

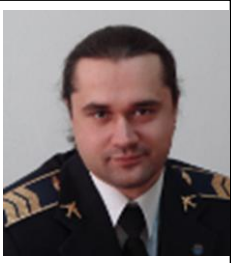


**Силабус навчальної дисципліни
«Метрики Інтернет маркетингу»**

**Спеціальність: 075 Маркетинг
Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»**

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вільного вибору фахового переліку
Семестр	Весняний семестр
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/загальна кількість годин	3 кредити/90 годин
Мова викладання	українська
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	Курс спрямований на розвиток у студентів навичок критичного аналітичного мислення, знанні проводити маркетингові дослідження в Інтернет, вільно орієнтуватися у великому масиві сучасної інформації, аналізувати та обробляти її, визначати необхідні показники та метрики і на їх основі розробляти управлінські маркетингові рішення.
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	Підготовка фахівців з електронного маркетингу, які володіють комплексом сучасних теоретичних і практичних знань, умінь та навичок ефективного маркетингового дослідження в мережі Інтернет, проведення аналітики, використання сучасних інформаційних і комунікаційних технологій та запровадження передових технологій, методологій та інструментів маркетингових досліджень з метою підвищення ефективності роботи будь-якої організації.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> - Визначати сферу майбутньої професійної діяльності маркетолога в умовах ринкових відносин та обґрунтовувати доцільність застосування комп'ютерних технологій в процесі навчання та майбутньої роботи. - Визначати способи аналізу й передбачення ринкових явищ та процесів на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. - Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. - Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. - Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. - Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. - Визначати профіль інтернет-користувачів з точки зору проведення маркетингових досліджень та застосовувати онлайн методи та інструменти для аналізу кон'юнктури ринку,

	<p>використовувати різні способи збору первинної і вторинної інформації в Інтернеті для проведення маркетингових досліджень</p> <ul style="list-style-type: none"> - Вміти проводити аналіз відвідуваності сайту для отримання інформації про статистику, тенденції, а також абсолютні і відносні показники, а також визначати портрет відвідувачів за даними перегляду веб-сайтів і застосовувати інструменти веб-аналітики для прийняття маркетингових рішень
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Навчальна логістика	<p>Зміст дисципліни: Основні поняття Веб-аналітики. Види показників та метрик. Маркетингова інформація в Інтернет. Види та способи отримання маркетингової інформації в мережі Інтернет. Інструменти та сервіси збору маркетингової інформації. Аналітика маркетингової інформації в Інтернет. Розробка управлінських рішень на основі аналітичних даних отриманих під проведення маркетингових досліджень в Інтернет. Оцінка ефективності та її ключові показники та метрики маркетингових досліджень в Інтернет.</p> <p>Види занять: лекції, практичні</p> <p>Методи навчання: навчальна дискусія, онлайн</p> <p>Форми навчання: очна, дистанційна</p>
Пререквізити	Знання з філософії, маркетингу, загальні та фахові знання, отримані на першому та другому (бакалаврському) рівні вищої освіти
Пореквізити	Знання з дисципліни можуть бути використані під час вивчення наступних дисциплін з спеціальності електронний маркетинг та написання магістерської роботи
Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ	<p>Науково-технічна бібліотека НАУ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетингові дослідження та аналіз інформації: практикум для студентів напряму підготовки 0302 "Міжнародні відносини"/ МОН МС України, Національний авіаційний університет ; Набок І.І., уклад. – Київ: НАУ, 2012. – 28 с.– Електронна мультимедійна бібліотека. 2. Маркетингові дослідження: конспект лекцій/ МОН України, Національний авіаційний університет ; Загорулько В. М., Коваленко О. В., Скиданенко Н. В., уклад. – Київ: НАУ, 2015. – 76 с.– Електронна мультимедійна бібліотека 3. Дубовик Тетяна Віталіївна Інтернет-маркетингові комунікації: монографія/ МОН України, Київський національний торговельно-економічний ун-т. – Київ: КНТЕУ, 2014. – 332 с. <p>Репозитарій НАУ: Посилання на вкладені в репозитарій авторські конспекти лекцій, методичні рекомендації, які пройшли процедуру затвердження на ВР факультету або на ВР Університету, а також наукові статті, дисертація, тощо</p>
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторія теоретичного навчання, науково-навчальна лабораторія, мережа Інтернет, мультимедійне обладнання
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Залік, тестування
Кафедра	Маркетингу
Факультет	Економіки та Бізнес-адміністрування

Викладач(і)	 <p> Ярмолюк Олексій Ярославович Посада: доцент Науковий ступінь: доцент Вчене звання: кандидат економічних наук Профайл викладача: http://feba.nau.edu.ua/34-kafedra-marketingu/sklad-kafedri-marketingu/171-yarmolyuk-oleksij-yaroslavovich Тел.: 38 063 8 316 316 E-mail: a.yarmolyuk@nau.edu.ua Робоче місце: 2.202 </p>
Оригінальність навчальної дисципліни	<p>Авторський курс, викладання українською мовою</p>
Лінк на дисципліну	<p>https://www.youtube.com/watch?v=7sJ7MyDPf3A</p>