АННОТАЦИЯ

Дисциплины

Б1.В.16 «ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ»

Направление подготовки – *38.03.02* «*Менеджмент*»

Квалификация выпускника – *бакалавр*

Профиль – *«Маркетинг в цифровой среде»*

**1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

**2. Цель и задачи дисциплины**

Целью дисциплины является изучение инструментов маркетинга в цифровой среде.

Для достижения цели дисциплины решаются следующие задачи:

* изучение методов оценки удовлетворенности потребителей, мнения потребителей о характеристиках продвигаемой продукции
* изучение методов проведения исследований каналов продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения
* изучение особенностей поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
* изучение влияния поведенческих факторов на показатели эффективности продвижения веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
* изучение инструментов анализа поведенческих факторов на веб-сайте
* изучение методов, программ и сервисов анализа поведения посетителей веб-сайта
* выявление и составление списка конкурирующих веб-сайтов
* использование инструментов исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
* составление алгоритмов анализа спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
* изучение проведения исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
* изучение методов прогнозирования изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин
* изучение системы инструментов интернет-маркетинга
* изучение особенностей функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем
* изучение особенностей функционирования современных социальных медиа
* изучение системы показателей эффективности продвижения

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций, сформированность которых оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций:

| Компетенция | Индикатор компетенции |
| --- | --- |
| ПК-3 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ | ПК-3.3.2. Владеет навыками по поиску и отбору организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах |
| ПК-4 Контроль и оценка эффективности результатов про-движения продукции СМИ | ПК-4.3.3. Владеет методами оценки удовлетворенности потребителей, мнения потребителей о характеристиках продвигаемой продукции |
| ПК-5 Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-5.3.2. Владеет методами проведения исследований каналов продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения |
| ПК-6 Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-6.1.1. Знает особенности поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"  |
| ПК-6.1.5. Знает как поведенческие факторы влияют на показатели эффективности продвижения веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| ПК-6.1.6. Знает инструменты анализа поведенческих факторов на веб-сайте |
| ПК-6.2.1. Умеет использовать методы, программы и сервисы анализа поведения посетителей веб-сайта |
| ПК-6.3.2. Владеет навыками выявления и составления списка конкурирующих веб-сайтов |
| ПК-7 Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-7.2.1. Умеет использовать инструменты исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| ПК-7.2.3. Умеет составлять алгоритмы анализа спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| ПК-7.3.1. Владеет навыками проведения исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| ПК-7.3.3. Владеет методами прогнозирования изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин |
| ПК-8 Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-8.1.5. Знает систему инструментов интернет-маркетинга |
| ПК-8.1.10. Знает особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем |
| ПК-8.1.11. Знает особенности функционирования современных социальных медиа |
| ПК-8.2.1. Умеет составлять систему показателей эффективности продвижения |
| ПК-8.3.2. Владеет навыками по разработке показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| ПК-9 Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-9.3.2. Владеет навыками формирования бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |

В рамках изучения дисциплины (модуля) осуществляется практическая подготовка обучающихся к будущей профессиональной деятельности. Результатом обучения по дисциплине является формирования у обучающихся практических навыков:

- выявление и составление списка конкурирующих веб-сайтов

- подбор каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

**4. Содержание и структура дисциплины**

Модуль 1

1. Организации для продвижения продукции и интернет-сайтов
2. Методы проведения исследований каналов продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения
3. Исследование поведения пользователей в сети "Интернет"

Модуль 2

1. Исследование спроса в сети "Интернет"
2. Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в сети "Интернет"

**5. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Объем дисциплины – 8 зачетных единиц (288 час.), в том числе:

Модуль 1

Объем дисциплины – 5 зачетных единиц (180 час.), в том числе:

лекции – 32 часа.

практические занятия – 48 часа.

самостоятельная работа – 64 часа.

контроль - 36 час.

Форма контроля знаний – экзамен, курсовая работа.

Модуль 2

Объем дисциплины – 3 зачетных единицы (108 час.), в том числе:

лекции – 20 часов.

практические занятия – 40 часов.

самостоятельная работа – 44 часа.

контроль - 4 часа.

Форма контроля знаний – зачет.