

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины Б1.В.03 «ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ»

Направление подготовки 09.03.03 Прикладная информатика

Объем трудоемкости: 2 з.е.

Цель дисциплины: целью освоения учебной дисциплины «Цифровой маркетинг» является формирование у обучающихся компетенций в области цифрового маркетинга в условиях цифровой трансформации клиентского опыта и цифровой трансформации бизнеса; подготовка специалистов, соответствующих потребностям рынка труда, владеющих современными технологиями и инструментами цифрового маркетинга, умениями и навыками их использования в условиях цифровой экономики.

Задачи дисциплины в соответствии с поставленной целью состоят в следующем:

- актуализация и развитие знаний в области маркетинговой деятельности в интернете;
- актуализация и развитие знаний работы с данными и навыки использования цифровых технологий в профессиональной сфере;
- актуализация и развитие знаний новых бизнес-моделей цифровой экономики, цифрового бизнеса, маркетинга и клиентского опыта;
- ознакомление с существующими технологиями и инструментами цифрового маркетинга, возможностями их использования для решения профессиональных задач,
- формирование умения и навыков использования технологий и инструментов цифрового маркетинга.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Цифровой маркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Данная дисциплина тесно связана с дисциплинами: «Маркетинг», «Новые информационные технологии в маркетинге», «Экономика». Она направлена на формирование знаний и умений обучающихся формировать стратегии продвижения и настраивать маркетинговые кампании для продуктов в Интернете. Для изучения дисциплины студент должен владеть знаниями, умениями и навыками в области экономики. Знания, получаемые при изучении дисциплины «Цифровой маркетинг» используются при подготовке курсовых и выпускных квалификационных работ. Изучение данной дисциплины базируется на экономико-математической подготовке студентов, полученной при прохождении ООП бакалавриата, а также на знаниях, полученных в рамках дисциплин ООП бакалавриата.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций: ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4.

Основные разделы дисциплины:

Введение в Digital-маркетинг. Введение в профессию digital-маркетолог. Метрики бизнеса и маркетинга. Исследования и продукт. Целевая аудитория. Анализ конкурентов. CustDev. Позиционирование. Посадочные страницы. Прототипирование. Постановка ТЗ.

UX. Основы систем аналитики. SEO. Контекстная реклама. Таргетированная реклама. Медийная реклама. RTB. CPA-сети. Удержание аудитории. SMM. Работа с блоггерами. Контент-маркетинг. E-mail - маркетинг. SERM. Крауд-маркетинг. Воронки продаж. Customer Journey Map. Составление стратегии продвижения. Медиапланирование. Performance маркетинг, Retention-маркетинг. Триггерная карта. Сквозная аналитика. Vi-аналитика. Особенности продвижения различных типов проектов: b2b, стартапов, мобильных приложений.

Курсовые работы: курсовая работа не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор: Бочкарёва Д.И.