

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 18.09.2021 16:41:27

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

# Цифровые экосистемы маркетинга

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план 38.04.06.02\_1.plx

Форма обучения **очная**

## Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	Неделя			
Неделя	15 2/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	8	8	8	8
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	40	40	40	40
Контактная работа	40	40	40	40
Сам. работа	68	68	68	68
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	формирование у обучающихся знаний, умений и навыков в области Digital-маркетинга при разработке и реализации маркетинговых экосистем с использованием информационных технологий
-----	---

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

**ПК-2: Способен формировать маркетинговую стратегию, планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации**

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

### Знать:

основы Digital-маркетинга и разработки маркетинговых и рекламных стратегий с использованием информационных технологий, инструменты цифровых коммуникаций при реализации маркетинговых и рекламных экосистем (соотнесено с индикатором ПК-2.1)

### Уметь:

применять инструменты Digital-маркетинга при разработке проектов профессиональной деятельности, вовлекать целевую аудиторию в онлайн- взаимодействие в экосистеме посредством цифровых медиаканалов при реализации маркетинговых и рекламных проектов(соотнесено с индикатором ПК-2.2)

### Владеть:

владеть методами Digital-маркетинга в цифровой экономике при разработке экосистем, цифровыми методами привлечения целевой аудитории и навыками реализации маркетинговых и рекламных стратегий(соотнесено с индикатором ПК-2.3)