

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 12.10.2023 12:42:35
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad20e91a074c

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Digital-маркетинг и цифровые технологии в индустрии моды

Уровень образования	магистратура
Направление подготовки	38.004.02 Менеджмент
Профиль	Управление бизнесом в fashion-индустрии
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	2 года
Форма обучения	очно-заочная

Учебная дисциплина «Digital-маркетинг и цифровые технологии в индустрии моды» изучается в четвёртом семестре.

Курсовая работа – не предусмотрена

1.1. Форма промежуточной аттестации:

четвертый семестр - экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Digital-маркетинг и цифровые технологии в индустрии моды» относится к обязательной части программы.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целями изучения дисциплины «Digital-маркетинг и цифровые технологии в индустрии мод» является:

- системное представление современной концепции Digital-маркетинг, используемой в хозяйственной деятельности предприятий сферы индустрии моды в целях решения маркетинговых задач;
- изучение основных разделов Digital-маркетинга на уровне организации fashion-индустрии; - приобретение навыков использования инструментов Digital-маркетинг в профессиональной деятельности
- формирование у обучающихся компетенцией, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине;

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенцией и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой	ИД-ОПК-1.2 Нахождение решения профессиональных задач с использованием современных технологий управления

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления;	
ПК-2 Способен формировать маркетинговую стратегию организации	ИД-ПК-2.3 Организация работы маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес-процессов и проектной деятельности организации

Общая трудоёмкость учебной дисциплины (модуля) по учебному плану составляет:

по очно-заочной форме обучения –	5	з.е.	180	час.
----------------------------------	---	------	-----	------