



АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ «ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ»

дисципліна вільного вибору студента ступеня вищої освіти «бакалавр».
Викладається кафедрою маркетингу

1. Мета опанування дисципліни в контексті підготовки фахівців з маркетингу.

Метою дисципліни є формування у студентів системи знань щодо базових категорій маркетингу інформаційних продуктів та послуг, його принципів і методів, головних інструментів і технології вивчення ринку та організації маркетингової діяльності, набуття практичних навичок щодо просування інформаційних товарів на ринку, формуванням стратегій та забезпечення ефективної діяльності підприємства

2. Завдання вивчення дисципліни є засвоєння студентами термінологічного апарату у сфері цифрового маркетингу; набуття студентами теоретичних базових знань із питань організації, інструментів, методів та принципів Інтернет-маркетингу; набуття практичних навичок щодо просування товарів на ринку з урахуванням потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.

3. Перелік компетенцій, яких набуде студент після опанування даної дисципліни:

1. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
2. Здатність працювати в команді.
3. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
4. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
6. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
7. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
8. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
9. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

4. Сфера реалізації набутих знань і вмінь у майбутній професії

Знання та вміння у межах тематики дисципліни необхідні майбутнім маркетологам для набуття практичних вмінь в сфері цифрового маркетингу для підвищення ефективності маркетингових заходів та діяльності підприємства в цілому в сучасних умовах господарювання.

5. Зміст дисципліни розкривається в наступних темах:

1. Основи цифрового маркетингу (digital-маркетингу).
2. Цифрові субкультури та їх вплив на маркетинг.
3. Маркетингові технології у цифровій економіці.
4. Маркетингові дослідження в середовищі Інтернет.
5. Маркетингові Інтернет – комунікації.
6. Просування сайтів. Маркетинг в соціальних медіа та мережах.
7. E-Commerce та маркетинг.