Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет документальних комунікацій, менеджменту, технологій та фізики
Кафедра економіки та управління бізнесом

АНОТАЦІЯ

Назва дисципліни	Інтернет-технології в бізнесі
Освітня програма	Маркетинг
Компонент освітньої програми	Вибірковий
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 годин
Вид підсумкового контролю	залік
Мова викладання	українська
Викладач	Стрільчук Руслан Миколайович
CV викладача на сайті кафедри	https://surli.cc/mtvxxd
E-mail викладача	ruslan.strelchuk@rshu.edu.ua

Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни є формування у здобувачів вищої освіти системи знань в галузі комп'ютерних, інформаційних інтернет технологій з метою вивчення основних понять та набуття навиків при використанні інструментів Інтернет-середовища в бізнесовій діяльності.

Завданням навчальної дисципліни є формування знань для застосування сучасних інформаційних комп'ютерних систем і технологій; отримання теоретичних знань і набуття практичних навичок використання інтернет технологій при веденні власної справи, що входять у компетенцію фахівця-маркетолога; засвоєння можливостей використання інтернет-технологій у питаннях обробки та аналізу інформації в маркетинговій діяльності.

Дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти таких загальних і фахових компетентностей.

Загальні компетентності:

ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

Спеціальні компетентності:

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.

СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен **вміти:**

Р2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

Р3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

Р9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

Р14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

Р15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Основи Інтернет-технологій

ТЕМА 1. Загальні відомості про мережу Інтернет
ТЕМА 2. Моделі ведення бізнесу в Інтернет

Змістовий модуль 2. Інтернет-ресурс в бізнесі

ТЕМА 3. Проектування Інтернет-ресурсу
ТЕМА 4. Засоби керування контентом Інтернет-ресурів
ТЕМА 5. Просування Інтернет-ресурсу