

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 8 «Інтернет-комунікації»
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 Маркетинг / Маркетинг
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	3 курс, 6 семестр, 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	150 год., з них: лекц. – 10 год., практ. – 20 год.
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Кафедра маркетингу
Автор ОК	Кандидат економічних наук, старший викладач кафедри маркетингу Савчук Ярослава Олександрівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основних засад функціонування економіки; загальної логіки та механізму ринкової діяльності; основ економічного та правового регулювання підприємницької діяльності, основ маркетингу.
Що буде вивчатися	Сутність та роль інтернет-комунікацій. Web-сайт як інструмент інтернет-комунікацій. Інтернет реклама: види та особливості планування рекламної кампанії. Інтерактивний PR та його особливості. Комунікація в соціальних мережах та блогінг. Сучасні інструменти інтернет-комунікацій. Розробка плану представництва підприємства та бренду в мережі Інтернет. Оцінка ефективності заходів інтернет-комунікацій.
Чому це цікаво/треба вивчати	Освітній компонент має на меті формування у здобувачів знань із теорії та практики інтернет-комунікацій, набуття умінь та навичок самостійної розробки програми просування продукції та послуг підприємства в мережі інтернет. Опанування тем освітнього компонента дозволить сформувати їх ринкове мислення в аспектах ефективного використання сучасних інструментів та технологій інтернет-комунікацій для вирішення маркетингових завдань підприємства, а також сформувати навички самостійно розробляти, реалізовувати та

	оцінювати ефективність програми представництва підприємства в мережі Інтернет
Чому можна навчитися (результати навчання)	ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	Загальні компетентності: ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. Фахові компетентності: ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.