

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 04.07.2023 16:44:25

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b4f1de8ae0d

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Самарский государственный экономический университет»**

**Институт**     Институт менеджмента  
**Кафедра**     Маркетинга, логистики и рекламы

### **АННОТАЦИЯ**

|  |   |
|--|---|
| <b>Наименование дисциплины</b>                             | Б1.В.ДЭ.01.01 Цифровой маркетинг и маркетинг в социальных сетях             |
| <b>Основная профессиональная образовательная программа</b> | 38.04.02 Менеджмент программа Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации |

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

### 1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Цифровой маркетинг и маркетинг в социальных сетях входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору) блока Б1.Дисциплины (модули)

### 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Цифровой маркетинг и маркетинг в социальных сетях в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

#### Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-4 - Способен владеть методами проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

| Планируемые результаты обучения по программе | Планируемые результаты обучения по дисциплине  |  |   |
|--|--|--|---|
| ПК-4   | ПК-4.1: Знать:   | ПК-4.2: Уметь:   | ПК-4.3: Владеть (иметь навыки):   |
|  | инструменты и сервисы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | проводить анализ эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | методами и инструментами проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» |

### 3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

#### Очная форма обучения

| Виды учебной работы  | Всего час/ з.е. |
|--|-----------------|
|  | Сем 2           |
| Контактная работа, в том числе:                                  | 16.15/0.45      |
| Занятия лекционного типа   | 8/0.22          |
| Занятия семинарского типа  | 8/0.22          |
| Индивидуальная контактная работа (ИКР)                           | 0.15/0          |
| Самостоятельная работа:  | 109.85/3.05     |
| Промежуточная аттестация   | 18/0.5          |
| Вид промежуточной аттестации:                                    |                 |
| Зачет  | Зач             |
| Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы | 144             |
| Зачетные единицы   | 4               |