**ІНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ**

**Освітні програми:** 075 Маркетинг

**Цикл:**  вибіркових дисциплін професійної підготовки.

**Статус:** вибіркова навчальна дисципліна.

**Навчальний рік:** 2021-2022 н.р.

**Мета вивчення дисципліни** – формування системи теоретичних та практичних знань щодо основних напрямів розвитку Інтернет-маркетингу, електронної комерції, способів її ведення, механізмів підтримки та застосування підприємницької діяльності в Інтернет-середовищі.

**Завдання дисципліни:** засвоєння основних принципів формування інформаційної економіки та використання сучасного інформаційного інструментарію у маркетинговій діяльності підприємства; оволодіння навичками самостійного здійснення аналізу, ідентифікації та оцінювання ризику з використанням сучасних Інтернет-технологій у діяльності підприємства.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен

**знати**:

* 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;
* критерії якості та ефективності обґрунтування маркетингових рішень за умов використання інструментарію Інтернет-маркетингу тощо.

**вміти**:

* проводити пошук маркетингової інформації за допомогою Інтернет;
* здійснювати різні види маркетингових досліджень в Інтернет-середовищі;
* формувати положення товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики в Інтернеті;
* організовувати маркетингову підтримку діяльності інформаційної установи в Інтернет-середовищі;
* обґрунтовувати вибір Інтернет-інструментів стимулювання збуту підприємства;
* застосовувати різні методи організації зв’язків із громадськістю в Інтернет-середовищі;
* розробляти первинну Інтернет-стратегію розвитку підприємства в сучасних умовах діджиталізації бізнес-процесів.

**Зміст дисципліни.**

Тема 1. Основні поняття Інтернет-маркетингу та маркетингових інструментів в Інтернет.

Тема 2. Цільова аудиторія підприємства в Інтернеті

Тема 3. Маркетингова товарна політика в Інтернеті

Тема 4. Маркетингова цінова та збутова політика в Інтернеті

Тема 5. Поняття Інтернет-реклами та її значення

Тема 6. Створення, просування та підтримка сайтів

Тема 7. Основні поняття електронного бізнесу.

Тема 8. Електронна комерція як складова електронного бізнесу.

Тема 9. Маркетингові дослідження в Інтернеті як складова Інтернет-маркетингу

Тема 10. Системи електронної комерції у корпоративному секторі

Тема 11. Системи електронної комерції у споживчому секторі.

Тема 12. Електронні платіжні системи

Тема 13. Поняття і структура Інтернет-стратегії підприємства

**Викладацький склад:**

***Лектор:*** к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Макарова В.В.

***Викладач практичних занять:*** к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Макарова В.В.

**Тривалість**: 5 кредитів ECTS, 15 тижнів, 4 години на тиждень.

**Оцінювання:** поточне оцінювання – 2 модульні контролі, підсумковий контроль – залік. (7 семестр)