



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		
<i>Формирование айдентики цифровой среды</i>	Элементы, динамика айдентики. Виды айдентики. Выбор типа айдентики. Создание айдентики.	<i>Тестирование</i>	
<i>Особенности фирменного стиля в цифровом маркетинге</i>	Фирменный стиль в цифровом маркетинге. Элементы, разработка стиля. Носители фирменного стиля.	<i>Нет</i>	

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