

# ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі

Факультет аграрного менеджменту

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| <b>Лектор</b>                  | <b>Доцент Рябчик Алла<br/>Володимирівна</b> |
| <b>Семестр</b>                 | <b>2</b>                                    |
| <b>Ступінь вищої освіти</b>    | <b>Магістр</b>                              |
| <b>Кількість кредитів ЄКТС</b> | <b>4</b>                                    |
| <b>Форма контролю</b>          | <b>Залік</b>                                |
| <b>Аудиторні години</b>        | <b>30</b>                                   |

## **Загальний опис дисципліни**

Метою дисципліни «Інтернет-маркетинг» є формування у студентів сукупності знань в області теорії і практики Інтернет-маркетингу, а саме: набуття навичок самостійної розробки стратегій Інтернет-маркетингу, просування товарів, послуг, сайтів в мережі Інтернет за допомогою сучасних маркетингових каналів та інструментів; оволодіння спеціалізованими інформаційними технологіями та системами в електронному бізнесі.

Основними завданнями вивчення дисципліни є набуття студентами теоретичних знань, практичних вмінь та навичок щодо здійснення ефективної Інтернет-маркетингової діяльності та електронної комерції в мережі Інтернет.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

### **знати:**

- основні поняття, категорії, моделі Інтернет-маркетингу та електронної комерції;
- можливості, особливості каналів та інструментів Інтернет-маркетингу;
- сучасні програмні продукти, інформаційні системи та цифрові технології;

- принципи роботи та особливості пошукових систем, соціальних мереж, поштової розсилки, контекстно-медійної реклами;
- контент-маркетинг та просування продуктів в мережі Інтернет;
- методи та технології залучення цільової аудиторії;
- системи електронних платежів;
- технології використання електронної комерції у корпоративному та споживчому секторах;
- показники оцінки ефективності Інтернет-маркетингу та електронної комерції;

**вмісту:**

- розробляти стратегії та здійснювати планування Інтернет-маркетингу;
- використовувати канали та інструменти Інтернет-маркетингу та електронної комерції;
- застосовувати сучасні програмні продукти, інформаційні системи та цифрові технології для здійснення діяльності в Інтернет-середовищі;
- створювати якісний текстовий та графічний контент;
- проводити аудит веб-сайтів, проектувати, оптимізувати веб-сайти;
- організовувати рекламну кампанію в мережі Інтернет;
- застосовувати платіжні засоби електронних платіжних систем;
- оцінювати та визначати ефективність рекламних кампаній, Інтернет-проектів, інструментів Інтернет-маркетингу та електронної комерції;
- формувати нові конкурентоспроможні ідеї, валідувати їх та реалізовувати їх у проектах.

**Теми лекцій:**

1. Базові поняття, стратегії Інтернет-маркетингу та електронної комерції.
2. Поведінка і особливості споживачів в мережі Інтернет.
3. Організація роботи та інформаційні можливості сайтів.
4. Пошукові системи та пошукова оптимізація в мережі Інтернет.
5. Маркетингові технології та комунікації в мережі Інтернет.

6. Маркетинг у соціальних мережах.
7. Електронні платіжні системи.
8. Аналіз ефективності Інтернет-маркетингу та електронної комерції.

**Теми практичних занять:**

1. Базові поняття, стратегії Інтернет-маркетингу та електронної комерції.
2. Поведінка і особливості споживачів в мережі Інтернет.
3. Організація роботи та інформаційні можливості сайтів.
4. Пошукові системи та пошукова оптимізація в мережі Інтернет.
5. Маркетингові технології та комунікації в мережі Інтернет.
6. Маркетинг у соціальних мережах.
7. Електронні платіжні системи.
8. Аналіз ефективності Інтернет-маркетингу та електронної комерції.