

**Интернет-маркетинг** : учебник для академического бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Романенковой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 288 с. — Серия : Бакалавр. Академический курс.

## Оглавление

<b>Авторский коллектив</b> .....	<b>5</b>
<b>Список сокращений</b> .....	<b>6</b>
<b>Предисловие</b> .....	<b>8</b>
<b>Глава 1. Интернет-маркетинг как новая форма организации рыночной деятельности организаций</b> .....	<b>11</b>
1.1. Цели, задачи и современные направления развития интернет-маркетинга.....	11
1.2. Место и роль мероприятий интернет-маркетинга в продвижении российских и иностранных компаний.....	26
1.3. Способы и формы осуществления торговой деятельности в Интернете....	34
<i>Выводы</i> .....	42
<i>Контрольные вопросы и задания</i> .....	43
<i>Тесты</i> .....	43
<b>Глава 2. Интернет как торговая среда электронного рынка</b> .....	<b>45</b>
2.1. Виды и структура веб-сайтов.....	45
2.2. Организация интернет-маркетинга.....	65
2.3. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет.....	82
2.4. Ценовые стратегии интернет-маркетинга.....	90
<i>Выводы</i> .....	122
<i>Контрольные вопросы и задания</i> .....	123
<i>Тесты</i> .....	124
<b>Глава 3. Проведение маркетинговых исследований в Интернете</b> .....	<b>126</b>
3.1. Организация маркетинговых исследований.....	126
3.2. Исследование рекламной аудитории: способы проведения и методы обработки результатов.....	142
3.3. Веб-аналитика как инструмент повышения эффективности интернет-маркетинга.....	154
<i>Выводы</i> .....	165
<i>Контрольные вопросы и задания</i> .....	167
<i>Тесты</i> .....	169
<b>Глава 4. Маркетинговые коммуникации в Интернете</b> .....	<b>170</b>
4.1. Маркетинговые коммуникации и методы продвижения продукции в Интернете.....	170
4.2. Поисковый маркетинг <i>SEM</i> для привлечения целевых посетителей.....	179
4.3. Роль социальных сетей как современного инструмента коммуникации с целевыми аудиториями.....	194

<i>Выводы</i> .....	229
<i>Контрольные вопросы и задания</i> .....	230
<i>Тесты</i> .....	233
<b>Глава 5. Оценка эффективности мероприятий интернет-маркетинга...</b>	<b>235</b>
5.1. Понятие эффективности мероприятий интернет-маркетинга.....	235
5.2. Аналитический отчет как элемент оценки рекламных кампаний в сети Интернет.....	248
5.3. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы и поисковой оптимизации сайтов.....	256
<i>Выводы</i> .....	260
<i>Контрольные вопросы и задания</i> .....	262
<i>Тесты</i> .....	263
<b>Литература</b> .....	<b>265</b>
<b>Приложение. Из практики агентства «Редкая марка»: разработка стратегии продвижения в социальных медиа для бренда <i>Rondell</i>. . . . .</b>	<b>268</b>
<b>Ответы на тесты</b> .....	<b>287</b>