

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Управление цифровым продуктом в логистике

Наименование ОПОП ВО

38.04.06 Торговое дело. Управление логистическими системами

Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель - формирование у слушателей системы теоретических знаний и практических умений в области цифрового маркетинга.

Задачи:

- рассмотреть сущность, каналы и технологии цифрового маркетинга;
- раскрыть сущность и технологии SEO;
- рассмотреть процесс управления контекстной рекламой в поисковых системах и партнерских сетях;
- проанализировать возможности web аналитики;
- рассмотреть сущность контентного маркетинга, бесплатное продвижение и таргетированную рекламу в социальных сетях;
- уточнить содержание и тенденции развития цифровой экономики и Big Data.

Результаты освоения дисциплины (модуля)

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
38.04.06 «Торговое дело» (М-ТД)	ОПК-2 : Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	ОПК-2.1к : Владеет методами сбора, обработки и анализа данных для принятия управленческих решений на стратегическом и операционном уровне	РД1	Знание	сущность цифрового маркетинга, каналы, технологии и тенденции, содержание SEO, сущность и основные принципы контекстной рекламы, содержание маркетинга в социальных медиа

			РД2	Умение	проводить сегментирование и таргетирование применительно к цифровому маркетингу, осуществлять технический аудит сайта, создавать рекламную кампанию в Яндекс Директ и Google Adwords, настраивать и размещать таргетированную рекламу в социальных сетях, разрабатывать контентную стратегию продвижения предприятия в социальных сетях
			РД3	Навык	навыками определения каналов и средств цифрового маркетинга предприятия, навыками разработки рекомендаций по SEO сайта, умениями размещения рекламных кампаний в Яндекс Директ и Google Adwords и навыками управления маркетингом предприятия в социальных сетях
	ОПК-5 : Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач	ОПК-5.1к : Выбирает эффективные информационные технологии и средства для управления бизнес-процессами в профессиональной сфере	РД4	Знание	сущность и возможности web аналитики, настройки и отчеты Google Analytics и Яндекс Метрики, содержание и основные тренды развития цифровой экономики и Big Data
РД5			Умение	создавать отчеты в Google Analytics и Яндекс Метрике и определять возможности использования Big Data в цифровом маркетинге предприятия	
РД6			Навык	навыками работы в сервисах web аналитики, определения трендов поведения потребителей с помощью сервисов web аналитики, определения каналов получения Big Data и технологий их использования в цифровом маркетинге предприятия	

Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

- 1) Сущность цифрового маркетинга: понятие, виды деятельности, каналы и технологии
- 2) Сущность SEO
- 3) Управление контекстной рекламой в сервисах контекстной рекламы
- 4) Возможности web аналитики, обзор, настройки и отчеты Google Analytics и Яндекс Метрики
- 5) Размещение таргетированной рекламы в социальных сетях
- 6) Цифровая экономика и Big Data

Трудоемкость дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Трудоёмкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудоёмкость	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттестации	
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
38.04.06 Торговое дело	ЗФО	М01.Б	2	3	11	2	8	0	1	0	97	Э

Составители(ль)

Кметь Е.Б., кандидат экономических наук, доцент, Кафедра маркетинга и логистики, Elena.Kmet@vvsu.ru