

АНОТАЦІЯ ДО НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ»
викладає: к.т.н., доц. Артеменко О.І.

Мета: сформувати практичні знання, вміння і навички з розробки та використання базових технологій електронної комерції, організації представництва фірми в Інтернет, організації рекламної кампанії в мережі та використання електронних платіжних систем і електронних грошей для купівлі/продажу товарів, а також організації надання послуг та електронної підтримки споживачів з допомогою сучасних інформаційних технологій.

Завдання:

- ознайомлення студентів з особливостями застосування базових технологій інтернет-маркетингу для просування та продажу товарів;
- здобуття студентами практичних навичок з організації рекламної кампанії в мережі Інтернет;
- освоєння інтернет-технологій надання послуг, логістики та грошових розрахунків.

Знати і вміти

Після вивчення дисципліни студенти повинні:

Знати:

- суть і призначення інтернет-маркетингу;
- види систем інтернет-маркетингу;
- поняття, види і методи інтернет-реклами;
- технології підтримки надання послуг з допомогою Інтернет;
- технології і засоби електронної підтримки споживачів;
- поняття, технології і методи організації представництва фірми в Інтернет;
- поняття та види електронних грошей;
- поняття та види електронних платіжних систем;
- технології інтернет-логістики.

Вміти:

- використовувати технології інтернет-маркетингу для просування товарів на ринку;
- використовувати технології інтернет-реклами;
- використовувати технології «накрутки» та популяризації сайтів фірм;
- використовувати електронні гроші;
- використовувати можливості електронних платіжних систем;
- створювати та супроводжувати засоби електронної підтримки споживачів;
- створювати, супроводжувати та використовувати інтернет-засоби організації послуг;
- використовувати технології інтернет-логістики;

- запобігати спробам шахрайства при купівлі товарів/послуг в Інтернет;
- створювати власні програмні додатки для розв'язання задач інтернет-комерції.

Предмет: базові технології електронної комерції, інтернет-реклама, електронні гроші, електронні платіжні системи, засоби організації представництва фірми в мережі, засоби організації електронної підтримки споживачів .

Місце навчальної дисципліни в структурно-логічній схемі ОПП: отримані знання, вміння та навички дадуть змогу студенту стати досвідченим фахівцем в галузі створення інформаційних систем, стануть основою для використання технологій інтернет-маркетингу на практиці, а також самостійного освоєння нових технологій електронного маркетингу та інших сучасних інформаційних технологій.

Форма поточного та підсумкового контролю

Навчання проводиться у формі лекцій, практичних і лабораторних занять із застосуванням персональних комп'ютерів та самостійної роботи студента.

Об'єктом поточного контролю знань студентів є:

- систематичність, якість та активність виконання практичних завдань;
- систематичність, якість та своєчасність виконання та захисту лабораторних робіт;
- систематичність та своєчасність виконання завдань самостійної роботи студента;
- якість виконання модульних контрольних робіт.

Підсумковий контроль знань проводиться у формі заліку. Об'єктом оцінювання є результати поточних модульних контролів за два модулі.