

Анотація на вибіркoву начальну дисципліну «Інтернет-маркетинг»

Рівень вищої освіти – *перший (бакалаврський) рівень вищої освіти*

Галузь знань – *05 Соціальні та поведінкові науки*

Спеціальність – *054 Соціологія*

Освітньо-професійна програма – *Соціологія*

Кількість кредитів – *4*

Рік підготовки – *4 семестр – 8*

Компонент освітньої програми: *вибірковий*

Мова викладання: *українська*

Викладач: Ляшко Мар'яна Михайлівна, старший викладач кафедри соціології та соціальної роботи, e-mail: mariana.lyashko@uzhnu.edu.ua

Опис дисципліни

1. Актуальність курсу. Інтернет на сьогодні є одним з актуальних інструментів залучення нових клієнтів і підтримки споживчої лояльності. Навчальна дисципліна орієнтована на розвиток у студентів компетентностей у сфері просування продукції в онлайн-сегменті, управління електронною комерцією та створення корпоративних сайтів. Інтернет-маркетинг – це практика використання всіх аспектів традиційного маркетингу в Інтернеті, яка взаємопов'язана з основними елементами маркетинг-міксу: ціна, продукт, місце продажу і просування. Основна мета – отримання максимального ефекту від потенційної аудиторії сайту.

2. Метою дисципліни є формування системи знань про основи та особливості Інтернет-маркетингу й інтернет-реклами, про завдання та їх вирішення в цій сфері, про особливості використання маркетингових і рекламних інструментів в Інтернет-середовищі та сформувати у студентів уміння застосовувати ці інструменти та методи у практичній діяльності.

Завдання курсу: сформувати уявлення про основи Інтернет-маркетингу й Інтернет-реклами; розкрити основні завдання Інтернет-маркетингу та Інтернет-реклами, а також шляхи їх вирішення; висвітлити особливості застосування маркетингових досліджень у Інтернет-середовищі; сформувати знання та практичні навички щодо застосування принципів та методів маркетингових досліджень як фахових з документознавства та інформаційної діяльності; розглянути особливості Інтернет-опитувань як методу збору маркетингової інформації; розкрити основні інструменти, методи та засоби Інтернет-реклами; розглянути стимулювання збуту, як форму просування товарів та послуг в Інтернет-середовищі; визначити основні методи й особливості організації зв'язків із громадськістю в Інтернеті, а також Інтернет-брендінгу; розкрити внутрішню логіку та взаємозв'язок всіх категорій і систем Інтернет-маркетингу та Інтернет-реклами.

3. Проблематика (зміст дисципліни), яка буде розглянута у процесі вивчення навчальної дисципліни.

1. Суть, зміст, значення та тенденції розвитку інтернет-маркетингу.
2. Основні категорії та інструментарій інтернет-маркетингу.
3. Організація маркетингових досліджень в Інтернеті.
4. Організаційно-правове забезпечення інтернет-маркетингу.
5. Товарна та цінова політика в Інтернеті.
6. Реклама в Інтернеті: засоби та методи.
7. Методи стимулювання збуту в Інтернеті.
8. Основні методи організації зв'язків із громадськістю в Інтернеті та їх особливості.

4. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми в здобувачів повинні бути сформовані такі компетентності:

– загальні: здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях (ЗК01); здатність працювати в команді (ЗК03); здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності) (ЗК05); навички міжособистісної взаємодії (ЗК07); здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології (ЗК09); здатність генерувати нові ідеї (креативність) (ЗК10);

– фахові: здатність аналізувати та систематизувати одержані результати, формулювати аргументовані висновки та рекомендації (СК06); здатність використовувати інтернет-ресурси, статистичну інформацію для вирішення експериментальних і практичних завдань у галузі професійної діяльності (СК08); здатність до адаптації та професійного реагування на виклики соціальних трансформацій (СК16).

ЛІТЕРАТУРА

1. Буднікевич І.М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності. Київ: ЦУЛ, 2017. 536 с.
2. Воронюк А., Поліщук А. Актуальний Інтернет-маркетинг. Київ: Агенство «Іріо», 2018. 160 с.
3. Грехов А. М. Електронний бізнес (Е-комерція): навчальний посібник. Київ: Кондор, 2008. 302 с.
4. Литовченко І.Л. Інтернет-маркетинг: Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 184 с.
5. Шмідт Е. Новий цифровий світ. Пер. з англ. Г.Лелів. Львів: Літопис, 2015. 368с.
6. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing: Strategy, Implementation & Practice. Publisher: Pearson, 2012. 728 p.
7. Clarke A. SEO 2018: Learn search engine optimization with smart internet marketing strategies. Publisher: Simple Effectiveness Publishing, 2017. 206 p.
8. Ochs Jh. Digital Marketing Tactics: 150 Experts Share Their Digital Marketing Techniques. 2017. 280 p.
9. Rosenfeld D. Secrets Of A Digital Marketing Ninja: A Marketer's Guide To Sustainable Growth. Publisher: @danielroseit, 2017. 137 p.