет вычислять экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика Умеет обосновывать необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения
	ВИПК-2.4 Владеет навыками оценки финансовых возможностей заказчика и экономического эффекта от реализации стратегии продвижения Владеет навыками планирования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения
ИПК-2.5 Демонстрирует способность контролировать реализацию стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ЗИПК-2.5 Знает основы веб-аналитики Знает принципы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в сети Интернет
	УИПК-2.5 Умеет планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Умеет выдавать задания по реализации стратегии продвижения
	ВИПК-2.5 Владеет навыками выявления расхождений и определение причин между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения Владеет навыками внесения оператив-

	ных изменений в реализацию стратегии продвижения с учетом выявленных причин расхождений
--	---

### Основные разделы дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоёмкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3 семестре (ОФО)

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Введение в цифровой маркетинг	18	2	2	-	14
2.	Инструменты интернет-статистики	18	2	2		14
3.	Проведение технического анализа сайта	18	-	4	-	14
4.	Методы цифрового маркетинга для продвижения	18	2	2	-	14
5.	Оптимизация и поисковый аудит	18	-	4	-	14
6.	SEO-оптимизация	17,8	-	4	-	13,8
	<i>Итого по разделам дисциплины</i>	<b>107,8</b>	<b>6</b>	<b>18</b>	<b>-</b>	<b>83,8</b>
	<i>Контроль самостоятельной работы (КСР)</i>	-	-	-	-	-
	<i>Промежуточная аттестация (ИКР)</i>	0,2	-	-	-	-
	<i>Контроль</i>	-	-	-	-	-
	<i>Общая трудоёмкость по дисциплине</i>	108	-	-	-	-

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 2 курсе (ЗФО)

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Введение в цифровой маркетинг	17	2	-	-	15
2.	Инструменты интернет-статистики	15	-	-		15
3.	Проведение технического анализа сайта	17	-	2	-	15
4.	Методы цифрового маркетинга для продвижения	19	2	2	-	15
5.	Оптимизация и поисковый аудит	17	-	2	-	15
6.	SEO-оптимизация	19	-	2	-	17
	<i>Итого по разделам дисциплины</i>	<b>104</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>92</b>
	<i>Контроль самостоятельной работы (КСР)</i>	-	-	-	-	-
	<i>Промежуточная аттестация (ИКР)</i>	0,2	-	-	-	-
	<i>Контроль</i>	3,8	-	-	-	-
	<i>Общая трудоёмкость по дисциплине</i>	108	-	-	-	-

**Курсовые работы:** не предусмотрены

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** зачет

Автор: Бочкова Е.В., к.э.н., доц. каф. теоретической экономики