

АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ

«Електронний маркетинг»
Галузь знань 07 «Управління і адміністрування»
Спеціальність 073 «Менеджмент»
Ступень «Бакалавр»

Кількість кредитів ECTS	Семестр
4	7

1 Мета опанування дисципліни: поглиблення і розширення теоретичних знань, вмінь та практичних навичок студентів у питаннях щодо визначення особливостей електронного маркетингу на підприємстві, та формування елементів електронного маркетингу в підвищенні ефективності управління підприємством

2 Завдання: ознайомлення з теоретичними та методологічними основами електронної комерції; професійними знаннями щодо проведення сегментування ринку електронної комерції, використання системного підходу щодо організації системи електронного маркетингу; засвоєння основ організації та проведення маркетингових досліджень у мережі Інтернет, аналізу впливу макро- та мікросередовища маркетингу

3 Перелік компетенцій, яких набуде студент після опанування дисципліни:

знання і розуміння:

теоретичних засад та категоріального апарату електронного маркетингу
сутності та механізму використання методів електронного маркетингу
формування та обґрунтування стратегії розвитку електронного маркетингу підприємства
механізму нормативно-законодавчого, організаційно-інформаційного забезпечення електронного маркетингу
здійснювати оцінку ефективності інтернет магазину, інтернет майданчика.

застосування знань і розуміння:

уміння розробляти гнучку тактику ціноутворення електронного маркетингу з урахуванням різнопланових факторів
уміння використовувати сучасні методи і засоби генерування ідей інтернет ресурсів.
уміння формувати програми дизайну, технічного та інформаційного забезпечення реклами нового товару

4 Сфера реалізації набутих знань і вмінь в майбутній професії:

1) на державному рівні:

- при участі у побудові напрямів електронного маркетингу;
- при розробці напрямків удосконалення державного регулювання стратегії розвитку електронного маркетингу;
- при ініціюванні і розробці ідей інтернет ресурсів;

2) на рівні підприємства:

- при оцінці ефективності інтернет магазину, інтернет майданчика
- при плануванні електронного бізнесу, електронного маркетингу

– при оцінці ефективності рекламних кампаній

5 Зміст дисципліни розкривається в темах:

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи та зміст електронного маркетингу

Тема 1. Основні характеристики електронного бізнесу, електронного маркетингу

Тема 2. Технології та інструменти електронного маркетингу

Тема 3. Основи контентної оптимізації

Змістовий модуль 2. Застосування інструментів електронного маркетингу

Тема 4. Ефективність рекламних кампаній

Тема 5. Особливості електронної торгівлі

Тема 6. Віртуальні біржі

6 Викладацький склад: к.е.н., доцент Барабанова В.В.