

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://stuservis.ru/referat/271538>

Тип работы: Реферат

Предмет: Введение в бизнес

Введение 3

1. Теоретические основы продвижения товаров в сети Интернет 4

1.1. Общая характеристика продвижения товара в Интернете 4

1.2 Основные способы продвижения товара в Интернете 7

2. Основные инструменты продвижения коммерческого предприятия в Интернете 13

Заключение 17

Список литературы 18

Введение

Актуальность темы исследования: Функционирование национальных рынков товаров и услуг, их интеграция в мировую экономическую систему невозможно без развития электронного бизнеса, понимаемого в широком смысле как использование информационных и коммуникационных технологий на всех этапах торговых операций, включая поиск. и порядок товаров, оплаты и доставки товаров и услуг потребителям. Электронный бизнес развивается как особенность современного этапа глобализации и начинает занимать все более заметное место как в мировой торговле товарами и услугами, так и во внутренней торговле. Использование современных информационных и коммуникационных технологий в торговле и закупках, и, прежде всего, в Интернете, в настоящее время становится основным фактором, обеспечивающим значительное снижение затрат на проведение торговых операций и рационализацию экспортно-импортных операций за счет упрощения торговли и транспорта. Мощное развитие социальных сетей в России открывает для брендов невероятные возможности. Такие сервисы, как ВКонтакте, Twitter, Facebook, MySpace,

Объект исследования – электронный бизнес.

Предмет исследования – продвижение электронного бизнеса в сети Интернет.

Цель работы – изучить продвижение предприятия электронного бизнеса в сети Интернет.

Задачи исследования:

- изучить общая характеристика продвижения товара в Интернете;
- рассмотреть основные способы продвижения товара в Интернете;
- охарактеризовать основные инструменты продвижения коммерческого предприятия в Интернете.

Структура работы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы.

1. Теоретические основы продвижения товаров в сети Интернет

1.1. Общая характеристика продвижения товара в Интернете

Продвижение товара - это совокупность мероприятий, направленных на: предоставление пользователям информации о преимуществах продукции; убеждение потенциальных потребителей в выгодности конкретной покупки; поддержание лояльности за счет указания на основные преимущества, такие как высокое качество, низкая цена и длительный срок службы.

Независимо от того для какой категории потребителей предназначается товар и какая цена на него установлена, реклама и продвижение товара должны проводиться в комплексе. Маркетинговые компании применяют для этих целей интернет, радио, телевидение, билборды и печатные издания.

В западноевропейских странах маркетинговые мероприятия проводятся в основном с помощью интернета. Например, в Великобритании более 70 % всех маркетинговых мероприятий осуществляется в интернете. Все чаще интернет для продвижения товара на рынке применяют и в России. Объем интернет-рекламы каждый год увеличивается и составляет примерно 50%. Такие данные впечатляют, особенно если учесть тот факт, что другие инструменты, используемые для продвижения товаров, теряют свои позиции, в лучшем случае - сохраняют их .

Продвижение товаров с помощью интернета имеет свои особенности, большинство из них - явные преимущества. Именно по этой причине товары в интернете продвигают как крупные корпорации, так и маленькие компании. Многие компании не могут полноценно выйти на рынок без раскрутки продукции в

сети. Продвижение товара в интернете представляет собой достаточно выгодный вид рекламы, так как аудитория рунета постоянно растёт и увеличивается. На данный момент, в интернете легко можно найти целевую аудиторию для любого товара или услуги.

Количество пользователей интернета постоянно растёт, поэтому интернет-реклама и интернет-маркетинг становятся всё более популярными. На данный момент, интернетом в России пользуется около 80 миллионов человек. Дневная аудитория составляет около 45 миллионов. Рост аудитории рунета составляет около 15% ежегодно. Так же, интернет обладает наиболее большой аудиторией, по сравнению с традиционными видами рекламы [8].

Среди пользователей интернета можно легко найти целевую аудиторию для каждого продукта, так как, в рунете находятся люди практически всех возрастов с различным уровнем доходов. Главное — это правильно определиться с целевой аудиторией, так как нацеливать рекламу нужно на конкретных людей, а не на всё общество в целом. Если же не анализировать целевую аудиторию, то существенно увеличивается вероятность потратить бюджет на рекламные кампании впустую, не получив отклика со стороны потенциальных потребителей.

Средняя стоимость продвижения товара в интернете может колебаться в интервале от 10 до 500 тысяч рублей, в зависимости от уровня агентства, которое будет оказывать данную услугу.

1. Алдарова, И.К. Социальные сети как инструмент современного маркетинга // Бизнес-образование в экономике знаний. 2017. №2 (7).
2. Зеркалий, Н.Г. Современные методы продвижения интернет-бизнеса // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-metody-prodvizheniyainterneta-biznesa>
3. Карпова, М. К. Продвижение малого бизнеса в сети интернет / М. К. Карпова, К. И. Дятлова // Наука. Общество. Государство : [сайт]. — 2019. — № 1 (25). [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/prodvizhenie-malogo-biznesa-v-seti-internet>
4. Мизякина, О. Б. Бизнес в сети интернет: основные формы и перспективы развития / О. Б. Мизякина // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета : [сайт]. — 2017. — № 4 (68). — С. 86–90.
5. Тодоров В., Айзятулова И. Рыночная капитализация социальной сети Facebook. // Газета. ру. [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.gazeta.ru/business/2014/09/09/6207737.shtml>

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://stuservis.ru/referat/271538>