

## Анотація міжфакультетської дисципліни за вибором

Назва дисципліни	<b>Онлайн-маркетинг</b>
<b>Інформація про факультети (навчально-наукові інститути) і курси навчання, студентам яких пропонується вивчати цю дисципліну</b>	Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу, освітньо-професійна програма «Міжнародний бізнес» другий (магістерський) рівень, 1 курс, 2 семестр.
<b>Контактні дані розробників робочої програми навчальної дисципліни, науково-педагогічних працівників, залучених до викладання</b>	<p>Викладання дисципліни забезпечує кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу.</p> <p><i>Бабенко Віталіна Олексіївна</i>  <i>д.е.н., к.т.н., професор, професор міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи</i></p> <p>Контакти: ауд. 3-82а (Північний корпус), e-mail: vitalinababenko@karazin.ua</p>
<b>Попередні умови для вивчення дисципліни</b>	Наявність фахових знань студентів, спроможність до аналізу та синтезу; здатність до практичного застосування теоретичних знань
<b>Опис</b>	<p><b>Мета дисципліни.</b> Формування професійних компетентностей по використанню технологій онлайн-маркетингу</p> <p><b>Очікувані результати навчання</b></p> <p>Креативно мислити, проявляти гнучкість у прийнятті рішень на основі логічних аргументів та перевірених фактів в умовах обмеженого часу і ресурсів на засадах використання різних діагностичних методологій провідних міжнародних організацій</p> <p>Систематизувати, синтезувати й упорядковувати отриману інформацію, ідентифікувати проблеми, формулювати висновки і розробляти рекомендації, використовуючи ефективні підходи та технології, спеціалізоване програмне забезпечення з метою розв'язання складних задач практичних проблем з урахуванням культурних особливостей суб'єктів міжнародних економічних відносин.</p> <p>Оцінювати ступінь складності завдань при плануванні діяльності та опрацюванні її результатів.</p> <p>Здійснювати моніторинг, аналіз, оцінку діяльності глобальних фірм (корпорацій, стратегічних альянсів, консорціумів, синдикатів, трастів тощо) з метою ідентифікації їхніх конкурентних позицій та переваг на світових ринках</p> <p>Розуміти закономірності та тенденції розвитку світового господарства і феномену нової економіки з урахуванням процесів інтелектуалізації, інформатизації та науково-технологічного обміну.</p> <p>Розуміти сутність соціального виміру глобального економічного розвитку та імплементувати принципи</p>

соціальної відповідальності в діяльності суб'єктів міжнародних економічних відносин. Ідентифікувати зміни кон'юнктури ринків під дією невизначених факторів, здійснювати їх компаративний аналіз, критично оцінювати наслідки продукованих ідей та прийнятих рішень з метою прогнозування тенденції розвитку глобальних ринків. Аналізувати та вирішувати актуальні проблеми міжнародного бізнесу (фінансові, організаційні, маркетингові, безпекові, інноваційні). Розробляти стратегії транснаціональної корпорації.

#### **Теми аудиторних занять та самостійної роботи**

1. Вступ. Введення в інформаційну економіку. Роль інформаційних технологій у процесі презентації маркетингової діяльності.
2. Структура HTML документа. Навігаційні карти.
3. Структура Webдокумента. Гіперпосилання. Фрейми.
4. Таблиці. Списки, форми та горизонтальні лінії.
5. Розмітка документів в HTML. Поняття хостингу та домену.
6. Затосування інтернет засобів для маркетингу.
7. Загальна інформація про пошукові системи. Внутрішня оптимізація сайту.
8. Зовнішні методи просування сайту.
9. Основні загрози для безпеки інтернет-ресурсам при маркетингових дослідженнях.

**Методи контролю результатів навчання**  
опитування, проведення екзамену

**Мова викладання.** Українська