

*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/diplomnaya-rabota/9214>

**Тип работы:** Дипломная работа

**Предмет:** Интернет маркетинг

Содержание

Введение 3

1. Сущность и виды интернет-маркетинга 5

1.1. Понятия и особенности интернет-маркетинга 5

1.2. Виды и инструменты Интернет-маркетинга 14

2. Анализ и выбор маркетинговых инструментов 25

2.1. Описание предприятия 25

2.2. Анализ конкурентной среды в сети Интернет 26

2.3. Выбор инструментов Интернет-маркетинга 33

3. Продвижение компании и оценка его эффективности 39

3.1. Разработка политики продвижения 39

3.1.1. Создание и продвижение группы ВКонтакте 39

3.1.2. Продвижение в Instagram 47

3.1.3. Продвижение на ресурсе Facebook 49

3.2. Прогноз эффективности 52

Заключение 57

Список использованной литературы 59

Введение

В условиях жесткой конкуренции современного, динамично развивающегося общества все большее значение приобретает процесс внедрения технологий продвижения в различных отраслях экономики. В связи с этим остро встают проблемы управления этим процессом, проблемы адаптации к изменениям маркетинговой среды.

Руководители современных предприятий приходят к пониманию необходимости внедрения инновационных технологий и процессов продвижения. Инновационная деятельность в сфере продвижения и ведения бизнеса все чаще рассматривается в качестве единственного способа повышения конкурентоспособности компаний, поддержания высоких темпов развития и уровня доходности.

Современные IT-технологии позволяют значительно расширить бизнес-среду деятельности. Интернет, как особая бизнес-среда, предлагает огромные возможности для ведения бизнеса и современное положение дел тому доказательство. Всего за несколько лет Интернет-торговля совершила огромный скачок и продолжает активно захватывать рынок. Все это говорит о том, что интернет-магазин – одна из наиболее актуальных сегодня форм ведения бизнеса, поэтому в данной выпускной работе бакалавра будут рассмотрены основные моменты, связанные с созданием и продвижением интернет-магазина.

Актуальность темы обусловлена тем, что сегодня на российском рынке работают сотни компаний, и одно из наиболее эффективных орудий в бою за клиентов – грамотно составленные и продуманные кампании по продвижению. В арсенале у компаний большой выбор способов продвижения: наружная реклама, телевизионная реклама, реклама в наземном транспорте и метро, участие в специализированных выставках, промоакции, СМИ, интернет-реклама и прочее. Главное – четко определить концепцию компании, цели и задачи, которые ставит та или иная компания и в рамках имеющегося бюджета выбрать оптимальный набор инструментов продвижения для получения конкурентных преимуществ в бизнесе.

Продвижение интернет-бизнеса имеет свою специфику, которая проявляется в особенностях применения, уровне эффективности, особенностях каналов, а также в целях и задачах деятельности. Кроме того, существует ряд объективных особенностей деятельности интернет-компаний (например, низкий уровень затрат, охват аудитории, режим деятельности), влияющих на рекламу. Все эти факторы необходимо учитывать при разработке концепции интернет-компания и стратегии ее продвижения для получения

максимального результата.

Объектом исследования данной работы являются маркетинговые инструменты продвижения интернет-компании. Предметом – концепция и стратегия продвижения кондитерской «Кексики Надежды».

Цель работы: разработка и внедрение концепции и стратегии продвижения кондитерской «Кексики Надежды».

Задачи работы:

Рассмотреть концепцию компании как часть стратегии продвижения;

1. Проанализировать существующие способы продвижения в Интернете;
2. Проанализировать стратегии продвижения конкурентов и оценить их эффективность;
3. Разработать стратегию продвижения кондитерской «Кексики Надежды»;
4. Разработать инструкцию пользователю по продвижению кондитерской «Кексики Надежды» в социальных сетях.

Практическая значимость работы заключается в создании инструкции пользователю по продвижению кондитерской «Кексики Надежды» в социальных сетях на основе разработанной концепции.

## 1. Сущность и виды интернет-маркетинга

### 1.1. Понятия и особенности интернет-маркетинга

Бурное развитие научно-технического прогресса и информатизация бизнеса являются важными факторами переориентации основных направлений деятельности большинства предприятий, в том числе, возникновения новых видов маркетинга. Одним из результатов научно-технического прогресса является создание принципиально нового вида маркетинга - Интернет-маркетинга. Интернет переносит некоторые предприятия на глобальный уровень, упрощает и улучшает заключение различных договоров между предприятиями, ускоряет коммуникацию, способствует поиску целевой аудитории, а также распространению продукции и услуг через Интернет. Можно сказать, что Интернет приобретает все большее значение не только для основного пользователя, но даже для экономического развития различных предприятий и государств.

Развитие информационных технологий, среди которых одно из ключевых мест занял Интернет, появление и бурный рост электронной коммерции стали основой для возникновения нового направления в современной концепции маркетинга взаимодействия - Интернет-маркетинга.

### Список использованной литературы

1. Ашманов И.С. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах / И.С. Ашманов, А.А. Иванов. СПб: Питер, 2011. 463 с.
2. Басов А.Г. Контекстная реклама в Интернете. Настольная книга рекламиста / А. Басов. СПб: Питер, 2009. 224 с.
3. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е.П. Голубков. - М.: Из-во Финпресс, 2003.
4. Данишевская О. Г. Оценка эффективности рекламных кампаний в сети Интернет / О. Г. Данишевская // Реклама. Теория и практика. - 2009. - №4.- С. 262-271.
5. Макарова, М.В. Электронная коммерция: пособие для студентов вузов / М.В. Макарова. - К.: Академия, 2012.
6. Тепина Д.О. Определение понятия интернет-маркетинга // Экономика и управление. 2011. С. 187-191.
7. Травникова М. А. Практика продвижения в социальных сетях / М. А. Травникова, М. А. Гоненко // Маркетинговые коммуникации. - 2011. - №1.- С. 28-37.
8. Успенский, И.В. Интернет как инструмент маркетинга / И.В. Успенский. - СПб.: БХВ Санкт-Петербург, 2015. - 400 с.
9. Успенский, И.В. Интернет-маркетинг: учеб. для вузов / И.В. Успенский. - СПб.: Изд-во СПГУЭиФ, 2011. -- 400 с.
10. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях / Д. Халилов - Манн, Иванов и Фербер; Москва; 2013 - 200с.
11. Холмогоров В. Интернет-маркетинг: краткий курс: учебник / В. Холмогоров. - СПб.: Питер, 2009. - 272с.
12. Хуснутдинов Р.Ф., Хамитова И.А. Основы интернет маркетинга //Материалы VII Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум». 2015. С. 10-13
13. Яковлев А.А. Контекстная реклама. Основы. Секреты. Трюки / А.А. Яковлев, А.В. Чупрун. СПб: БХВ-Петербург, 2009. 304 с.

14. Пользователи Интернета в мире [Электронный ресурс] // Интернет в России и в мире, 2016 - Режим доступа: [http://www.bizhit.ru/index/polzovateli\\_Interneta\\_v\\_mire/0-404](http://www.bizhit.ru/index/polzovateli_Interneta_v_mire/0-404)

*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/diplomnaya-rabota/9214>