

Аннотация дисциплины Б.1.2.14 Дисциплина. Digital-маркетинг и SMM-менеджмент в государственном управлении

Дисциплина "Digital-маркетинг и SMM-менеджмент в государственном управлении" изучается обучающимися по основной профессиональной образовательной программе "Информационные платформы и экосистемы цифрового государства" направления подготовки "09.03.02 Информационные системы и технологии".

Дисциплина изучается в 7, 8 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 216/6 часов/з.ед. Самостоятельная работа заключается в выполнении работ, указанных в разделе 4.

В ходе изучения дисциплины осуществляется текущий контроль в форме технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической карты дисциплины, размещенной на электронном курсе, а также промежуточный контроль в форме балльно-рейтинговый контроль, зачет.

Целью изучения дисциплины является формирование следующих компетенций:

1. ПК-1 Способен управлять ИТ проектами в государственном и муниципальном управлении
2. ПК-2 Способен к анализу и цифровой обработке информации о политических, социально-экономических, организационно-управленческих процессах и тенденциях с учетом действующего законодательства РФ

В ходе изучения дисциплины последовательно рассматриваются темы:

1. Введение в Digital-маркетинг. Характеристика Интернет как цифровой среды маркетинга.
2. Сущность, характеристика и классификация интернетресурсов как инструментов цифрового маркетинга
3. Оценка эффективности и результативности цифрового маркетинга
4. Таргетирование в Интернет: подходы и технологии.
5. Видеомаркетинг в социальной сети
6. Создание сообщества в соцсети.
7. Вирусный маркетинг в социальной сети.
8. Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций в социальной сети.

Основными стратегическими образовательными технологиями являются: лекционные занятия, практические и лабораторные занятия.

В рамках указанных технологий применяются тактические образовательные технологии: деловая игра, игровое проектирование, классическая лекция, case-study, задания.