|  |  |
| --- | --- |
| Название дисциплины по выбору студента | **Интернет-маркетинг** |
| Специальность (специализация), для которой предлагается дисциплина по выбору | 1-26-02-03 Маркетинг  Без специализации (ССО), специализации: «Промышленный маркетинг» (ССО), «Рекламная деятельность» (ССО) |
| Ступень высшего образования | I |
| Название магистерской программы |  |
| Курс обучения для ЗФО | 2 |
| семестр обучения для ЗФО | 4 |
| объем дисциплины/  количество кредитов | 72 |
| Фамилия, И.О. лектора, ученое звание, ученая степень | Голик В.С., к.э.н., доцент |
| Дисциплина - предшественник | Маркетинг |
| Содержание дисциплины по выбору студента | 1 Концепция интернет-маркетинга  2 Маркетинговые исследования  3 Товарная политика, ценовая и политика распределения  4 Коммуникационная политика  5 Оценка эффективности сайта  6 Оценка эффективности интернет-проекта |
| Рекомендуемая литература | Енин Ю.И., Голик В.С., Ковалев А.П. Основы интернет-маркетинга. Учебно-методический комплекс /Ю.И. Енин, В.С. Голик, А.П. Ковалев. — Минск : МИУ, 2013. — 160 с.  Голик, В.С. Эффективность интернет-маркетинга в бизнесе / В.С. Голик. — Минск : Дикта, 2008. — 196 с. |
| Язык обучения | Русский |
| Требования к изучению дисциплины (при их наличии) | Изучение дисциплины «Маркетинг» |
| Кафедра, за которой закреплена дисциплина по выбору студента | Маркетинг |