

## **ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ**

**Мета вивчення дисципліни** – сформуванати комплекс теоретичних та практичних знань з організації та управління маркетингової діяльності в мережі Інтернет.

### **Завдання дисципліни:**

- сформуванати знання з теорії Інтернет-маркетингу;
- ознайомити з принципами Інтернет-маркетингу – інформаційного, аналітичного та методологічного супроводу маркетингової діяльності в мережі Інтернет;
- розвинути навички роботи з маркетинговими базами даних в мережі Інтернет та навчити ефективно використовувати отриману інформацію;
- навчити використовувати глобальний інформаційний простір задля пошуку потрібної інформації, розміщення власної інформації в мережі Інтернет та розв'язання маркетингових завдань за його допомогою

У результаті вивчення дисципліни студент повинен **знати:**

- основні завдання, що вирішуються за допомогою Інтернет маркетингу;
- чинники, що впливають на розвиток Інтернет маркетингу;
- особливості використання інструментарію Інтернет-маркетингу;
- основні методи, інструменти та засоби організації та проведення маркетингових досліджень в Інтернет-середовищі;
- засади формування товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики в Інтернеті.

### **вміти:**

- оперувати основними поняттями Інтернет-маркетингу;
- проводити пошук маркетингової інформації за допомогою Інтернет;
- здійснювати різні види маркетингових досліджень в Інтернет-середовищі;
- формувати положення товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики в Інтернет-середовищі;
- організовувати маркетингову підтримку діяльності інформаційної установи в Інтернет-середовищі;
- обґрунтовувати вибір Інтернет-інструментів стимулювання збуту інформаційної установи;
- застосовувати різні методи організації зв'язків із громадськістю в Інтернет-середовищі.

### **Зміст дисципліни.**

Тема 1. Специфіка Інтернет-маркетингу.

Тема 2. Організація маркетингових досліджень в мережі Інтернет.

Тема 3. Можливості та особливості реалізації маркетинг-міксу в мережі Інтернет.

Тема 4. Маркетингова товарна політика в мережі Інтернет.

Тема 5. Маркетингова цінова політика в мережі Інтернет.

Тема 6. Маркетингова збутова політика в мережі Інтернет.

Тема 7. Засоби маркетингових комунікацій в мережі Інтернет.

Тема 8. Стратегія та планування в Інтернет-маркетингу.