

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 21.08.2024 15:47:17

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

# Digital-маркетинг

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план z42.04.02.02\_1.plx

Форма обучения **заочная**

## Распределение часов дисциплины по курсам

| Курс              | 1  |    | Итого |    |
|-------------------|----|----|-------|----|
|                   | уп | рп |       |    |
| Лекции            | 2  | 2  | 2     | 2  |
| Лабораторные      | 2  | 2  | 2     | 2  |
| Практические      | 2  | 2  | 2     | 2  |
| Итого ауд.        | 6  | 6  | 6     | 6  |
| Контактная работа | 6  | 6  | 6     | 6  |
| Сам. работа       | 62 | 62 | 62    | 62 |
| Часы на контроль  | 4  | 4  | 4     | 4  |
| 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

**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)