

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/referat/185530>

Тип работы: Реферат

Предмет: Интернет-маркетинг

Введение.....	3
Понятие Интернет-маркетинга.....	4
Заключение.....	10
Список литературы.....	11

Введение

Интернет-маркетинг - самый недорогой способ выйти на целевой рынок, независимо от размера бизнеса. Интернет-маркетинг, также называемый веб-маркетингом, онлайн-маркетингом или электронным маркетингом, — это маркетинг продуктов или услуг через Интернет.

Интернет принес средства массовой информации глобальной аудитории. Интерактивный характер интернет-маркетинга с точки зрения предоставления мгновенных ответов и получения ответов — это уникальное качество его среды.

Интернет-маркетинг иногда считается широким по своему охвату, потому что он не только относится к маркетингу в Интернете, но также включает маркетинг, осуществляемый с помощью электронной почты и беспроводных средств массовой информации. Управление цифровыми данными о клиентах и электронные системы управления взаимоотношениями с клиентами также часто объединяются в Интернет-маркетинг. Интернет-маркетинг связывает творческие и технические аспекты Интернета, включая дизайн, разработку, рекламу и продажи.

С развитием технологий крайне важно, чтобы у вас был эффективный план интернет-маркетинга.

Интернет-маркетинг помогает развивать и продвигать бизнес и поэтому тема изучения данного вида маркетинга является крайне актуальной.

Интернет-маркетинг важен, потому что он согласуется с тем, как потребители принимают решения о покупке.

Эволюция коммуникационных технологий создала бизнес-среду, в которой стало необходимым, чтобы все компании развивали онлайн-присутствие, способное успешно привлекать их клиентскую базу.

Понятие Интернет-маркетинга

Цифровой маркетинг — это широкий термин, который описывает набор маркетинговых стратегий, которые используют цифровые каналы для продвижения ваших продуктов или услуг. Это общий термин, который описывает все, что использует цифровую платформу для маркетинга бизнеса, от платформ социальных сетей до телевизионной рекламы. Цифровая маркетинговая реклама распространяется не только на Интернет.

Интернет-маркетинг, также известный как онлайн-маркетинг, представляет собой подмножество цифрового маркетинга, которое включает в себя стратегии, которые используют для продвижения себя в Интернете.

Чтобы квалифицироваться как стратегия Интернет-маркетинга, она должна требовать, чтобы Интернет работал и соединялся с потенциальными клиентами. Интернет-маркетинг направлен на создание присутствия в сети.

Интернет-маркетинг, также называемый веб-маркетингом, онлайн-маркетингом или электронным маркетингом, — это маркетинг продуктов или услуг через Интернет. Интернет принес средства массовой информации глобальной аудитории. Интерактивный характер интернет-маркетинга с точки зрения предоставления мгновенных ответов и получения ответов — это уникальное качество среды.

Интернет-маркетинг иногда считается широким по своему охвату, потому что он не только относится к маркетингу в Интернете, но также включает маркетинг, осуществляемый с помощью электронной почты и беспроводных средств массовой информации. Управление цифровыми данными о клиентах и электронные системы управления взаимоотношениями с клиентами также часто объединяются в Интернет-маркетинг.

Появление концепции глобализации, развитие компьютерных технологий и Интернета на их вершине требует нового подхода в маркетинге. Поэтому с развитием Интернета и его влиянием на маркетинг появилась новая дисциплина маркетинговой науки, получившая название интернет-маркетинг.¹

Интернет-маркетинг можно определить по-разному, в зависимости от того, где мы находимся. Например, веб-разработчики и технологические интеграторы определили бы интернет-маркетинг как создание надежных и масштабируемых веб-сайтов с трафиком.

Для рекламодателей это касается интернет-рекламы и влияния интернет-рекламы на веб-трафик и создание бренда, а для групп интересов, связанных с управлением взаимоотношениями с клиентами, это персонализация.

Маркетологи определяют интернет-маркетинг как процесс построения и поддержания отношений с клиентами посредством онлайн-деятельности для облегчения обмена идеями, продуктами и услугами, которые удовлетворяют цели как покупателей, так и продавцов.²

Компоненты интернет-маркетинга:

Интернет-маркетинг развивается быстро. Он динамичен и требует, чтобы каждый онлайн-бизнес и маркетологи были в курсе изменений в системе. Интернет-маркетинг состоит из двух компонентов:

1. От В к В (B2B):

Список литературы

1. Маркетинг инноваций и инновационный маркетинг: учеб. пособие для студ. экон. спец. вузов / Ю.И. Осик, З.Н. Борбасова, О. В. Прокопенко, В.З. Валеева. — Караганда: Изд-во КарГУ, 2016. — 155 с.
2. Что такое email маркетинг: Руководство. <https://sendpulse.com/ru/support/glossary/email-marketing>
3. Bostanshirin S. Online marketing: challenges and opportunities // 8-10 September 2014- Istanbul, Turkey. Proceedings of SOCIOINT14- International Conference on Social Sciences and Humanities
4. Goldsmith, R.E. Current and future trends in marketing and their implications for the discipline. Journal of Marketing Theory and Practice, 2004. 12, 4(Fall).
5. Jones, A., Malczyk, A., Beneke, J. Internet Marketing: a highly practical guide to every aspect of internet marketing. Textbook. University of Cape Town, 2011. <http://hdl.handle.net/11427/4154>
6. What is influencer marketing: How to develop your strategy? <https://sproutsocial.com/insights/influencer-marketing/>
7. New B2B Buying Journey & its Implication for Sales. The B2B buying process has changed, has your sales

strategy? <https://www.gartner.com/en/sales/insights/b2b-buying-journey>

8. Owen M-J. Digital Marketing VS Traditional Marketing: Who's Winning the Battle? April 16, 2021.

<https://assetdigitalcom.com/digital-marketing-vs-traditional-marketing-whos-winning-the-battle/>

9. Role of Social Media and E-Commerce for Business Entrepreneurship // International Journal of Scientific Research in Computer Science, Engineering, and Information Technology, 2020.

https://www.academia.edu/44823051/Role_of_Social_Media_and_E_Commerce_for_Business_Entrepreneurship

10. Tiago, M.T.B., et al., International Reality of Internet Use as Marketing Tool. Journal of American Academy of Business, Cambridge, 2007. 11(1).

11. What's the Value of a Like? Social media endorsements don't work the way you might think. by Leslie K. John, Daniel Mochon, Oliver Emrich, and Janet Schwartz // Harvard Business Review. From the Magazine (March-April 2017). <https://hbr.org/2017/03/whats-the-value-of-a-like>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/referat/185530>