МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный технический университет»

Факультет технологии пищевых производств

Аннотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Интернет-маркетинг

Закреплена за кафедрой	**Менеджмент и финансы производственных систем**
Учебный план	Направление 19.03.03 Продукты питания животного происхождения
Профиль	**Технология мяса и мясных продуктов**
Квалификация	**бакалавр**
Срок обучения	**4 года**
Форма обучения	**очная**
Общая трудоемкость	**2 ЗЕТ**
Виды контроля в семестрах:	зачеты 2

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	**2(1.2)**		Итого	
	УП	ПП	УП	ПП
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48.25	48.25	48.25	48.25
Сам. работа	23.75	23.75	23.75	23.75
Часы на контроль	0	0	0	0
Практическая подготовка	0	0	0	0
Итого трудоемкость в часах	72	72	0	0

ЛИСТ ОДОБРЕНИЯ, СОГЛАСОВАНИЯ И АКТУАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Разработчик(и) программы:

доцент Цыганкова Вера Николаевна кэн

Рецензент(ы):
(при наличии)

Рабочая программа дисциплины (модуля, практики)
Интернет-маркетинг

разработана в соответствии с ФГОС ВО:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 19.03.03 Продукты питания животного происхождения (приказ Минобрнауки России от 11.08.2020 г. № 936)

составлена на основании учебного плана:
Направление 19.03.03 Продукты питания животного происхождения

Профиль: Технология мяса и мясных продуктов

утвержденного учёным советом вуза от 26.05.2021 протокол № 10.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Менеджмент и финансы производственных систем

28.04.2021 номер протокола 9 2021 г.
Зав. кафедрой Сазонов Сергей Петрович

СОГЛАСОВАНО:
Факультет технологии пищевых производств
Председатель НМС Храмова В.Н.

Протокол заседания НМС от
02.07.2021 г. № 9

Рабочая программа дисциплины (модуля, практики) актуализирована 31.08.2023

Утверждена рабочая программа дисциплины (модуля, практики) деканом

Факультет технологии пищевых производств

Храмова В.Н. 02.07.2021 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ). ВИД, ТИП ПРАКТИКИ, СПОСОБ И ФОРМА (ФОРМЫ) ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ.
Целью изучения дисциплины является формирование у студентов прочных знаний в области
применения возможностей интернет технологий в продвижении на рынок продуктов питания, а
также приобретение студентами умений и навыков, необходимых для успешной деятельности при разработке рекламной капании и оценке ее эффективности.
Задачи дисциплины
-использовать инструменты маркетинга в Интернете и применять их при проведении
рекламных, PR и BTL кампаний;
-оценивать эффективность как акций интернет маркетинга, так и традиционных акций и
кампаний при помощи интернет инструментов;
- разрабатывать стратегии интернет-маркетинга и выбирать каналы цифровых коммуникаций
- выстраивать отношения с подрядчиками услуг по интернет-маркетингу.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.ДВ.01
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Информатика
2.2	**Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Коммуникации в профессиональной деятельности
2.2.2	Стартап и бизнес-планирование
2.2.3	Производственный учет и отчетность

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК-1.1: Знает информационно-поисковые ресурсы, методики сбора и обработки информации, анализа и обобщения его результатов для решения поставленных задач
Результаты обучения: знает информационно-поисковые системы и способы организации рекламных кампаний с помощью их сервисов, оценивает эффективность рекламы
УК-1.2: Умеет критически оценивать надежность информационных источников и работать с противоречивой информацией, выстраивать причинно-следственные связи при анализе информации, необходимой для решения поставленных задач, определять пробелы и предпринимать меры по их устранению
Результаты обучения: умеет использовать информационные источники для анализа маркетинговой информационной среды, формировать направление реализации маркетинговой стратегии
УК-1.3: Владеет способностью логичного и последовательного изложения информации, навыками применения системного подхода при генерации идей для рационального решения поставленных задач
Результаты обучения: владеет методами разработки рекламных кампаний в интернете, может генерировать идеи продвижения товаров, оценивать эффективность рекламных кампаний
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-5.1: Знает закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур в этическом и философском контексте, культурные особенности и традиции различных социальных групп для конструктивного взаимодействия с другими членами общества и усиления социальной интеграции
Результаты обучения: знает принципы толерантного поведения в мультикультурной среде и может их использовать при разработке маркетинговых стратегий и организации разработки инновационных продуктов
УК-5.2: Умеет анализировать важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития, и применять их при социальном и профессиональном взаимодействии, демонстрируя толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям, опираясь на знание истории России в контексте мировой истории и культурных традиций мира
Результаты обучения: умеет анализировать ценностные предпочтения потребителей и формировать рекламную кампанию с учетом социокультурных традиций

УК-5.3: Владеет способностью сознательно выбирать ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументированно обсуждать и решать проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера; выстраивать социальное и профессиональное взаимодействие с учетом основных форм научного и религиозного сознания, культурного многообразия других этносов, конфессий и социальных групп
Результаты обучения: владеет принципы толерантного поведения и может их использовать при формировании маркетинговой информационной среды, реализации рекламных кампаний
УК-10: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
УК-10.1: Знает основные документы, регламентирующие экономическую деятельность, принципы экономического планирования и источники финансирования профессиональной деятельности
Результаты обучения: знает принципы развития организации, нормативно-правовое обеспечение маркетинговой деятельности, способы определения бюджетов рекламных кампаний
УК-10.2: Умеет обосновывать принимаемые экономические решения, используя методы экономического планирования, для достижения поставленных целей
Результаты обучения: умеет обосновывать эффективность рекламных кампаний, разрабатывет маркетинговые стратегии развития, оценивает достижение рекламных целей
УК-10.3: Владеет методами оценки экономической эффективности результатов деятельности предприятия
Результаты обучения: владеет методами оценки эффективности рекламных кампаний и web-аналитики
ПК-3: Способен проектировать новые и модернизировать действующие производства продуктов питания животного происхождения
ПК-3.1: Знает номенклатуру и содержание проектной документации, нормы технологического проектирования и механизмы бизнес-планирования отраслевых предприятий
Результаты обучения: знает принципы бизнес-планирования на предприятиях пищевой промышленности и основы управления проектом разработки инновационных продуктов питания животного происхождения
ПК-3.2: Умеет принимать, обосновывать и оформлять рациональные проектные решения
Результаты обучения: умеет обоснованно планировать бюджет и способы реализации рекламной кампании, выбирать ее направления
ПК-3.3: Владеет навыками проектной деятельности по организации и модернизации производства продуктов питания из сырья животного происхождения
Результаты обучения: реализует управление инновационными проектами производства продуктов питания и разрабатывает планы продвижения продукции на рынок