

## **ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ МАРКЕТИНГОМ**

**Мета вивчення дисципліни** - формування у студентів системи необхідних теоретичних знань і практичних навичок із застосування Інтернет-технологій в управлінні маркетингом на підприємстві.

**Завдання дисципліни:** навчити студентів застосовувати сучасні Інтернет-технології збору, передачі, оброблення та зберігання маркетингової інформації, а також створювати власні Інтернет-ресурси.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен

### **знати:**

- основи використання Інтернет-технологій в управлінні маркетингом;
- основні методи захисту інформації при роботі в Інтернеті;
- основи цифрового маркетингу;
- базові принципи використання Інтернет-опитувань при проведенні маркетингових досліджень підприємств;
- основні елементи Інтернет-технологій в управлінні маркетингом (прямий маркетинг, контекстна реклама, медійна реклама, Інтернет-брендинг, вірусний маркетинг, маркетинг у соціальних мережах, пошукова оптимізація, оптимізація соціальних мереж, контент-маркетинг та маркетинг із використанням електронної пошти);
- головні принципи розробки та використання Web-сайту;
- методи застосування технології просування продукції в соціальних мережах (SMO, SMM).

### **вміти:**

- логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу;
- здійснювати пошук маркетингової інформації в мережі Інтернет;
- застосовувати цифровий маркетинг;
- впроваджувати основні елементи Інтернет-технологій в управління маркетингом;
- просувати за допомогою соціальних мереж (SMO) інформацію про бренд, продукцію, товар чи послугу;
- управляти взаємовідносинами з клієнтами та впливати на цільову аудиторію за допомогою SMM.

### **Зміст дисципліни.**

Тема 1. Теоретичні основи використання Інтернет-технологій в управлінні маркетингом.

Тема 2. Маркетингова інформація в мережі Інтернет.

Тема 3. Поняття та особливості цифрового маркетингу.

Тема 4. Інтернет-технології в управлінні маркетингом.

Тема 5. Особливості розроблення web-сайтів.

Тема 6. Методи застосування технології просування продукції в соціальних мережах(SMO, SMM).