

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/319960>

Тип работы: Реферат

Предмет: Интернет технологии

Введение 3

1 Интернет-технологии: сущность, виды. Электронная коммерция. Сайт и поисковые системы как форма продвижения бизнеса 4

2 Интернет-магазин как форма продвижения бизнеса 9

3 Социальные сети и форумы в развитии малого бизнеса 11

4 Блог как способ продвижения бренда 13

5 Примеры продвижения бизнеса в социальной сети Telegram. Таргетирование 15

Заключение 21

Список используемой литературы 22

Введение

В настоящее время российская экономика находится под влиянием внешнего шока. Негативный эффект от пандемии, санкций затронул большинство отраслей отечественной экономики. Особенно остро события отразились на представителях малого бизнеса. Большая часть субъектов малого предпринимательства специализируется в торговле и сфере услуг.

Доминирование торговли и сферы услуг является характерной тенденцией для постиндустриальной ступени развития экономики страны, к тому же данная отрасль требует сравнительно небольших затрат для организации и ведения дел и дает возможность получить доход в короткие сроки.

Приостановление деятельности общепита, торговых центров, игровых комнат и т. п. привело к потере прибыли и всех оборотных средств бизнеса, поскольку необходимость в уплате аренды помещений и заработной платы осталась, а запасы средств пополнить не из чего.

В таких условиях использование интернет-технологий стало не столько преимуществом и возможностью расширения своего влияния, сколько необходимостью.

Целью данной работы является рассмотрение Интернет-технологий в бизнесе.

1 Интернет-технологии: сущность, виды. Электронная коммерция. Сайт и поисковые системы как форма продвижения бизнеса

На сегодняшний день количество пользователей сети Интернет достигло уже нескольких сотен миллионов и образовало свою нишу виртуальной экономики, где торговля совершается средствами торговых площадок.

Современные интернет-технологии можно разделить на несколько разновидностей.

Вид интернет-технологий

1 Реклама:

1) Email-рассылки

2) Тематические форумы и сайт

3) Поисковые системы

4) Личные блоги и сайты

5) Социальные сети

2 Коммуникация с клиентами

1) Электронная почта

2) Формы обратной связи

3) Социальные сети и форумы

3 Обучение

1) Видеоконференция

2) Аудиоконференция

4 Электронная коммерция

1) Интернет-магазин

2) Сайт

- 3) Воронки продаж
- 4) Сообщества в социальных сетях
- 5) Онлайн-игры

Электронная коммерция - это предпринимательская деятельность по продаже товаров или оказанию услуг через сеть Интернет.

Термин «электронная коммерция» относится к бизнес-модели, которая позволяет компаниям и физическим лицам покупать или продавать товары и услуги через Интернет. Электронная коммерция опирается на такие технологии, как мобильная коммерция, электронный перевод средств, управление цепочками поставок, интернет-маркетинг, онлайн-обработка транзакций, электронный обмен данными, системы управления запасами и автоматизированные системы сбора данных.

По итогам 2020 года в связи с пандемией новой коронавирусной инфекции (COVID-19) значительно вырос уровень сделок купли-продажи, совершаемых посредством сети Интернет. Соответственно, поднялся и уровень коммерческой деятельности, осуществляемой в электронном виде, в киберпространстве.

Выделяют две формы электронной коммерции:

- 1) торговля между предприятиями;
- 2) торговля между предприятиями и потребителями.

XXI век - век индустрии и информационных технологий с бурно развитой электронной торговлей. Процесс купли-продажи осуществляется при непосредственном участии кредитно-финансовых организаций. Данный способ ведения торговли становится все более популярным, по крайней мере, новым электронным рынком пользуется значительная часть населения и предприятий.

