

АННОТАЦИЯ дисциплины «Цифровой маркетинг»

1. Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины.

Основными целями освоения дисциплины «Цифровой маркетинг» являются: 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.

1.2 Задачи дисциплины.

Основными обобщёнными задачами дисциплины являются:

- 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.

1.3 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.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

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

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результат обучения по дисциплине
ПК-2 Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-компаний	
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, характе-	ЗИПК-2.2 Знает основы бюджетирования маркетинговой деятельности

ризующих эффективность продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Знает инструменты интернет-маркетинга
	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 оперативных изменений в реализацию стратегии продвижения с учетом выявленных причин расхождений
--	--

Результаты обучения достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утверждённым учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих результатов обучения.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы (108 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		3 семестр
Контактная работа, в том числе:	24,2	24,2
Аудиторные занятия (всего)	24	24
занятия лекционного типа	6	6
лабораторные занятия	18	18
Иная контактная работа:	0,2	0,2
Контроль самостоятельной работы (КСР)	-	-
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	0,2
Самостоятельная работа, в том числе:	83,8	83,8
<i>Курсовая работа</i>	-	-
<i>Контрольная работа</i>	-	-
<i>Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)</i>	40	40
<i>Реферат (эссе)</i>	20	20
Подготовка к текущему контролю	23,8	23,8
Контроль:	-	-
Подготовка к экзамену	-	-
Общая трудоемкость час в том числе контактная работа зач. ед.	108	108
	24,2	24,2
	3	3

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоёмкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре (ОФО)

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Введение в цифровой маркетинг	18	2	2	-	14

№ раз- дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоя- тельная ра- бота
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
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>	107,8	6	18	-	83,8
	<i>Контроль самостоятельной работы (КСР)</i>	-	-	-	-	-
	<i>Промежуточная аттестация (ИКР)</i>	0,2	-	-	-	-
	<i>Контроль</i>	-	-	-	-	-
	<i>Общая трудоемкость 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