



Министерство науки
и высшего образования РФ
ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»
Институт дистанционного
и дополнительного образования



АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ) ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

*повышения квалификации
«Цифровые технологии в маркетинге»,*

Раздел(предмет) *Цифровые технологии в маркетинге*

Наименование дисциплин (модулей)	Содержание дисциплин (модулей)	Форма ТК	Количество часов
<i>Цифровой маркетинг. Инструменты цифрового маркетинга</i>	Понятие цифрового маркетинга. Инструменты цифрового маркетинга	<i>Тестирование</i>	70
<i>Сущность и элементы маркетинговой стратегии в цифровой экономике</i>	Сущность и элементы маркетинговой стратегии. Этапы разработки маркетинговой стратегии. Методы маркетингового анализа. Роль рекламы в реализации маркетинговой стратегии. Нетрадиционные методы продвижения.	<i>Тестирование</i>	
<i>Методы исследования интернет-технологий</i>	Понятие и методы исследования. Разработка программы исследования.	<i>Тестирование</i>	
<i>Цифровые маркетинговые коммуникации</i>	Технология формирования бренда в цифровом пространстве. Этапы формирования цифрового бренда. Психологические основы маркетинга. Техники убеждения в цифровом маркетинге. Составление цифрового профиля потребителя. Трансформация поведения	<i>Тестирование</i>	

Наименование дисциплин (модулей)	Содержание дисциплин (модулей)	Форма ТК	Количество часов
	российских потребителей в условиях новой реальности. Управление сетевой аудиторией.		
<i>Digital-marketing (соц. сети и продвижение в них)</i>	Анализ основных социальных сетей. Особенности ведения социальных сетей.	<i>Тестирование</i>	
<i>Цифровая репутация</i>	Управление цифровой репутацией. Сетевой этикет. Правила создания цифровой репутации. Цифровой след, цифровая тень, цифровое облако. Цифровое окружение. Стратегия управления цифровой репутацией. Правила поведения в Сети. Нормативное регулирование деятельности в Сети. Определение репутационного капитала, его роль в современной экономике. Алгоритм управления цифровой репутацией. Мониторинг, работа с негативом, работа с позитивом, SERM. Оценка репутационного вреда в Сети. Конфликты в Сети и кибербуллинг. Методы предупреждения/борьбы и их отражение на цифровой репутации.	<i>Тестирование</i>	
<i>Роль брендинга в цифровой экономике</i>	Брендинг и стратегическое планирование в бренд-менеджменте. Бренд-маркетинг: эволюция и реализация. Реализация комплекса бренд-маркетинга. Влияние бренда. Бренд-маркетинг: товарно-ассортиментная политика. Особенности сильных брендов на	<i>Тестирование</i>	

Наименование дисциплин (модулей)	Содержание дисциплин (модулей)	Форма ТК	Количество часов
	международном уровне энергетических компаний		
Формирование айдентики цифровой среды	Элементы, динамика айдентики. Виды айдентики. Выбор типа айдентики. Создание айдентики.	Тестирование	
Особенности фирменного стиля в цифровом маркетинге	Фирменный стиль в цифровом маркетинге. Элементы, разработка стиля. Носители фирменного стиля.	Нет	

Руководитель
ОДПО, ЦПП УВО

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Орельяна Урсуа М.И.
	Идентификатор	Rbdeb1209-OrelyanaursMI-e22f7ec

М.И.
Орельяна
Урсуа

Начальник ОДПО

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Селиверстов Н.Д.
	Идентификатор	Rf19596d9-SeliverstovND-39ee0b7

Н.Д.
Селиверстов