

Ю.И. Енин
В.С. Голик
А.П. Ковалев

ОСНОВЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

Учебно-методический комплекс

Минск
Изд-во МИУ
2013

УДК 339.138
ББК 65.290-2
Е 61

Рецензенты:

В.Ф. Медведь, член-корреспондент Национальной академии наук Беларуси, доктор экономических наук, профессор, зав. сектором мировой экономики Института экономики Национальной академии наук Беларуси;

С.И. Барановский, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономической теории и маркетинга Белорусского государственного технологического университета

*Рекомендован к изданию кафедрой Минского института управления
(протокол № 3 от 23.10.2012 г.)*

Енин, Ю.И.

Е 61 Основы интернет-маркетинга: учеб.-метод. комплекс / Ю.И. Енин, В.С. Голик, А.П. Ковалев. – Минск: Изд-во МИУ, 2013. – 160 с.

ISBN 978-985-490-850-2.

В учебно-методическом комплексе рассматриваются теоретические основы интернет-маркетинга. Учебно-методический комплекс включает лекционный материал, тематику курсовых работ по дисциплинам «Информационное обеспечение и интернет-маркетинг» (для специализации «Маркетинг в электронной коммерции»). Дан расчет экономической эффективности использования интернет-маркетинга на предприятии.

Комплекс может быть полезен студентам разных специальностей, слушателям факультета повышения квалификации, а также магистрантам и аспирантам.

УДК 339.138
ББК 65.290-2

ISBN 978-985-490-850-2

© Ю.И. Енин, В.С. Голик,
А.П. Ковалев, 2013
© Оформление. МИУ, 2013

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
1 Развитие концепции маркетинга.....	6
2 Особенности методологии маркетинга в Интернете: основные понятия и определения	19
3 Возможности использования вэб-сайта для маркетинговых целей предприятия.....	27
4 Маркетинговые исследования в сети Интернет.....	45
5 Товарная политика и рынок услуг, ценовая политика и политика распределения. Возможности интернет-технологий.....	54
6 Организация коммуникативной политики в Интернете.....	58
7 Оценка эффективности сайта	74
8 Оценка эффективности функционирования интернет-проекта	80
9 Матричный метод обоснования маркетинговых решений... ..	96
10 Пример расчета эффективности новых технологий и услуг на предприятии связи.....	119
11 Вопросы к экзамену	130
12 Рекомендации по выполнению курсовой работы	132
Список использованных источников	145
Приложение А	147
Приложение В	155
Приложение С	157

ВВЕДЕНИЕ

Постоянный рост количества пользователей Интернета свидетельствует о том, что использование интернет-технологий обеспечивает фирмам широкие возможности для исследования запросов своих потенциальных и существующих потребителей и продвижения товаров и услуг на новые целевые сегменты мирового рынка.

В современном маркетинге важное внимание уделяется персонализированному подходу к каждому клиенту фирмы, так как выявив индивидуальные особенности каждого потребителя, можно создать конкурентоспособный продукт, который будет в полной мере учитывать нужды и потребности целевой аудитории и, следовательно, способствовать эффективной деятельности фирмы. Поэтому одним из преимуществ использования интернет-технологий в маркетинге является возможность обеспечения эффективных коммуникаций благодаря как прямой, так и обратной связи с каждым потребителем, не зависящей от времени и расстояния, отдаляющих продавца и покупателя. Применение интернет-технологий в маркетинге позволяет фирме выстроить более открытые и доверительные отношения с клиентами. Неоспоримо, что это благотворно влияет на их продолжительность и соответственно на успешность деятельности фирмы в будущем.

Опыт использования интернет-технологий в экономике многих государств мира доказал существенную значимость интернет-маркетинга в условиях глобализации экономических процессов.

Интернет-маркетинг поможет интеграции Республики Беларусь в мировые экономические процессы. Качественные белорусские товары и услуги можно предлагать на глобальном рынке, используя эффективные стратегии электронной коммерции и интернет-маркетинга. Благодаря этому можно повысить узнаваемость и привлекательность белорусских торговых марок на внешних рынках, а лучшие из них превратить в известные бренды. Ведь одним из отличий бренда от обычной торговой марки является то, что качественный продукт, представляющий собой бренд, можно продать за относительно высокую цену.

В условиях нарастания мирового финансового кризиса конкурентная борьба фирм за покупателя ужесточается, и поэтому для успешной коммерческой деятельности необходимы эффективные инструменты воздействия на сознание целевых потребителей, что делает интернет-маркетинг наиболее востребованным.

Благодаря использованию интернет-маркетинга фирмы получают возможности выхода на локальные сегменты различных географических рынков и проведения маркетинговых исследований. Поэтому одним из направлений развития современного бизнеса является концентрация деятельности фирм на узкоспециализированных рынках в глобальном масштабе.

Использование интернет-технологий сопряжено с определенными затратами, которые могут иметь для фирмы нежелательные последствия. Поэтому в современной маркетинговой деятельности фирм важную роль играет оценка эффективности маркетинговых мероприятий. Для этого необходимо понимать сущность термина «эффективность» и знать, как она может быть оценена.

В данном учебно-методическом комплексе рассмотрены основные направления интернет-маркетинга, которые помогут сформировать у студентов представление о практических возможностях использования интернет-технологий в маркетинговой деятельности фирм (предприятий).