

## АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА ІНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ

Цикл: професійної підготовки за спеціальністю 075 «Маркетинг»

Статус: вибірковий освітній компонент.

Курс 4, 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.

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів **фахових компетентностей**, передбачених відповідною освітньо-професійною програмою:

- здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу;
- здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності;
- здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу;
- здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

У результаті вивчення освітнього компонента здобувач повинен бути здатним продемонструвати такі **результати навчання**, передбачених освітньо-професійною програмою:

- аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності;
- застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу;
- використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію;
- вміти формувати положення товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики підприємства з використанням інформаційно-комунікаційних фахових технологій; використовувати ІТ – технології при визначенні стратегії розвитку маркетингової діяльності агарних підприємств.

### ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ

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., професор кафедри маркетингу та логістики Макарова В.В.

**Викладач практичних занять:** д.е.н., професор 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