

Галузь знань: 01 Освіта / Педагогіка
Ступінь вищої освіти: Бакалавр
Спеціальність: 015 Професійна освіта (Комп'ютерні технології)
Освітня програма: Професійна освіта. Комп'ютерні технології
Кафедра інформатики і кібернетики

Навчальна дисципліна
«Інформаційні системи і технології в маркетингу»

Семестр – 5

Форма контролю – залік

Кількість кредитів ЄКТС – 4

I. Основна мета засвоєння курсу формування в студентів сукупності знань у сфері теорії і практики цифрового маркетингу; отримання ними умінь і навичок самостійної розробки інформаційних систем цифрового маркетингу, оволодіння необхідним навичкам роботи з базами даних, програмами, що забезпечують роботу користувачів в інформаційних мережах, а також зі спеціалізованими інформаційними технологіями та системами в економічній сфері цифрового маркетингу.

II. Місце навчальної дисципліни в освітній програмі

Дисципліна «Інформаційні системи і мережі в маркетингу» дозволяє набути студентам додаткових фахових компетентностей при опануванні циклу професійної підготовки.

III. Завдання дисципліни: забезпечення студентів необхідними знаннями у сфері планування маркетингової діяльності в мережі Інтернет; формування умінь і навичок використання інструментів цифрового маркетингу при веденні підприємницької діяльності; навчання студентів застосовувати сучасні програмні продукти, інформаційні системи і технології у своїй професійній діяльності.

IV. Основні знання та уміння, яких набуває студент після опанування даної дисципліни

Основні знання:

- про процес планування програм Інтернет-маркетингу, про особливості проведення рекламних кампаній в мережі Інтернет, про основні інструменти інтернет-маркетингу;
- історію розвитку Інтернет-бізнесу;
- кількісні та якісні характеристики Інтернет-аудиторії;
- форми комунікацій між підприємницькими структурами і споживачами в мережі Інтернет;
- основні пошукові системи і каталоги в Україні та за кордоном;
- особливості реєстрації сайтів в Інтернет-каталогах;
- способи оптимізації веб-сайту під пошукові системи;
- види реклами по електронній пошті;
- особливості Інтернет-реклами, формати рекламних повідомлень, типи рекламних майданчиків;

Основні вміння:

- використання інструментів Інтернет-маркетингу при веденні підприємницької діяльності;
- застосовувати сучасні програмні продукти, інформаційні системи і технології у своїй професійній діяльності;
- використовувати веб-сайт як інструмент маркетингу;
- позиціонувати веб-сайт в пошукових системах і каталогах;
- складати опису сайту для каталогів;
- оптимізувати веб-сайт під пошукові системи;

- визначати способи реклами за допомогою електронної пошти;
- вести корпоративні електронні розсилки;
- планувати рекламні кампанії в Інтернеті, вибирати банерообмінні мережі;
- використовувати оффлайн-середовище для просування Інтернет-проектів.

V. Короткий зміст дисципліни

Тема 1. Поняття про цифровий маркетинг. Історія розвитку Інтернету. Терміни «Цифровий маркетинг» та «Інтернет-маркетинг». Місце Інтернет-маркетингу в структурі сучасного маркетингу. Основні складові інтернет-маркетингу. Основні поняття, пов'язані з процесом розробки та модернізації веб-сайтів. Просування об'єктів ринку в Інтернеті.

Тема 2. Сутність Інтернет-просування. Основні пошукові системи Інтернету в Україні та за кордоном. Історія появи, сутність і розвиток незалежної зони пошукових систем. Ключові принципи Інтернет-просування. Релевантність. Особливості Інтернет-просування в незалежній зоні основних пошукових систем. Соціальні мережі, сервіси та блогосфера. Особливості просування об'єкта ринку в соціальних сервісах. SMM і SMO. Ігри в соціальних мережах.

Тема 3. Контекстна і банерна реклама. Реклама в пошукових системах Інтернету в Україні та за кордоном. Контекстна, медійно-контекстна і медійна реклама. Основні сервіси, що надають послуги контекстної реклами. Переваги та недоліки контекстної реклами. Основні поняття, пов'язані з банерною рекламою об'єкта ринку.

Тема 4. Основи SEO-оптимізації. Поняття SEO, його історія та розвиток. Методи SEO-оптимізації. Робота з внутрішньою оптимізацією. Зовнішнє оточення і його значення для сайту. Динаміка розвитку внутрішнього і зовнішнього оточення.

Тема 5. Інтернет-маркетингові стратегії. Формування Інтернет-маркетингових стратегій на підставі ключових чинників в залежності від об'єкта просування. Етапи Інтернет-маркетингових стратегій. Вірусний маркетинг і нестандартні способи Інтернет-просування.

Тема 6. Створення та підтримка інформаційних полів в Інтернеті. Поняття інформації, позитивно спрямованих і негативно спрямованих інформаційних полів. Інформаційні війни. Використання інформаційних полів в комерційних цілях. Специфіка функціонування інтернет-магазинів. Види інтернет-магазинів. Мобільний інтернет-маркетинг. SMS-білінг.

VI. Назва кафедри та викладацький склад, який буде забезпечувати викладання курсу

Кафедра інформатики і кібернетики факультету інформатики, математики, економіки.

VII. Обсяги навчального навантаження та терміни викладання курсу

На вивчення дисципліни відводиться 120 годин (4 кредити ЄКТС).

Дисципліна викладається у 5-му семестрі.

VIII. Основні інформаційні джерела до вивчення дисципліни

1. Сазонець О. М. Інформаційні системи і технології в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю [текст] : навч. посіб. / О. М. Сазонець. – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 250 с.

2. Оксанич А. П., Петренко В. Р., Костенко О. П. Інформаційні системи і технології маркетингу. К. : «Видавничий дім «Професіонал». 2018. 320 с.

3. Пінчук Н. С., Галузинський Г. П. Інформаційні системи і технології в маркетингу : навч. посібник. К. : КНЕУ. 2016. 328 с.

IX. Система оцінювання:

Поточний контроль: оцінювання виконання завдань на лабораторних заняттях, оцінювання 2-х модульних тестових контрольних робіт, виконання творчих індивідуальних завдань.

Підсумковий контроль: залік у 5-му семестрі.