



Завдання дисципліни:

- сформувати знання з теорії Інтернет-маркетингу;
- ознайомити з принципами Інтернет-маркетингу;
- інформаційного, аналітичного та методологічного супроводу маркетингової діяльності в мережі Інтернет;
- розвинути навички роботи з маркетинговими базами даних в мережі Інтернет та навчити ефективно використовувати отриману інформацію;
- навчити використовувати глобальний інформаційний простір задля пошуку потрібної інформації, розміщення власної інформації в мережі Інтернет та розв'язання маркетингових завдань за його допомогою.

ОСНОВНІ ТЕМИ ДИСЦИПЛІНИ

1. Специфіка інтернет-маркетингу
2. Інструменти комплексного інтернет-маркетингу
3. Маркетингові дослідження у мережі Інтернет
4. Методика маркетингового аналізу веб-сайтів
5. Цільова аудиторія і важливість її визначення
6. Основні тренди розвитку Інтернет-маркетингу
7. Стратегія та планування в Інтернет-маркетингу



У результаті вивчення дисципліни студент

повинен **знати:**

- основні завдання, що вирішуються за допомогою Інтернет-маркетингу;
- чинники, що впливають на розвиток Інтернет-маркетингу;
- особливості використання інструментарію Інтернет-маркетингу;
- основні методи, інструменти та засоби організації та проведення маркетингових досліджень в Інтернет-середовищі;
- засади формування товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики в Інтернеті.

вміти:

- оперувати основними поняттями Інтернет-маркетингу;
- проводити пошук маркетингової інформації за допомогою Інтернет;
- здійснювати різні види маркетингових досліджень в Інтернет-середовищі;
- формувати положення товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики в Інтернет-середовищі;
- організовувати маркетингову підтримку діяльності інформаційної установи в Інтернет-середовищі;
- обґрунтовувати вибір Інтернет-інструментів стимулювання збуту інформаційної установи;
- застосовувати різні методи організації зв'язків із громадськістю в Інтернет-середовищі.



**Будьте успішними зі знаннями з
інтернет-маркетингу!**

