

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Макаренко Елена Николаевна
 Должность: Ректор
 Дата подписания: 31.01.2023 15:42:16
 Уникальный программный ключ:
 c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Цифровые экосистемы маркетинга

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план z38.04.06.02_1.plx

Форма обучения **заочная**

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	1		Итого	
	уп	рп		
Вид занятий				
Лекции	4	4	4	4
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	123	123	123	123
Часы на контроль	9	9	9	9
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)