

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 07.12.2023 15:03:50

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Digital-маркетинг

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план 42.04.02.02_1.plx

Форма обучения **очная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
	Неделя		15 2/6	
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	8	8	8	8
Лабораторные	8	8	8	8
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	24	24	24	24
Контактная работа	24	24	24	24
Сам. работа	48	48	48	48
Итого	72	72	72	72

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- 1.1 формирование у обучающихся знаний, умений и навыков в области Digital-маркетинга при разработке и реализации коммуникационных продуктов в современном информационном медиапространстве

2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-3: Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

основы Digital-маркетинга и разработки коммуникационных продуктов, инструменты коммуникаций с целевой аудиторией, которые осуществляются посредством цифровых медиаканалов (соотнесено с индикатором ОПК-3.1)

Уметь:

применять инструменты Digital-маркетинга при разработке коммуникационных продуктов, вовлекать целевую аудиторию в онлайн- взаимодействие с использованием цифровых медиаканалов (соотнесено с индикатором ОПК-3.2)

Владеть:

владеть методами Digital-маркетинга при разработке и реализации коммуникационных продуктов, цифровыми методами привлечения целевой аудитории (соотнесено с индикатором ОПК-3.3)