

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 24.04.2024 17:13:14
Уникальный программный ключ:
4e7c4a903728ac8e65c5d8058549a2538d7400d1

Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)

Интерактивный маркетинг

основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) Цифровые коммуникации и новые медиа

1. Цели изучения дисциплины (модуля)

формирование у магистрантов 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 (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Интерактивный маркетинг» относится к дисциплинам части Блока 1, формируемого участниками образовательных отношений, элективным дисциплинам учебного плана.

3. Результаты освоения дисциплины (модуля): формируемые компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
ПКС-4. Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	Знать ПКС-4. 3.4.2. Знает основы работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами	ПКС-4. 3.4.2. Знает: основы работы интерактивного маркетинга
	Уметь ПКС-4. У.4.2. умеет работать с большими объемами информации	ПКС-4. У.4.2. Умеет: работать с большими объемами маркетинговой информации в цифровой среде
	Владеть ПКС-4. В.4.1. владеет навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ ПКС-4. В.4.2. владеет основами мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках	ПКС-4. В.4.1. Владеет: владеет навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов для цифровой среды ПКС-4. В.4.2. Владеет: основами мониторинга появления новой или необходимой маркетинговой информации в цифровой среде
ПКС-5. Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	Знать ПКС-5. 3.5.1. Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации	ПКС-5. 3.5.1. Знает: методы сбора, обработки, анализа и наглядного представления маркетинговой информации в цифровой среде
	Уметь ПКС-5. У.5.1. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа	ПКС-5. У.5.1. Умеет: проводить маркетинговые исследования в цифровой среде
	Владеть ПКС-5. В.5.1. Владеет навыками осуществления поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ	ПКС-5. В.5.1 Владеет: навыком осуществления поиска статистической и аналитической информации в цифровой среде

4. Общая трудоемкость дисциплины(модуля)
составляет Зачетные единицы, 108 часов

5. Форма промежуточной аттестации
очная форма обучения: экзамен- 4 семестр.
заочная форма обучения: экзамен- 4 семестр.

Рабочую программу разработали
Абрамовский А.Л., доцент кафедры маркетинга и муниципального управления, к.с.н.

Заведующий кафедрой
Маркетинга и муниципального управления



М.Л. Белоножко