|  |  |
| --- | --- |
| **Аннотация** |  |
| **Рабочей программы дисциплины** |  |
|  |  |  |  |
| Дисциплина  | Цифровой маркетинг  |
| Направление подготовки  | 38.03.02 Менеджмент  |
| Профиль  | Интернет-маркетинг  |
| Объем дисциплины  | 6 з.е  |
| Формы промежуточной аттестации  | Экзамен Курсовая работа  |
| Кафедра маркетинга и международного менеджмента  |
| **Краткое** **содержание** **дисциплины**  |
| Тема | Наименование темы |
| Тема 1. | Система инструментов интернет-маркетинга. |
| Тема 2. | Составление стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». |
| Тема 3. | Подбор каналов продвижения и анализ соответствия выбранных каналов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» общей маркетинговой стратегии организации. |
| Тема 4. | Разработка показателей эффективности продвижения в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»: принципы, приемы и методы проведения анализа. |
| Тема 5. | Формирование и распределение бюджета на продвижение в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет». |
|  |  |  |  |
| **Список** **литературы**  |
|  |  |  |  |
| **Основная литература:** |
| 1. Акулич М.В. Интернет-маркетинг. [Электронный ресурс]:Учебник для бакалавров : Учебник. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 352 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1091183 |
| 2. Жильцова О. Н., Артемьева О. А., Жильцов Д. А., Карпова С. В., Поляков В. А., Рожков И. В. Интернет-маркетинг. [Электронный ресурс]:Учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 301 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/450115 |
| 3. Калюжнова Н. Я., Кошурникова Ю. Е. Современные модели маркетинга. [Электронный ресурс]:Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 170 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/454161 |
| **Дополнительная литература:** |
| 1. Маркова В.Д. Цифровая экономика. [Электронный ресурс]:Учебник. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021. - 186 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1215151 |
| 2. Романенкова О. Н., Артемьева О. А., Жильцов Д. А., Карпова С. В., Поляков В. А., Рожков И. В. Интернет-маркетинг.:учебник для академического бакалавриата : для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям. - Москва: Юрайт, 2016. - 288 |
|  |  |  |  |
| **Перечень** **информационных** **технологий,** **включая** **перечень** **лицензионного** **программного**  |

|  |
| --- |
| **обеспечения** **и** **информационных** **справочных** **систем,** **онлайн** **курсов,** **используемых** **при** **осуществлении** **образовательного** **процесса** **по** **дисциплине**  |
| **Перечень лицензионного программного обеспечения:** |
|  |
| Microsoft Windows 10 .Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020. Срок действия лицензии 30.09.2023.  |
| Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.  |
| Microsoft Office 2016.Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020 Срок действия лицензии 30.09.2023.  |
| МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.  |
| **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»:** |
| Справочно-правовая система Консультант +. Договор № 163/223-У/2020 от 14.12.2020. Срок действия лицензии до 31.12.2021    |
| Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока   |
| Аннотацию подготовил: Попова О.И.  |

**Перечень тем для курсовых работ по дисциплине «Цифровой маркетинг»**

1. Повышение эффективности продаж предприятия на рынке В2B с помощью Интернет-маркетинга
2. Повышение эффективности продаж предприятия на рынке В2С с помощью Интернет-маркетинга
3. Повышение эффективности коммуникационной политики в среде Интернет-маркетинга
4. Повышение конкурентоспособности компании на рынке В2С с помощью Интернет-маркетинга
5. Повышение конкурентоспособности компании на рынке В2В с помощью Интернет-маркетинга
6. Управление маркетинговыми коммуникациями в Интернет
7. Анализ и совершенствование коммуникативной политики предприятия в сети Интернет
8. Совершенствование рекламной кампании в сети Интернет
9. Цифровые коммуникации как способ продвижения профессионального сообщества
10. Интернет-портал как средство продвижения компании
11. Совершенствование рекламной кампании в сети Интернет
12. Директ-маркетинг как основа продвижения товара
13. Методы повышения конверсии сайта на рынке B2B
14. Методы повышения конверсии сайта на рынке B2С
15. Повышение эффективности продаж предприятия на рынке В2B с помощью Интернет-маркетинга
16. Повышение эффективности продаж предприятия на рынке В2С с помощью Интернет-маркетинга
17. Анализ конкурентов в сети Интернет
18. Анализ эффективности контекстной рекламы компании
19. Инструменты продвижения компании в социальных сетях
20. Сайт как инструмент продвижения компании
21. Продвижение услуг в социальных сетях
22. Продвижение товаров в социальных сетях
23. Контент как инструмент маркетинговых коммуникаций в сети интернет
24. Маркетинговые исследования в сети интернет
25. Анализ данных о деятельности компании в сети интернет
26. Email-маркетинг как инструмент продвижения компании
27. Разработка Digital стратегии
28. Личный бренд и HR стратегия
29. Разработка ценностного предложения и страниц приземления
30. Инструменты поиска точек роста и гипотез монетизации