

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ІНТЕРНЕТІ ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ



Мета курсу:



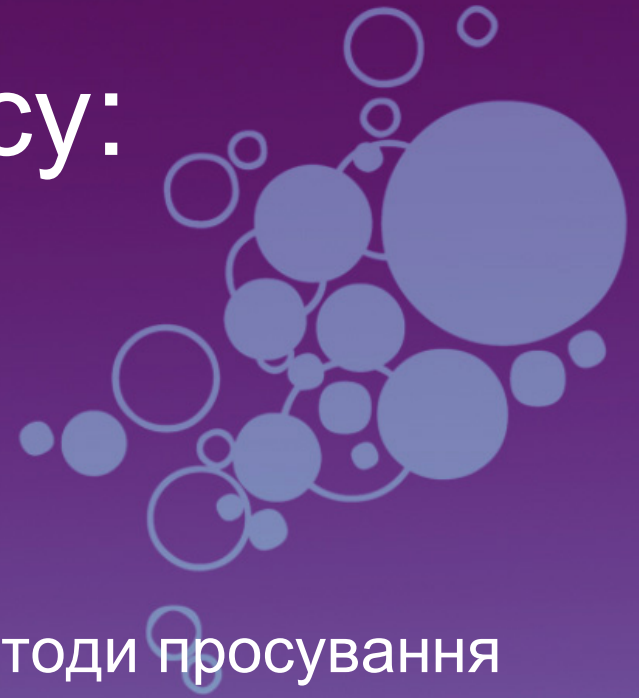
опанування студентами соціального
медіа маркетингу з метою
використання у своїй майбутній
професійній діяльності

Завдання курсу:



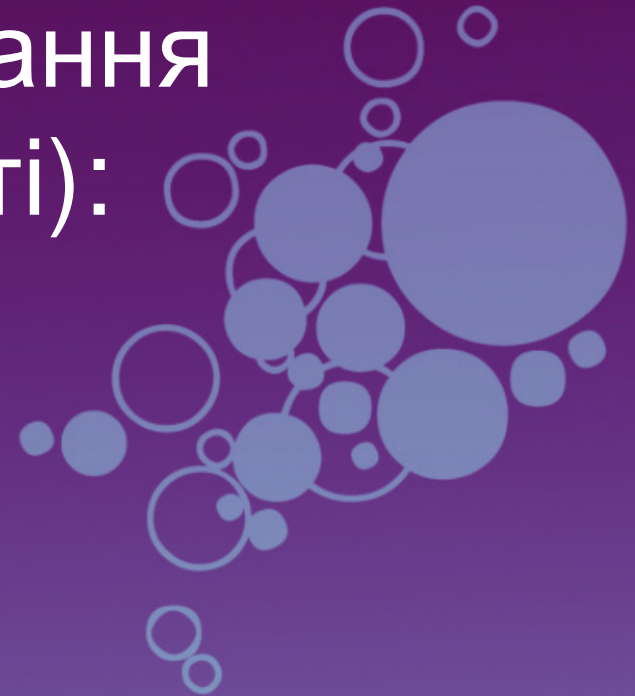
- оволодіти сучасними комунікаціями та особливостями впровадження їх у маркетинг;
- ознайомитися з особливостями різних соціальних мереж та розробкою проєкту просування продукту в цих мережах;

Завдання курсу:



- опанувати безкоштовні та платні методи просування через соціальні мережі;
- вивчити особливості поведінки користувачів соціальних медіа та пошуку цільової аудиторії;
- навчитися налаштовувати таргетовану рекламу у рекламному кабінеті Facebook;
- навчитися будувати вороку продажів для розробки ефективного комплексу маркетингових заходів.

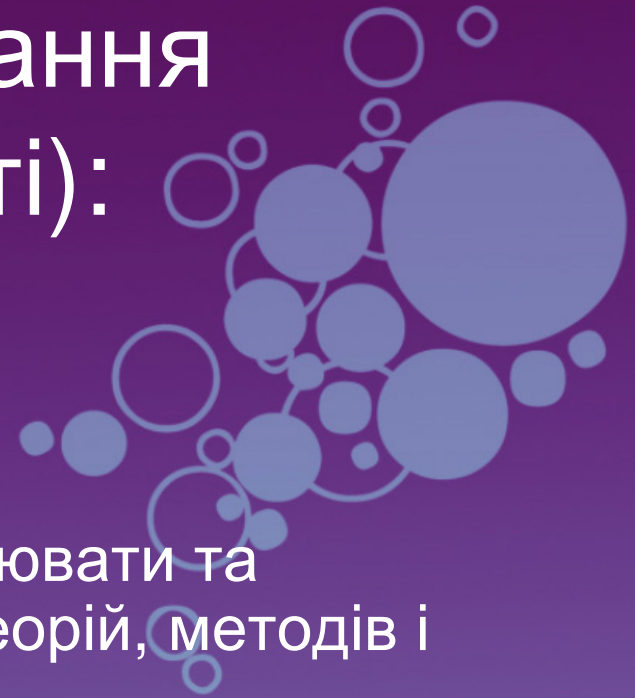
Результати навчання (компетентності):



загальні компетентності:

- здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- здатність розробляти проекти та управляти ними.
- здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

Результати навчання (компетентності):



фахові компетентності:

- здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
- здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.
- здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.
- здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.

Можливості

Дисципліна “Маркетингові комунікації в Інтернеті та соціальних мережах” надає студентам можливість:

- вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
- планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
- використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
- формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.