

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 09.04.2024 15:43:41
Уникальный программный идентификатор:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

Аннотация рабочей программы дисциплины

Интерактивный маркетинг

основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки

43.03.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль): Индустрия гостеприимства и туризма

1. Цели изучения дисциплины: формирование полного и всестороннего представления знаний об основных направлениях интерактивного маркетинга и медийного размещения на digital-носителях, методах инновационного продвижения в области мобильного маркетинга и рекламы, получение методологических умений и практических навыков для практического применения данных направлений в общем контексте продвижения продукта (бренда) в условиях нестабильной, быстро изменяющейся внешней среды.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Дисциплина «Интерактивный маркетинг» относится к дисциплинам части формируемой участниками образовательных отношений, элективным дисциплинам учебного плана.

3. Результаты освоения дисциплины: формируемые компетенции и индикаторы их

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
ПКС-5. Способен проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКС-5.1. Применяет основные методы, способы и средства получения и переработки информации для решения профессиональных задач.	Знает З.1. Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации Умеет У.1. находить и анализирует необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа Владеет В.1. навыками проведения анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке гостиничных услуг
	ПКС-5.2. Использует методы и инструменты маркетингового исследования рынка	Знает З.2. методы проведения маркетингового исследования Умеет У.2. составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования Владеет В.2. навыками подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований

4. Общая трудоемкость дисциплины:

составляет 4 зачетные единицы, 144 часов

5. Форма промежуточной аттестации:

очная форма обучения: зачет- 5 семестр.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 008E624DF98BC2E90078B97FC72BE94C3F
Владелец: Ефремова Вероника Васильевна
Действителен: с 11.08.2023 до 03.11.2024

Лист согласования

Внутренний документ "Интерактивный маркетинг_2023_43.03.03_ИГТб"

Документ подготовил: Бибик Лариса Николаевна

Документ подписал:

Серийный номер ЭП	Должность	ФИО	ИО	Результат
	Заведующий кафедрой, имеющий ученую степень доктора наук	Белоножко Марина Львовна		Согласовано
	Специалист 1 категории		Радичко Диана Викторовна	Согласовано