

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### «ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ»

#### Цель и задачи дисциплины

**Цель дисциплины «Цифровой маркетинг»** – изучение, систематизация и закрепление знаний теоретических и методических основ цифрового маркетинга, овладение инструментами и технологиями цифрового маркетинга, исследование методов цифрового маркетинга в продвижении продукции.

#### Задачи изучения дисциплины:

- рассмотреть сущность и содержание цифрового маркетинга;
- изучить основы цифровой экономики (digital economy) как области применения цифрового маркетинга;
- рассмотреть мероприятия и технологии цифрового маркетинга;
- овладеть правилами разработки стратегии Digital маркетинга;
- исследовать инструменты цифрового маркетинга в продвижения продукции на рынке информационных систем и информационно-коммуникационных технологий.
- ознакомиться с технологией создания и оптимизации веб-сайта;
- изучить основы веб-аналитики.

#### Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<b>ОПК-5</b> Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<b>ИОПК 5.1</b> Имеет представление тенденциях развития разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях <b>ИОПК 5.2</b> Учитывает в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<b>Знать:</b> основы цифровой экономики, инструментарий и технологии цифрового маркетинга и их место в развитии медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. <b>Уметь:</b> исследовать и анализировать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, используя инструменты, мероприятия и технологии цифрового маркетинга. <b>Владеть:</b> методикой организации профессиональной деятельности на основе владения основами цифровой экономики, инструментами и технологиями цифрового маркетинга, способами цифрового маркетинга в продвижении продукции с учётом тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p><b>ОПК-6</b> Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>ИОПК 6.1 Понимает принципы работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности ИОПК 6.2 Выбирает и использует для решения профессиональных задач соответствующие им информационные технологии с учётом их принципов работы</p>	<p><b>Знать:</b> принципы работы современных информационных технологий при формировании инструментов и технологий цифрового маркетинга. <b>Уметь:</b> анализировать среду цифрового маркетинга, формировать задачи профессиональной деятельности, применяя принципы работы современных информационных технологий и инструментарий цифрового маркетинга. <b>Владеть:</b> навыками решения задач профессиональной деятельности с использованием инструментов и технологий цифрового маркетинга, основанного на принципах работы современных информационных технологий.</p>

#### Содержание дисциплины

Наименование тем (разделов)
Тема 1. Сущность и базовые категории цифрового маркетинга
Тема 2. Цифровая экономика (digital economy) как область применения цифрового маркетинга
Тема 3. Мероприятия и технологии цифрового маркетинга
Тема 4. Разработка стратегии Digital маркетинга
Тема 5. Инструменты цифрового маркетинга для продвижения продукции
Тема 6. Создание и оптимизация сайта
Тема 7. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний

**Форма контроля – экзамен.**