**ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ**

**Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі**

|  |  |
| --- | --- |
| ***Лектор*** | **доцент Рябчик Алла Володимирівна** |
| ***Семестр*** | **2** |
| ***Освітній ступінь*** | **Магістр** |
| ***Кількість кредитів ЄКТС*** | **4** |
| ***Форма контролю*** | **Екзамен** |
| ***Аудиторні години*** | **30 (15 год. лекцій, 15 год. практичних чи лабораторних)** |

**Загальний опис дисципліни**

Метою дисципліни «Інтернет-маркетинг»єформування 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-маркетнгу 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;

***вміти:***

* 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, оптимізовувати 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 занять:**

***(семінарських, практичних, лабораторних)***

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.