|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Аннотация** | | |  |
| **Рабочей программы дисциплины** | | |  |
|  |  |  |  |
| Кафедра маркетинга и международного менеджмента | | | |
| Дисциплина | | Цифровой маркетинг | |
| Направление подготовки | | 38.03.02 Менеджмент | |
| Профиль | | Маркетинг и реклама | |
| Объем дисциплины | | 6 з.е | |
| Формы промежуточной аттестации | | Экзамен, Курсовая работа | |
| **Краткое** **содержание** **дисциплины** | | | |
| Тема | Наименование темы | | |
| Тема 1. | Система инструментов интернет-маркетинга. Нормативные документы. | | |
| Тема 2. | Составление стратегии продвижения. | | |
| Тема 3. | Подбор каналов продвижения и анализ соответствия выбранных каналов общей маркетинговой стратегии организации. | | |
| Тема 4. | Разработка показателей эффективности продвижения: принципы, приемы и методы проведения анализа. | | |
| Тема 5. | Формирование и распределение бюджета на продвижение. | | |
|  |  |  |  |
| **Список** **литературы** | | | |
|  |  |  |  |
| **Основная литература:** | | | |
| 1. Акулич М.В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс]:Учебник для бакалавров. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 352 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1091183 | | | |
| 2. Тесленко И.Б., Крылов В.Е., Дигилина О.Б., Губернаторов А.М. Цифровая экономика [Электронный ресурс]:Учебник. - Москва: КноРус, 2021. - 212 – Режим доступа: https://book.ru/book/940962 | | | |
| **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., Романенкова О. Н. 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 Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока |
| Справочно-правовая система Консультант +. Договор № 163/223-У/2020 от 14.12.2020. Срок действия лицензии до 31.12.2021 |
| Аннотацию подготовил: Попова О.И. |

**Перечень тем курсовых работ**

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