

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 07.09.2023 14:02:41
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Утверждаю:
Руководитель ООП
Беденко Н.Н.
«26» июня 2023 г.



Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

Цифровой маркетинг

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Профиль
Маркетинг

Для студентов 4 курса очной формы обучения

Составитель: Лапшин С.В., к.х.н., доцент

Тверь, 2023

I. Аннотация

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - формирование у обучающихся теоретических знаний и приобретение ими практических навыков и умений в области продвижения компаний и продуктов в сети Интернет.

Задачами изучения дисциплины является

- предоставление теоретических и методологических знаний основных средств и инструментов продвижения и продаж в Интернете, инструментов лидогенерации, SEO – оптимизации, аналитики данных и повышения конверсии;
- приобретение навыков делать выбор среди современных инструментов интернет-маркетинга для реализации кратко-, средне- и долгосрочных маркетинговых задач организации, настраивать различные системы интернет-рекламы и веб-аналитики;
- развитие у обучающихся способностей, связанных с принятием рациональных управленческих решений, разработкой мероприятий по повышению эффективности деятельности организации на основе анализа эффективности результатов деятельности компании в Интернете.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Цифровой маркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль «Маркетинг».

В логическом и содержательно-методическом контексте дисциплина «Цифровой маркетинг» взаимосвязана с другими частями образовательной программы, в частности с дисциплинами: Управление маркетингом, Маркетинговые коммуникации и пиар и др.

Освоение дисциплины «Цифровой маркетинг» является предшествующим для проведения всех типов производственной практики, предусмотренных учебным планом.

3. Объем дисциплины: 5 зачетных единиц, 180 академических часов, в том числе:

контактная аудиторная работа: лекции 24 часа, практические занятия 24 часа, в том числе практическая подготовка 4 часа;

самостоятельная работа: 105 часов, контроль 27 часов.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-3 - Способен формировать комплекс исходных данных для планирования маркетинговой деятельности, используя современные информационно-коммуникационные технологии и возможности современных интеллектуальных информационно-аналитических систем	<p>ПК-3.2 - Формирует план маркетинга, применяя современные информационно-коммуникационные технологии</p> <p>ПК-3.3 - Идентифицирует и использует современные интеллектуальные информационно-аналитические системы и информационно-коммуникационные технологии при формировании исходных маркетинговых данных</p>
ПК – 5 - Способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать направления маркетинговой деятельности, организовывать и контролировать их реализацию	<p>ПК – 5.1 - Планирует подготовку к проведению маркетинговых исследований и осуществляет выбор маркетинговых инструментов</p> <p>ПК – 5.2 - Проводит маркетинговые исследования с применением инструментов комплекса маркетинга, оформляет отчетные документы, используя современные информационно-аналитические системы</p>

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения:

- по очной форме обучения – экзамен, 8 семестр;

6. Язык преподавания русский.