

АНОТАЦІЯ ЗМІСТУ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Інтернет маркетинг»

Вибіркова навчальна дисципліна

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	Маркетинг і реклама

Викладач дисципліни: д.е.н., доцент кафедри менеджменту і маркетингу
Згурська О.М.

Вибіркова навчальна дисципліна «Інтернет-маркетинг» спрямована на опанування загальних і фахових компетенцій, набуття специфічних знань, умінь та навичок в галузі маркетингової діяльності, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки.

Метою курсу є формування у студентів теоретичних та практичних навичок у сфері електронної комерції, фінансових Інтернет-послуг, використання інформаційних технологій в електронному бізнесі, а також сучасних електронних платіжних систем. Основними завданнями курсу є: вивчення теоретичних і практичних засад інтернет-маркетингу, типів електронних платежів та методів захисту інформації; освоєння навичок ведення бізнесу в сучасних системах інформаційних комунікацій; набуття умінь оцінювання стану електронної комерції з метою створення стратегічних конкурентних переваг для організації; вивчення студентами ключових концепцій, правил і принципів, а також інструментарію Інтернет-маркетингу; набуття практичних навичок щодо використання сучасних мережевих інформаційних продуктів; набуття умінь застосовувати методи ціноутворення в Інтернет-маркетингу; здійснювати побудову нейронних мереж різної структури та складності; розробляти рекламні кампанії в мережі; використовувати методи реалізації банерної реклами; розробляти концептуальні положення з організації віртуального представництва підприємства у мережі; створювати багатофункціональні Web-сайти для здійснення комерційної діяльності в мережі Інтернет; виконувати ділові операції та угоди з використанням сучасних електронних засобів та прикладних програм побудови систем комерційної діяльності в мережі Інтернет.

Зміст дисципліни «Інтернет маркетинг» розкривається у наступних темах: Основні поняття Інтернет-маркетингу та електронної комерції. Електронний ринок на базі мережі Інтернет. Електронна підтримка покупців в споживчому секторі. Тактичні прийоми Інтернет-маркетингу. Пошукова оптимізація та просування в мережі Інтернет. Електронні платіжні системи та фінансові інструменти. Системи Інтернет-маркетингу в корпоративному секторі