

*Жадько В.С.*

*студент кафедры «Управление и предпринимательство»*

*Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ДГТУ*

*в г.Шахты, РФ*

*Семенов А.Ю.,*

*ст.преподаватель кафедры «Управление и предпринимательство»*

*Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ДГТУ*

*в г.Шахты, РФ*

## **ПРИНЦИПЫ И ИНСТРУМЕНТЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА**

*Аннотация: в работе авторы исследуют основные принципы и особенности продвижения товаров и услуг посредством Интернет-маркетинга. В статье авторы делают акцент на эффективности инструментов интернет-маркетинга в современной информатизированной среде.*

*Ключевые слова: продвижение услуг, маркетинг, интернет-маркетинг, маркетинговые инструменты*

*Zhadko V.S.*

*student of the department "Management and Entrepreneurship"*

*Institute of Service and Entrepreneurship (Branch) DGTU in Shakhty, Russia*

*Semenov A.Yu.,*

*Senior Teacher of the Department "Management and Entrepreneurship"*

*Institute of Service and Entrepreneurship (Branch) DGTU in Shakhty, Russia*

## **PRINCIPLES AND INSTRUMENTS OF INTERNET MARKETING**

*Abstract: In this work, the authors examine the basic principles and features of the promotion of goods and services through Internet marketing. In the article the authors focus on the effectiveness of Internet marketing tools in the modern informatized environment.*

*Keywords: promotion of services, marketing, Internet marketing, marketing tools.*

Современность характеризуется цифровизацией общества и экономики, что выражается как изменением быта людей, так и рабочего пространства и процесса. В повседневной жизни людей можно заметить этот процесс по наличию гаджетов практически у каждого члена общества и массовым использованием ресурсов глобальной сети Интернет. В связи с тем, что большинство граждан применяют повседневно в быту и профессиональной деятельности интернет технологии, коммерческие организации решили использовать это с целью увеличения прибыли, привлекая пользователей сети различными маркетинговыми инструментами.

На сегодняшний момент существуют различные способы продвижения товаров и услуг, в том числе и через Интернет. Рассмотрим некоторые из них.



Рисунок 1 – Виды Интернет-маркетинга при продвижении товаров и услуг

Первым и наиболее популярным среди предпринимателей является продвижение товаров и услуг в социальных сетях. Так, например, лидером по продвижению товаров и услуг в России является социальная сеть Instagram, далее ВКонтакте, затем Одноклассники и другие. Социальные сети позволяют передавать рекламную запись фирмы максимальному количеству знакомых людей, если отметят ее специфическим образом («лайкнут» или «репостнут») [3].

Широкую популярность в России приобретают Интернет-доски объявлений, такие как «Авито», «Юла» и др. На подобных досках объявления располагают любую рекламную информацию, в том числе о поиске работников или рабочих. Стоит отметить, что маркетинговые мероприятия в социальных сетях и на Интернет-досках объявлений характеризуются своей малозатратностью и эффективностью одновременно.

В некоторых секторах экономики стала популярна видео-реклама в сети Интернет, которая распространяется, например, с помощью YouTube [2]. Видео-реклама может носить исключительно информационный характер, повествуя о фирме. Может преследовать функцию «инструкции», давая подробные рекомендации по оказанию услуги. Также, это может быть видео, в котором заказчики рекомендуют услуги фирмы, что располагает новых клиентов фирмы сделать выбор в пользу услуг конкретной организации.

В сети Интернет есть и более затратные способы маркетинга, направленные на продвижение товаров и услуг. Так, Google, помогает осуществлять развернутую рекламную политику с максимальным охватом пользователей. Эта реклама может считаться интеллектуальной, т.к. Google исследует запросы пользователей браузера и на основе полученной статистики сможет показывать рекламу именно тем пользователям, которые нуждаются в товарах и услугах, продвигаемых данным способом [1].

Как уже было сказано, многие Интернет-инструменты маркетинга являются малозатратными, несмотря на обширный охват аудитории. Поэтому при планировании рекламной кампании организации в современном мире

важно включить инструменты Интернет-маркетинга в список способов продвижения товаров или услуг.

#### **Список литературы:**

1. Дбар Д.Г., Горностаева Ж.В. Совершенствование управление услугами на основе использования информационных технологий // Экономика и социум. – 2014. – № 2-1 (11). – С. 1402-1404.
2. Лезина Т. А. Рекламная кампания в Интернете: проблема измерения эффекта/Т. А. Лезина, Т. А. Лукичева, И. Н. Сидоров // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5, Экономика. -СПб.:Изд-во СПбГУ, 2013,N N 1.-С.132 – 142
3. Холмогоров В. Интернет-маркетинг. Краткий курс. 2-е издание. СПб, «Питер», 2012.