

Код направления 38.03.02

Направление подготовки «Менеджмент»

Профиль «Цифровой маркетинг»

Тип образовательной программы: программа бакалавриата

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очно-заочная

Нормативный срок обучения: 4,5 года

Выпускающая кафедра: Менеджмента

Язык обучения: русский

Требования к абитуриенту:

В соответствии с ч.2 статьи 69 Федерального закона от 29.12.2012г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» к освоению программ бакалавриата допускаются лица, имеющие среднее общее образование.

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем (полном) общем образовании, среднем профессиональном образовании или высшем профессиональном образовании, а также документ государственного образца о начальном профессиональном образовании, если в нем есть запись о получении предъявителем среднего общего образования; результаты ЕГЭ, вступительных испытаний, проводимых университетом самостоятельно, подтверждающие успешное прохождение вступительных испытаний по общеобразовательным предметам, входящим в перечень вступительных испытаний по ОПОП ВО.

Перечень вступительных испытаний и необходимых документов определяется ежегодно Правилами приема ФГБОУ ВО «ЧелГУ».

Описание образовательной программы

Содержание образовательной программы направлено на подготовку высококвалифицированных конкурентоспособных специалистов, владеющих знаниями в сфере управления маркетинговой деятельностью организации любой организационно-правовой формы, способных качественно применять инструментарий практического маркетинга и современные маркетинговые технологии.

Цифровой маркетинг — профиль обучения на направлении бакалавриата «Менеджмент». Особое место в программе занимает формирование у студентов навыков практической аналитической работы в области принятия маркетинговых решений, исследования товарных рынков и управления маркетинговой стратегией компании.

В результате развития интернет-технологий, социальных сетей и мобильных приложений появляются новые digital-каналы коммуникации с потребителями. Основой для принятия маркетинговых решений становятся статистические данные и аналитика. Технологические инновации: Digital Transformation, Big Data, Machine Learning, Internet of Things, Artificial Intelligence и другие, — меняют функции маркетинга и одновременно бросают серьезный вызов профессии маркетолога, чьи

компетенции требуют существенной трансформации для соответствия потребностям цифровой экономики.

ФУНКЦИИ МЕНЕДЖЕРА

- анализ рыночной ситуации и разработка цифровой стратегии компании;
- анализ целевой аудитории и основных рекламных каналов в цифровой среде;
- разработка и реализация стратегии продвижения в сети Интернет;
 - разработка, планирование и координация маркетинговых программ;
 - создание различных видов контента: сообщений в блогах, социальных сообщений, инфографики, содержания веб-сайта, содержания целевой страницы;
 - проведение рекламных, PR и BTL кампаний в Интернет;
 - оценка эффективности как акций интернет-маркетинга, так и традиционных акций и кампаний при помощи интернет-инструментов;
 - повышение посещаемости веб-сайтов и частоты использования вебсервисов среди целевой аудитории интернет-пользователей;
 - выстраивание автоматизированных воронок продаж.

КОМУ ПОДОЙДЁТ ЭТА ПРОФЕССИЯ

- тем, кто хочет научиться эффективно продвигать любые проекты в интернете;
- тем, кто хочет изучить новые инструменты продвижения;
- тем, кто хочет «подружиться» с контентом, таргетингом и SEO.

ПРАКТИКА

ПАО «Мегафон», Дом.гу, Ростелеком, ООО «Форпост», РЖД, Газпром, Метран, отель Мелиот, банки, органы государственной власти, турагентства.

КАРЬЕРА

Выпускники по направлению «Цифровой маркетинг» работают в Министерстве информационных технологий и связи Челябинской области; digital-отделах и департаментах крупных производственных и IT-компаниях; маркетинговых, рекламных и digital-агентствах; крупных и средних компаниях промышленного сектора и сферы услуг на этапе цифровой трансформации; коммерческих и некоммерческих организациях всех отраслей экономики.

ЗАНИМАЕМЫЕ ДОЛЖНОСТИ

- руководители отделов маркетинга;
- руководители интернет-проектов;
- интернет-маркетологи;
- digital -маркетологи;
- контент-маркетологи;
- smm-специалисты;
- специалисты по контекстной и медийной рекламе;

- таргетологи;
- SEO-специалисты;
- специалисты по веб-аналитике;
- аналитики;
- product-менеджеры;
- менеджеры по рекламе.

Основные дисциплины учебного плана:

- Основы информационных технологий в менеджменте
- Методы маркетинговых исследований
- Цифровой маркетинг
- Бизнес-планирование
- Логистика и маркетинг
- Теория менеджмента
- Разработка управленческих решений
- Методы принятия управленческих решений
- Стратегический менеджмент
- Управление человеческими ресурсами
- Финансовый менеджмент
- Контроль и аудит качества в цифровом маркетинге
- Организация и управление маркетинговой деятельностью предприятия в отраслях и сферах деятельности
- Основы бизнеса
- Маркетинговый анализ больших данных
- Управление собственностью
- Антикризисное управление
- Инновационный менеджмент
- Контроль и аудит качества в цифровом маркетинге
- Электронная коммерция
- Технологии цифрового маркетинга
- Организация производства и услуг в условиях цифровой экономики
- Разработка и продвижение Интернет-сайта
- Современные технологии поиска и обработки информации
- Бренд-менеджмент
- Контроль и аудит качества в цифровом маркетинге
- Управление проектами в цифровом маркетинге