

Аннотация рабочей программы

дисциплина: «Digital-маркетинг»

направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент

направленность программы: «Международный менеджмент»

форма обучения: очная/заочная

квалификация: магистратура

год обучения: 1

Цели и задачи освоения дисциплины:

Учебная дисциплина «Digital- маркетинг» предназначена для реализации на второй ступени высшего образования. Предметом дисциплины является сфера интернет-маркетинга, включающая в себя различные формы, средства и способы реализации маркетинговых стратегий продвижения товаров и услуг в сети интернет. Учебная программа дисциплины «Digital-маркетинг» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом и учебным планом по направлению 38.04.02 «Менеджмент», профиль подготовки «Международный менеджмент».

Цель дисциплины – дать систематизированные знания в области интернет-маркетинга и сформировать умения и навыки использования основных маркетинговых инструментов в интернет, а также оценки их эффективности.

Задачи дисциплины:

- раскрыть основные понятия и категории в сфере интернет-маркетинга;
- ознакомить с основными инструментами и стратегиями реализации интернет-маркетинга;
- рассмотреть национальные и международные правовые документы в сфере регулирования интернет-маркетинга;
- изучить современные перспективные направления развития интернет-маркетинга в мировом сообществе;
- определить специфику использования различных средств интернет-маркетинга в Республике Таджикистан.

Место дисциплины в структуре ООП

Предмет «Digital-маркетинг» относится к обязательным дисциплинам (Б1.В.ДВ.02.01) ОПОП направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», профиль подготовки «Международный менеджмент».

Общая трудоемкость зачетная единица/час (академический) 2/72 – 2 семестр.

Перечень формулируемых компетенций в результате освоения дисциплины:

ПК-4 - Способен организовать электронную коммерцию.

Вид промежуточной аттестации (экзамен, зачет) зачет 2 семестр