

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Ключков Юрий Сергеевич
 Должность: и.о. ректора
 Дата подписания: 26.04.2024 12:20:10
 Уникальный идентификатор:
 4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

Аннотация рабочей программы дисциплины

Интернет маркетинг

основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) Диджитал маркетинг

1. Цели изучения дисциплины

Формирование у обучающихся совокупности знаний в области теории и практики интернет-маркетинга; получение ими умений и навыков самостоятельной разработки программ по продвижению продукции и бренда компании в сети Интернет.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Интернет маркетинг» относится к дисциплинам части формируемой участниками образовательных отношений дисциплин учебного плана.

3. Результаты освоения дисциплины: 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 основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПКС-4.1 Внедряет в профессиональной деятельности основные технологические решения	Знать 3.1. процесс, процедуры, этапы организации системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж
		Уметь У-1. использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты
		Уметь У.2. разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий
		Владеть В.1. процессом осуществления выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации
	ПКС-4.2 Формулирует вопросы управления развитием организации	Знать 3.2. маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента
		Уметь У 3. разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ
		Владеть В.2. процессом представления проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации
	ПКС-4.3 Применяет в профессиональной деятельности основные технологические решения по продвижению продукции предприятия	Знать 3.3. технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов
		Уметь У.4. интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций
		Уметь У.5 разрабатывать план мероприятий по продвижению продукции СМИ
Владеть В.3 процессом планирования мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение		
	Владеть В.4 процессом согласования	

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 6FA44C50384686A8E7BD5E27735179BC
Владелец: Ефремова Екатерина Александровна
Действителен: с 14.06.2022 до 07.09.2023

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
	ПКС-4.4 Использует в профессиональной деятельности технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом
		Знать 3.4. принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков
		Уметь У.6. работать с системой управления контентом (CMS)
		Владеть В.5 процессом осуществления оценки возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру
		Владеть В.6 процессом перемещения информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов
		Владеть В.7 процессом проверки правильности отображения внесенных изменений
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.	Знать 3.5 основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
		Уметь У.7 находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа
		Владеть В.8 процессом осуществления анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ
	ПКС-5.2 Использует методы и инструменты маркетингового исследования	Знать 3.6 методы проведения маркетингового исследования
		Уметь У.8 составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования
		Уметь У.9 создавать отчеты по результатам маркетингового исследования
		Уметь У.10 давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга
		Владеть В.9 процессом подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований

4. Общая трудоемкость дисциплины
составляет 6 зачетных единиц, 216 часов

5. Форма промежуточной аттестации
очная форма обучения: экзамен 6 семестр, экзамен 7 семестр
заочная форма обучения: экзамен 7 семестр, экзамен 8 семестр

Заведующий кафедрой
Маркетинга и муниципального управления



М.Л. Белоношко

Лист согласования

Внутренний документ "Интернет маркетинг_2022_42.03.01_ДМ6"

Документ подготовил: Бибик Лариса Николаевна

Документ подписал: Харитоновна Татьяна Александровна

Серийный номер ЭП	Должность	ФИО	ИО	Результат
	Специалист 2 категории		Зорина Мария Ивановна	Согласовано
	Директор	Каюкова Дарья Хрисановна		Согласовано
	Директор института	Воронин Александр Владимирович	Харитоновна Татьяна Александровна	Согласовано
	Заведующий кафедрой, имеющий ученую степень доктора наук	Белоножко Марина Львовна		Согласовано