Національний університет
водного господарства
та природокористування

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1. Код: ВП-3

2. Назва: Інтернет-Маркетинг;

3. Тип: ***вибірковий****;*

4. Рівень вищої освіти: *І (бакалаврський),*

5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна: 3;

6. Семестр, коли вивчається дисципліна: 6*;*

7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС: 4,5;

8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада: Василів В.Б. к.т.н. доцент

9. Результати навчання: *формування у студентів знань, умінь і навичок застосування технологій реалізації інтернет-маркетингу, використання методів інтернет-реклами, її інструментарію при роботі на різних сегментах ринку; базова підготовка за технологіями маркетингових досліджень в Інтернеті і навички щодо застосування даних технологій, достатні для подальшої самостійної роботи зі спеціальною літературою та вивчення спеціальних дисциплін.*

10. Форми організації занять: *навчальне заняття, самостійна робота, практична підготовка, контрольні заходи…*;

11. • Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни: Інформатика і комп'ютерна техніка", "Маркетинг", "Менеджмент", "Макроекономіка", "Фінанси";

12. Зміст курсу: *(перелік тем)***.** *Сутність та основні характеристики електронного бізнесу, електронної комерції, електронного та інтернет- маркетингу. Сутність контент маркетингу: створення стратегії контент-маркетингу та розробки контент плану. Основні складові контент-маркетингу: email-маркетинг, SMM, відео маркетинг, ведення блогу. Оптимізація сайту під пошукові машини та контекстна реклама. Теорія електронної торгівлі. Веб-аналітика та аналіз ефективності заходів електронного маркетингу.*

13. Рекомендовані навчальні видання:

1. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 332 с.
2. Эймор Д. Электронный бизнес: эволюция и/или революция. - М : Вильямс, 2001.
3. Кеглер Т. Реклама и маркетинг в Интернете / Т. Кеглер, П. Доулинг, Б. Тейлор, Д. Тестерман / Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2003. —640 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф. Котлер; [Пер.с англ. под ред. С. Г. Божук]. –2-е изд. – СПб.: Питер, 2005. – 464 с.: ил. –(Серия «Деловой бестселлер»).

14. Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:

12 год. лекцій, 18 год. лабораторних робіт, 60 год. самостійної роботи. Разом – 90год.

Методи: інтерактивні лекції, елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, впровадження ділових та рольових ігор, кейс-методів, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів

15. Форми та критерії оцінювання:

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.

Поточний контроль (100 балів): тестування.

16. Мова викладання: українська.

Завідувач кафедри Грицюк П.М. д.е.н. професор

Національний університет водного господарства та природокористування

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1. Code: ВП-3

2. Title: *Internet Marketing*

3. Type:;obligatory

4. Higher education level: *I (Bachelor)*

5. Year of study, when the discipline is offered: 3

6. Semester when the discipline is studied: 6

7. Number of established ECTS credits: 3

8. Surname, initials of the lecturer / lecturers, scientific degree, position: V. Vasyliv Ph.D

9. Results of studies::

formation of students knowledge, skills and abilities of application of technologies of realization of Internet marketing, use of methods of Internet advertising, its toolkit when working in different segments of the market; basic training in the technology of marketing research on the Internet and skills in applying these technologies, sufficient for further independent work with special literature and the study of special disciplines.

10. Forms of lesson organization: *lectures, laboratory training.*

11. Disciplines that preceded to the study of the marked discipline: *«An informatics and computer technique», «Management», «Banking», «Money and credit».*

12. Course contents:

The essence and basic characteristics of e-business, e-commerce, e-commerce and internet marketing. The essence of content marketing: creating a content marketing strategy and developing a content plan. The main components of content marketing: email marketing, SMM, video marketing, blogging. Site optimization for search engines and contextual advertising. The theory of e-commerce. Web analytics and analysis of the effectiveness of e-marketing activities.

13. Recommended educational editions:

1. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 332 с
2. Эймор Д. Электронный бизнес: эволюция и/или революция. - М : Вильямс, 2001.
3. Кеглер Т. Реклама и маркетинг в Интернете / Т. Кеглер, П. Доулинг, Б. Тейлор, Д. Тестерман / Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2003. —640 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф. Котлер; [Пер.с англ. под ред. С. Г. Божук]. –2-е изд. – СПб.: Питер, 2005. – 464 с.: ил. –(Серия «Деловой бестселлер»).

14. Planned types of educational activities and teaching methods:

12 hours lectures, 18 hours laboratory works, 60 hours independent work. Together -90 hours.
Methods: interactive lectures, elements of problem lecture, individual tasks, individual and group research tasks, uses of multimedia facilities.

15. Forms and assessment criteria:

An evaluation realize on a 100-ball scale. Final control: test at the end of 6 semester. Current control (100 points) : testing, questioning.

16. Language of teaching: *Ukrainian.*

Head of the Department **Hrytsyuk P.M. doctor of economics professor**