

Інтернет-маркетинг

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: ознайомлення майбутніх фахівців із теоретичними основами Інтернет-маркетингу і сформувати практичні навички в організації та функціонуванні маркетингової діяльності підприємства в Internet.

Основні завдання навчальної дисципліни: вивчення теоретичних та методологічних основ Інтернет-маркетингу, щодо маркетингових досліджень у віртуальному просторі, цінової політики, системи просування, особливо реклами, нові напрямки використання маркетингу за допомогою Інтернет у різноманітних сферах життя суспільства.

Компетентності:

загальні:

ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

спеціальні (фахові):

ФК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.

ФК 4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.

ФК 5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

ФК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.

ФК 11. Здатність застосовувати професійні компетентності з брендингу, формування інноваційних брендів на основі сучасних моделей та управління їх використанням через бренд-сайти.

Програмні результати навчання:

ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

ПРН 18. Вміти визначати вартість бренду, ефективність його використання, впроваджувати інновації в брендингу, відповідно до змін зовнішнього середовища.

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Специфіка інтернет-маркетингу.

Тема 2. Пошук маркетингової інформації у віртуальному середовищі.

Тема 3. Цільова аудиторія підприємства в інтернеті.

Тема 4. Технологічні засоби підтримки прийняття маркетингових рішень.

Тема 5. Організація маркетингових досліджень із використанням комп'ютерних технологій.

Тема 6. Використання засобів комп'ютерної комунікації при вирішенні задач маркетингу.

Тема 7. Інтерактивний маркетинг: сутність та розвиток в Україні.

Тема 8. Інтернет маркетинг в електронній комерції.

Трудомісткість:

Загальна кількість годин 90 год

Кількість кредитів 3,0

Форма семестрового контролю залік