

## АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ

### «Електронний маркетинг» Ступень «Бакалавр»

Кількість кредитів ECTS	Семестр
6	6

**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 основами електронного бізнесу, електронного маркетингу; дослідження інструментів електронного маркетингу; засвоєння основ контентної оптимізації; розгляд методики маркетингового аналізу веб-сайтів; розгляд стратегічних рішень в інтернет-маркетингу; дослідження особливостей застосування електронної торгівлі; ознайомлення з товарною та ціновою політикою в інтернеті; дослідження ефективності рекламних кампаній в мережі

### **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 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. Методика маркетингового аналізу веб-сайтів

Тема 5. Стратегічні рішення в інтернет-маркетингу

Тема 6. Особливості електронної торгівлі

Тема 7. Товарна та цінова політика в інтернеті

Тема 8. Ефективність рекламних кампаній в мережі

### **5 Викладацький склад:** к.е.н., доцент Барабанова В.В.