Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ушвицкий Лев Исакович
Должность: и.о. директора Института экономики и управления
Дата подписания: 30.05.2023 16:09:25
Уникальный программный ключ:
46f7031a7046958ffdb4e91f81e17726331d25a8

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины	**Диджитал-маркетинг**
Краткое содержание	Система электронного маркетинга. Аудит компании и цели электронного маркетинга. Сегментация целевой аудитории. Анализ конкурентов. Уникальное торговое предложение (УТП). Движение клиента к покупке. Стратегия электронного маркетинга. Контекстная реклама. Медийная реклама. Контент-маркетинг. Маркетинг в социальных сетях. Email-маркетинг. Системный подход к разработке сайта. Аналитика электронного маркетинга. Цифровые продажи.
Результаты обучения по дисциплине	Применяя знания, умения и навыки в области диджитал-маркетинга, способен применять различные подходы к организации и проведению сбора и анализа маркетинговой информации с использованием цифровых технологий для обеспечения управленческих решений в области маркетинга, в том числе применяет навыки сбора, группировки и систематизации информации, необходимой для анализа внутренней и внешней среды организации с использованием цифровых технологий для обеспечения управленческих решений в области маркетинга. Применяя знания, умения и навыки в области диджитал-маркетинга, способен выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнесов, участвовать в разработке и реализации маркетинговых проектов и программ в цифровой среде, в том числе участвует в процессах постановки рыночных целей, подготовки и реализации маркетинговых проектов и программ с использованием цифровых технологий.
Трудоемкость, з.е.	4
Формы отчетности	Зачет с оценкой Контрольная работа
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Береговая, И. Б. Электронная коммерция Электронный ресурс / Береговая И. Б.: учебное пособие для обучающихся по образовательным программам высшего образования по направлениям подготовки 38.03.02 менеджмент, 38.03.06 торговое дело. - Оренбург : ОГУ, 2018. - 129 с. - Рекомендовано ученым советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Оренбургский государственный университет» для обучающихся по образовательным программам высшего образования по направлениям подготовки 38.03.02 Менеджмент, 38.03.06 Торговое дело. - ISBN 978-5-7410-2361-7, экземпляров неограничено 2. Кобелев, О. А. Электронная коммерция : учебное пособие / О.А. Кобелев ; под ред. С. В. Пирогов. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 684 с. : ил. - http://biblioclub.ru/. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01738-4, экземпляров неограничено 3. Моисеев, В. Бизнес из ничего, или Как построить интернет-компанию и не сойти с ума Электронный ресурс / В. Моисеев ; ред. Д. Соколова-Митрича. - Бизнес из ничего, или Как построить интернет-компанию и не сойти с ума,2020-06-10. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 224 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-9614-2095-1, экземпляров

	неограничено
Дополнительная литература	1. Сковиков, А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция Электронный ресурс / Сковиков А. Г. : учебное пособие для вузов. - 2-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Лань, 2021. - 260 с. - ISBN 978-5-8114-6857-7, экземпляров неограничено 2. Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина / М.В. Прохорова, А.Л. Коданина. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 333 с. : табл. - http://biblioclub.ru/. - ISBN 978-5-394-02405-4, экземпляров неограничено