

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ **ЦИФРОВИЙ 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 у студентів системи знань щодо базових категорій маркетингу інформаційних продуктів та послуг, його принципів і методів, головних інструментів і технологій вивчення ринку та організації маркетингової діяльності, набуття практичних навичок щодо просування інформаційних товарів на ринку, формуванням стратегій та забезпечення ефективної діяльності підприємства.

Завдання дисципліни: засвоєння студентами термінологічного апарату у сфері цифрового маркетингу; набуття студентами теоретичних базових знань із питань організації, інструментів, методів та принципів цифрового маркетингу; набуття практичних навичок щодо просування товарів на ринку з урахуванням потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.

Завдання навчальної дисципліни: - дослідженні еволюційного становлення цифрового маркетингу; - визначенні основних принципів планування маркетингової діяльності в мережі Інтернет; - використанні знань про сучасні програмні продукти, інформаційні системи та інші цифрові технології в своїй професійній діяльності; - формування умінь вільно користуватися понятійним апаратом, аналізувати фінансову, нормативну і економіко-технологічну інформацію у області цифрового маркетингу; - розвиток у здобувачів вищої освіти вмій та навичок роботи з пошуковими системами, рекламними мережами; - формування навичок щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємств на електронному ринку.

Предметом навчальної дисципліни є теоретичні основи формування систем цифрового маркетингу та практичне застосування інформаційних технологій у маркетингової діяльності.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен

знати: історії розвитку інтернет-бізнесу; про кількісні та якісні характеристики інтернет-аудиторії; форми комунікацій між підприємницькими структурами та споживачами в мережі інтернет; основні пошукові системи та каталоги в Україні та за кордоном; шляхи оптимізації веб-сайту під пошукові системи; види реклами по електронній пошті; особливості роботи з власними розсилками інтернет-реклами; реєстрації в каталогах; формати рекламних повідомлень; типи рекламних площин; цифрові канали; методи оцінки ефективності інтернет реклами.

вміти: обирати оптимальні форми комунікацій зі споживачами через Інтернет; використовувати веб-сайт як інструмент маркетингу; позиціонувати веб-сайт в пошукових системах та каталогах; обирати способи реклами через електронну пошту; досліджувати інтернет-кампанії конкурентів; вести корпоративні електронні розсилки; - планувати рекламні кампанії в інтернеті; обирати способи оцінки ефективності інтернет-реклами; вести партнерські відносини; - обирати банерообмінні мережі; інформувати споживачів та партнерів про діяльність підприємства (організації), його товари та послуги, основні характеристики продукції, умови співпраці; використовувати офлайн-середовище для просування інтернет проектів.

Зміст дисципліни:

Тема 1. Сутність та роль цифрового маркетингу

Тема 2. Сайт в системі цифрового маркетингу – інструмент залучення клієнтів

Тема 3. Система комунікацій в цифровому маркетингу. Рекламна кампанія в інтернет.

Тема 4. Контекстна та банерна рекламна кампанії

Тема 5. Додаткові інструменти та можливості цифрового маркетингу

Тема 6. Веб - аналітика. Веб-сайт як інструмент маркетингу.

Тема 7. PR в інтернет. Маркетинг в соціальних мережах. Просування сайтів.

Тема 8. Копірайтинг в інтернет.

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 контролю, підсумковий контроль – залік.