



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Факультет послевузовского образования

Аннотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Digital-маркетинг и маркетинговые метрики

Закреплена за кафедрой **Менеджмент и финансы производственных систем**

Учебный план Направление 38.04.02 Менеджмент
программа "Аналитический маркетинг"

Профиль

Квалификация **магистр**

Срок обучения **2 года 6 месяцев**

Ускоренное обучение **На базе ВО**

Форма обучения **очно-заочная**

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Виды контроля в
семестрах: экзамены 3

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	3(2.1)		Итого	
	УП	ПП	УП	ПП
Лекции	12	12	12	12
Практические	12	12	12	12
Итого ауд.	24	24	24	24
Контактная работа	24.35	24.35	24.35	24.35
Сам. работа	84	84	84	84
Часы на контроль	35.65	35.65	35.65	35.65
Практическая подготовка	0	0	0	0
Итого трудоемкость в часах	144	144	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)

Digital-маркетинг и маркетинговые метрики

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952)

составлена на основании учебного плана:

Направление 38.04.02 Менеджмент
программа "Аналитический маркетинг"

Профиль:

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 послевузовского образования
Председатель НМС Гурулев Д.Н.

Протокол заседания НМС от
21.05.2021 г. № 9

Рабочая программа дисциплины (модуля, практики) актуализирована 31.08.2023

Утверждена рабочая программа дисциплины (модуля, практики) деканом

Факультет послевузовского образования

Гурулев Д.Н.

21.05.2021 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 цифровых и интернет технологий в продвижении на рынок продуктов, услуг, а	
также приобретение умений и навыков, необходимых для успешной деятельности при разработке рекламной кампании в интернете 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 с использованием инструментов цифрового маркетинга.	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Предпринимательский менеджмент
2.1.2	Стратегический анализ
2.1.3	Технологическое предпринимательство
2.1.4	Информационно-коммуникационные технологии
2.1.5	Экономическое и организационное поведение
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Инновационный маркетинг
2.2.2	Маркетинговые стратегии
2.2.3	Производственная практика: Практика по профилю профессиональной деятельности
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)	
ПК-1: способен участвовать в сборе, анализе и систематизации информации для формирования управленческих решений в сфере разработки инновационных товаров и услуг	
<i>ПК-1.1: выполняет функциональные обязанности маркетолога при разработке ассортиментной политики организации в условиях инновационной экономики</i>	
Результаты обучения: планирует и организует рекламную кампанию средствами цифрового маркетинга, умеет выбирать и использовать необходимые инструменты, оценивает их эффективность	
<i>ПК-1.2: осуществляет планирование мероприятий в рамках маркетингового проекта, определяет взаимосвязи между показателями работы работников отдела маркетинга</i>	
Результаты обучения: разрабатывает проект рекламной кампании в интернете, распределяет работы по созданию сайта между участниками проекта, рассчитывает бюджет проекта, использует сервисы по организации рекламной кампании в интернете	
<i>ПК-1.3: участвует в реализации маркетинговых проектов, проводит анализ эффективности принимаемых решений,</i>	
Результаты обучения: выбирает необходимые каналы продвижения, определяет их эффективность на разных стадиях реализации проекта	
ПК-3: Способен оценивать, прогнозировать риски и организовывать процессы управления ими в организации	
<i>ПК-3.1: Умеет грамотно выбирать и применять инструменты и методы выявления и анализа рисков, оценивать риски маркетинговых проектов</i>	
Результаты обучения: знает возможные риски снижения эффективности рекламных кампаний в интернете, оценивает эффективность отдельных объявлений, осуществляет таргетинг объявлений	
<i>ПК-3.2: Использует необходимое программное обеспечение для оценки рисков</i>	
Результаты обучения: использует сервисы web-аналитики для оценки рисков ухудшения рентабельности объявлений	
<i>ПК-3.3: Понимает важность совершенствования системы управления рисками в рамках отдельных бизнес-процессов и функциональных направлений</i>	
Результаты обучения: осуществляет мониторинг эффективности рекламной кампании, использует различные каналы цифрового маркетинга.	