




СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ
НА ЕЛЕКТРОННОМУ РИНКУ»



Спеціальність: 075 «Маркетинг»

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Статус дисципліни*	Навчальна дисципліна вибіркового компонента фахового переліку
Семестр	Осінній семестр
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/загальна кількість годин	3/90
Мова викладання (українська, англійська)	українська
Що буде вивчатися (предмет навчання)	Дана навчальна дисципліна є теоретичною та практичною основою сукупності знань та вмінь, що формують профіль фахівця у розумінні особливостей Інтернету і специфіки здійснення маркетингових заходів у мережі.
Чому це цікаво/потрібно вивчати (мета)	Оволодіння теоретичних і базових знань, засвоєння основних положень та підходів про особливості використання маркетингових інструментів в Інтернет-середовищі та застосовувати ці інструменти та методи у практичній діяльності.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Розуміти особливості електронного ринку та його види, знати учасників електронного ринку, вивчити можливості використання глобальної мережі у маркетинговій діяльності підприємств, отримати практичні навички реалізації програми маркетингу підприємства через Інтернет, вивчити основні напрямки та особливості реалізації маркетингових стратегій з використанням мережі, знати послідовність процесу створення системи маркетингу підприємства в Інтернеті, основні завдання і специфіку проведення етапів бізнес-планування в мережі, вивчити підходи до створення та реалізації веб-сервера, знати основні маркетингові прийоми побудови ефективної системи маркетингу підприємства в мережі Інтернет і методики оцінки ефективності його веб-сервера, вивчити особливості застосування сучасних інструментів маркетингу для проведення підприємством рекламних кампаній у мережі Інтернет та вміти практично вирішувати маркетингові завдання із використанням можливостей Інтернету.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (компетентності)	Здатність розуміти сутність електронного ринку, його види та учасників, використовувати можливості глобальної мережі у маркетинговій діяльності підприємств, реалізовувати програми маркетингу підприємства через Інтернет, реалізовувати маркетингові стратегії з використанням мережі, створювати системи маркетингу підприємства в Інтернеті, створювати та реалізовувати веб-сервер, будувати ефективну систему маркетингу підприємства в мережі Інтернет, застосовувати сучасні

	інструменти маркетингу для проведення підприємством рекламних кампаній у мережі Інтернет.
Навчальна логістика	<p>Зміст дисципліни: Електронний ринок та історія його розвитку. Основні характеристики е – ринку. Структура електронного ринку. Учасники ринку. Особливості мережі Інтернет та основні її ресурси. Маркетингові можливості Інтернету для організації сучасного бізнесу. Концепція маркетингу в Інтернет-середовищі. Елементи комплексу маркетингу на Інтернет-ринку. Формування системи маркетингу підприємства в середовищі Інтернету. Маркетингові підходи до забезпечення ефективності веб-сервера підприємства</p> <p>Види занять: лекції, практичні</p> <p>Методи навчання: навчальна дискусія, словесні, наочні, практичні; проблемні; частково-пошукові (евристичні); дослідницькі (наукові доповіді, наукові повідомлення).</p> <p>Форми навчання: очна (offline, online), заочна</p>
Пререквізити	Знання з маркетингу, електронного маркетингу
Пореквізити	Знання з управління маркетингом на електронному ринку можуть бути використані під час вивчення курсів маркетингові дослідження в Інтернеті, Інтернет- торгівля маркетинг програмного продукту та послуг, комунікації в Інтернеті
Інформаційне забезпечення з фонду та репозитарію НТБ НАУ	<p>Начальна та наукова література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Алексунин В. А. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете: учебное пособие / В. А. Алексунин, В. В. Родигина. — 2-е изд. — М.: Дашков и К', 2008. — 213 с. 2. Бойчук І. В., Козак І. В. Інтернет в маркетингу: Програма курсу та конспект лекцій. — Львів: Видавництво ЛКА, 2003. — 112 с. 3. Данько Т. П. и др. Электронный маркетинг: Учеб. пособие/ Под ред. Т. П. Данько, Н. М. Завьяловой, О. В. Сагиновой. — М.: ИНФРА-М, 2003. — 377 с. 4. Електронна комерція : Підруч. / В. Л. Плескач, Т. Г. Затонацька. – К.: Знання, 2007. – 535 с 5. Інтернет-маркетинг: Навч. посіб. для вузів / І. Л. Литовченко, В. П. Пилипчук. – К. : Центр учб. літ., 2008. — 184 с. Меджибовська н. С. Електронна комерція: Навчальний посібник. — К.: Центр навчальної літератури, 2004. —384 с 6. Электронный маркетинг: Учеб. пособие/ Под ред. Т. П. Данько, Н. Б. Завьяловой, О. В. Сагиновой. — М.: ИНФРА-М, 2003. — 377 с. <p>Робоча програма (посилання на репозитарій):</p>
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторії теоретичного навчання, навчально-наукова лабораторія інформаційних систем маркетингу, мультимедійне обладнання
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Диференційований залік, тестування, практичне завдання
Кафедра	Маркетингу
Факультет	Факультет економіки та бізнес-адміністрування

Викладач(і)	 <p> Борисенко Олена Сергіївна Посада: доцент Вчене звання: доцент Науковий ступінь: кандидат економічних наук Профайл викладача: http://feba.nau.edu.ua/details-menu/34-kafedra-marketingu/sklad-kafedri-marketingu/170-borisenko-olena-sergijivna Тел.: +380(44) 406-77-43 Е-mail: <i>olena.borysenko@npp.nau.edu.ua</i> Робоче місце: 2.203а </p>
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс
Лінк на дисципліну	