

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Беспалов Владимир Александрович

Должность: Ректор МИЭТ

Дата подписания: 01.09.2023 16:03:25

Уникальный программный ключ:

ef5a4fe6ed0ffdf7f1a49d6ad1b49464dc1bf7354f736d76c8f6bca882b8d602

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Интернет-маркетинг»

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Направленность (профиль) – «Маркетинг и управление инновационными проектами»

Уровень образования – бакалавриат

Форма обучения – очная

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование у обучающихся знаний, умений и практического опыта применения технологий реализации Интернет-маркетинга, использования методов Интернет-рекламы, ее инструментария при работе на различных сегментах рынка.

Задачи дисциплины:

- изучение основ современного Интернет-маркетинга;
- приобретение навыков по использованию Интернет-маркетинга в рыночной деятельности предприятия;
- приобретение опыта применения основных инструментов продвижения в интернете.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Интернет-маркетинг» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы.

Результатом освоения дисциплины является формирование компетенции ПК-6 «Способен использовать возможности информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для решения задач сбыта», сформулированной на основе профессионального стандарта 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу».

Для усвоения материала дисциплины необходимо знание маркетинга, маркетинговых исследований, поведения потребителей, стратегического менеджмента. Изучение этой дисциплины тесно взаимосвязано (идет в параллель) с изучением базового маркетингового курса «Реклама и PR».

3. Краткое содержание дисциплины

Изучение курса включает ознакомление с современными тенденциями в развитии теоретических основ и практики Интернет-маркетинга, формирование компетенций, необходимых для практического использования изучаемых теоретических концепций, моделей, методов и технологий при проведении маркетингового аудита, при анализе и обосновании решений в области Интернет-маркетинга, при разработке маркетинговых планов и проектов.

Разработчик:

Доцент кафедры МиУП к.э.н., доцент Игрунова О.М.

Ассистент преподавателя кафедры МиУП Окованцева Г.В.