

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«ОСНОВЫ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА»

Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины «Основы цифрового маркетинга» – 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:

- изучить основы цифровой экономики (digital economy) как области применения цифрового маркетинга;
- рассмотреть мероприятия и технологии цифрового маркетинга;
- исследовать инструменты цифрового маркетинга в продвижения продукции на рынке информационных систем и информационно-коммуникационных технологий.

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

Код и наименование (при наличии) компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-2 Способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом.	ИОПК 2.1 Имеет представление о структуре и потенциале рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий. ИОПК 2.2 Проводит исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий. ИОПК 2.3 Выбирает рациональные решения для управления бизнесом.	Знать: инструментарий и технологии цифрового маркетинга. Уметь: исследовать и анализировать рынки информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, используя инструменты и технологии цифрового маркетинга. Владеть: навыком использования инструментов и технологий цифрового маркетинга в продвижении продукции на рынке информационных систем и информационно-коммуникационных технологий.

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. Инструменты цифрового маркетинга для продвижения продукции

Формы контроля – зачет с оценкой.