

## ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Кафедра маркетингу  
Факультет економіки і підприємництва

### **Анотація:**

**Мета курсу (інтегральна компетентність)** – формування у студентів знань, умінь і навичок застосування технологій реалізації інтернет-маркетингу, використання методів інтернет-реклами, її інструментарію при роботі на різних сегментах ринку; базова підготовка за технологіями маркетингових досліджень в Інтернеті і навички щодо застосування даних технологій, достатні для подальшої самостійної роботи зі спеціальною літературою та вивчення спеціальних дисциплін.

### **Цілі курсу (програмні компетентності):**

- розуміння сутності та особливостей застосування інтернет-маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень та вміння їх обґрунтовувати на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів;
- здійснювати пошук маркетингової інформації у віртуальному середовищі;
- розуміння методології інтернет-комунікативної практики з ретельним дотриманням соціальних, групових, індивідуальних інтересів, з урахуванням ціннісних уявлень громадськості в цілому і різних її сегментів;
- здатність формувати теоретичні та практичні рекомендації щодо вдосконалення системи бізнес-взаємодії ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

### **Програмні результати навчання:**

- здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів інтернет-маркетингу;
- здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління інтернет-маркетингом бізнес-взаємодії ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі;
- застосовувати методи прийняття управлінських рішень з маркетингу у віртуальному середовищі, приймати рішення щодо інноваційного розвитку в умовах визначеності, невизначеності, ризику та конфлікту;
- здатність створювати системи підтримки маркетингової діяльності віртуального підприємства.

### **Короткий зміст курсу:**

Формування Інтернет-маркетингу. Пошук маркетингової інформації у віртуальному середовищі. Аудиторія Інтернету. Стратегічні рішення в Інтернет-маркетингу. Маркетингова товарна політика в Інтернеті. Маркетингова цінова та збутова політика в Інтернеті. Маркетингова комунікативна політика в Інтернеті.