

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ **ІНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ**

Освітні програми: 075 Маркетинг

Цикл: вибіркових дисциплін професійної підготовки.

Статус: вибіркова навчальна дисципліна.

Навчальний рік: 2022-2023 н.р., 7 семестр

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: д.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Макарова В.В.

Викладач практичних занять: д.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.