Многие предприниматели заинтересованы в том, чтобы его сайт имел самый высокий рейтинг у поисковых систем. Это уже задача SEO-специалистов, SEO-оптимизаторов, SEO-копирайтеров и SEO-рерайтеров. SEO-копирайтер – это специалист по созданию рекламных текстов в среде Интернет. Данные специалисты пишут тексты для карточек товаров в интернет-магазинах, контент для лендингов, то есть продающих страниц, составляют описания услуг на сайтах компаний. SEO-рерайтер - специалист, в обязанности которого входит переписывание текста своими словами без искажения фактов. Результатом такого поискового продвижения будет показатель увеличения посещаемости сайта и, как следствие, рост продаж. Существуют несколько видов оптимизации. SEO-специалисты условно делят методы оптимизации на белые, серые и чёрные в зависимости от соблюдения требований поисковых систем. Говоря о серых методах, стоит отметить, что данные способы официально не запрещены. Однако применение подобных подходов может быть определено поисковыми машинами как неестественное завышение известности. Многие поисковые механизмы блокируют подобные сайты. Перейдем к черной оптимизации. К ней относятся те системы, при использовании которых происходит нарушение правил и требований поисковых механизмов.

Рассмотрим, из каких компонентов состоит SEO. Конкретно SEO- это воздействие на факторы ранжирования алгоритмов поисковых систем. Принцип работы браузеров заключается в том, что они распознают по определенным факторам, какие сайты отвечают на той или иной запрос эффективнее. Оптимизатор модернизирует сайт, исходя из требований поисковых систем. Рассмотрим, каким образом это можно произвести. Необходимо учитывать ряд факторов, которые могут влиять на оценку сайта поисковыми системами.

Основные из них указал Леонид Гроховский (SEO-аналитик, автор системы «СайтРепорт», ведущий программ о поисковом продвижении на MegaIndex.TV):

- 1) Бурлакова А. В. Как личный бренд становится коммуникацией в обществе// Современная наука: актуальные вопросы, достижения и инновации. Сборник научных трудов по материалам XXXI Международной научно-практической конференции (г.-к. Анапа, 25 ноября 2020 г.). – Анапа: Изд-во «НИЦ ЭСП» в ЮФО, 2020. С. 16-20
- 2) Декоратор & Колорист Анастасия Павлова//https://vk.com/pavlova_decorator
- 3) Коришева, О.В. Анализ рисков и угроз конкурентоспособности Российской Федерации в аспекте цифровизации экономики и экономической безопасности / О.В. Коришева //ЭТАП: Экономическая Теория, Анализ, Практика. – 2018. – №5. – С. 78-85
- 4) Петрова М.А., Панов М.А. Роль функционала Интернет-магазина для привлечения клиентов//КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ НАУКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ. Сборник статей Международной научно-практической конференции. В 2-х частях. Том Часть 1. Уфа, 2022. С. 62-64
- 5) Пряхина А.В. Проблема реализации сетевой социокультурной событийной коммуникации в ситуации кризиса. Российская школа связей с общественностью. – 2020. – № 17. – С. 120-132

- 6) Скворцова Н.А., Ченцова К.Г. Развитие системы электронной коммерции торговых компаний// Научные записки ОрелГИЭТ. – 2020. - № 1 (33) – С.20-25
- 7) Скворцова Н.А., Макарова Т.Н. Маркетинговый анализ рынка: направления, этапы и методы// Вестник ОрелГИЭТ. – 2021. - № 3 (57). – С. 46-53
- 8) Чекмарев С. Г. Социальные сети для бизнеса в России. – М.: Омега-Л., 2020 – 114 с
- 9) Шебаршова П.Д. Блог как инструмент рекламы и PR//РЕКЛАМНЫЙ ВЕКТОР - 2020: SMART-КОММУНИКАЦИИ. Сборник материалов XIV Всероссийской научно-практической конференции. Москва, 2020. С. 106-108
- 10) Anastasia Pavlova | Decorator// https://t.me/pavlova_decorator
- 11) Sintezia [Электронный ресурс]. – URL: https://t.me/sintezia_live

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/319960>