

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі

Факультет аграрного менеджменту

<i>Лектор</i>	Доцент Рябчик Алла Володимирівна
<i>Семестр</i>	2
<i>Освітній ступінь</i>	Магістр
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години</i>	30 (15 год. лекцій, 15 год. практичних)

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;

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, 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.