

«МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНТЕРНЕТ И НОВЫХ МЕДИА»

Б1.В.ДВ.4.1

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации в Интернет и новых медиа» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», программа подготовки «Современные маркетинговые коммуникации», квалификации магистр, входит в вариативную часть блока 1.

1. Цели и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Маркетинговые коммуникации в Интернет и новых медиа» является рассмотрение отраслевых практик и современных исследований Интернет – маркетинга, рекламы и поведения потребителя в цифровых средах, в том числе в электронной и мобильной коммерции в мировой и локальной практике.

Основными задачами дисциплины являются:

- изучение современных каналов коммуникации (new media, digital media)
- изучение новых форм взаимодействия с потребителем
- познакомить с методиками продвижения брендов, товаров и услуг в digital средах и оценкой их эффективности в интегрированных маркетинговых коммуникациях;
- формирование навыков применения устройств, средств доступа, сред, в которых и с помощью которых осуществляется взаимодействие потребителя с поставщиком товаров или услуг.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации в Интернет и новых медиа» относится к дисциплинам по выбору магистерской программы «Современные маркетинговые коммуникации».

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации в Интернет и новых медиа» базируется на дисциплинах «Маркетинг-менеджмент», «Профессиональный семинар (актуальные проблемы маркетинга)», «Общая теория маркетинговых коммуникаций», «Поведение потребителей в современной экономике».

Освоение дисциплины «Маркетинговые коммуникации в Интернет и новых медиа» необходимо для изучения следующих дисциплин: «Управленческая экономика», «Маркетинговые коммуникации в публичном пространстве».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Маркетинговые коммуникации в Интернет и новых медиа», соотнесенных с планируемыми результатами

освоения образовательной программы 38.04.02 «Менеджмент», «Современные маркетинговые коммуникации».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки:

ОК-2 - готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;

ПК-4 - способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения.

ПК-9 - способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- современные каналы коммуникации;
- новые формы взаимодействия с клиентами;
- методики продвижения брендов, товаров и услуг в digital средах.

Уметь:

- применять устройства и средства доступа, в которых и с помощью которых осуществляется взаимодействие потребителя с поставщиком товаров или услуг.

Владеть:

- методиками продвижения брендов, товаров и услуг в digital средах
- методами оценки их эффективности в интегрированных маркетинговых коммуникациях.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа