

Назва. Інтернет-маркетинг

Тип. Вибіркова.

Рік навчання. 2019–2020.

Семестр. 7.

Кількість кредитів ЄКТС. 5.

ПІБ лектора, науковий ступінь, посада. Птащенко О. В., к.е.н., доц.

Результати навчання:

– розробляти рекомендації та заходи, організувати та брати участь в реалізації концепцій інтернет-маркетингу

– розробляти проекти, які забезпечують підвищення ефективності підходів, методів, моделей інтернет-маркетингу для вирішення актуальних проблем в області маркетингового управління;

– розробляти первинну інтернет-стратегію розвитку підприємства в сучасних умовах господарювання;

Обов’язкові попередні навчальні дисципліни. "Маркетинг", "Маркетингові дослідження", "Маркетингова товарна політика", "Маркетингова політика комунікацій".

Зміст. Розвиток інформаційної економіки в умовах побудови інформаційного суспільства. Сутність Інтернет-маркетингу. Поняття Інтернет-реклами та її значення. Створення, просування та підтримка сайтів. Основні поняття електронного бізнесу. Переваги та недоліки функціонування електронного бізнесу. Електронна комерція як складова електронного бізнесу. Порівняння електронної комерції з традиційною торгівлею. Маркетингові дослідження в Інтернеті як складова Інтернет-маркетингу. Системи електронної комерції у корпоративному секторі: корпоративні представництва в Інтернеті, віртуальні підприємства, Інтернет-інкубатори та мобільна комерція. Системи електронної комерції у споживчому секторі: торгові ряди, Інтернет-вітрини, Інтернет-магазини, послуги в Інтернеті, телеробота. Електронні платіжні системи. Поняття і структура Інтернет-стратегії підприємства.

Рекомендовані джерела.

1. Акулич М. В. Інтернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва : Дашков и К, 2016. – 352 с.

2. Бойчук І. В. Інтернет в маркетингу: навч. посіб. / І. В. Бойчук, О. М. Музика. – Київ : Центр учбової літератури, 2010. – 512 с.

3. Грехов А. М. Електронний бізнес (Е-комерція) : навч. посіб. / А. М. Грехов – Київ : Кондор, 2008. – 302 с.

4. Литовченко І. Інтернет-маркетинг : навч. посіб. / І. Л. Литовченко, В. Пилипчук. – Київ : Центр учбової літератури, 2017. – 184 с.

5. Маркетингові технології економічного зростання : монографія / М. А. Окландер, О. І. Яшкіна, І. Л. Литовченко [та ін.] ; за ред. д-ра екон. наук, проф. М. А. Окландера. – Одеса : Астропринт, 2012. – 376 с.

6. Шалева О. І. Електронна комерція : навч. посіб. / О. І. Шалева. – Київ : Центр учбової літератури, 2011. – 209 с

Методи навчання.

Лекції, практичні заняття.

Методи оцінювання:

– поточний контроль (активність роботи на лекції; захист практичних завдань; експрес-опитування);

– підсумковий колоквіум;

– підсумковий контроль (семестровий іспит).

Мова навчання. Українська.