

РЕФЕРАТ

Медведева Ксения Васильевна

Интернет-маркетинг как инструмент продвижения компаний

Ключевые слова: интернет, интернет-маркетинг, SMM, контекстная реклама.

Цель исследования – инструментов интернет-маркетинга как способа продвижение в интернете.

Объект исследования – интернет-маркетинг.

Предмет исследования – контекстная реклама и продвижение в социальных сетях.

Методология и методы исследования. Основу методологии исследования составили деятельностный подход, который позволил осуществить теоретический анализ литературных источников в области интернет-маркетинга и рекламы. Системный и структурно-функциональный подходы были нацелены на определение основных элементов интернет-маркетинга и особенностей их взаимодействия. Для выявления основных тенденций в развитии и эффективности интернет-маркетинга методы экспертной оценки были систематизированы и синтезированы практические и теоретические материалы.

Результаты исследования. В результате проделанной работы мы выяснили, что сфера интернет-рекламы постоянно развивается, создается огромное количество бесплатных площадок для размещения товаров и услуг, но самыми эффективными инструментами продвижения в интернете остаются контекстная реклама и SMM. Это эффективные инструменты для развития торговли и бизнеса, повышающий продажи. Инструменты, воздействующие на аудиторию при ее грамотном использовании. Но важно понимать, что в сфере интернет-рекламы очень высокая конкуренция, поэтому для того, чтобы ваша реклама приносила результат, ее нужно настраивать грамотно и креативно.

РЭФЕРАТ

Мядзведзева Ксенія Васільеўна

Інтэрнэт-маркетынг як інструмент прасоўвання кампаній

Ключавыя словы: інтэрнэт, інтэрнэт-маркетынг, SMM, кантэкстная рэклама.

Мэтай даследавання - інструментаў інтэрнэт-маркетынгу як спосабу прасоўвання ў інтэрнэце.

Аб'ект даследавання – інтэрнэт-маркетынг.

Прадмет даследавання – кантэкстная рэклама і прасоўвання ў сацыяльных сетках.

Метадалогія і метады даследавання. Аснову метадалогіі даследавання склалі дзейнасны падыход, які дазволіў ажыццявіць тэарэтычны аналіз літаратурных крыніц у вобласці інтэрнэт-маркетынгу і рэкламы. Сістэмны і структурна-функцыянальны падыходы былі нацэлены на вызначэнне асноўных элементаў інтэрнэт-маркетынгу і асаблівасцяў іх узаемадзеяння. Для выяўлення асноўных тэндэнцый у развіцці і эфектыўнасці інтэрнэт-маркетынгу метады экспертнай ацэнкі былі сістэматызаваны і сінтэзаваны практычныя і тэарэтычныя матэрыялы.

Вынікі даследавання. У выніку праведзенай работы мы высветлілі, што сфера інтэрнэт-рэкламы пастаянна развіваецца, ствараецца вялікая колькасць бясплатных пляцовак для размяшчэння тавараў і паслуг, але самымі эфектыўнымі інструментамі прасоўвання ў інтэрнэце застаюцца кантэкстная рэклама і SMM. Гэта эфектыўныя інструменты для развіцця гандлю і бізнесу, які падвышае продажы. Інструменты, якія ўздзейнічаюць на аўдыторыю пры яе правільным выкарыстанні. Але важна разумець, што ў сферы інтэрнэт-рэкламы вельмі высокая канкурэнцыя, таму для таго, каб ваша рэклама прыносіла вынік, яе трэба наладжваць пісьменна і крэатыўна.

ABSTRACT

Medvedeva Kseniya Vasilevna

Internet marketing as a tool of companies' promotion.

Keywords: Internet, Internet marketing, SMM, contextual advertising.

The aim of the research – is internet marketing tools used as a promotion way.

The object of research – internet marketing.

The subject of research – are contextual advertising and social networks promotion.

Methodology and research methods. Activity-based approach is the basis of the research methodology. It allowed to make a theoretical analysis of literary sources in the field of Internet marketing and advertising. System and structural-functional approaches were aimed to determine the basic elements of Internet marketing and their interaction. Methods of expert evaluation were systematized and practical and theoretical materials were synthesized for the purpose of spotting trends in internet-marketing development and effectiveness.

The results of the study. As a result of the work done we found out that internet advertising is constantly evolving and a huge number of free platforms for placing goods and services was created. However, contextual advertising and SMM remain the most effective tools for internet promotion. These tools are effective for the development of trade and business and increase sales. Tools affect the audience with its proper use. But it is important to understand, that there is a huge competition in internet-marketing sphere, so in order to get results you need to configure it properly and creatively.