

УДК 004.7(075.8)+338(075.8)

ББК 32.973я73+65.290-2я73

К29

Печатается по решению кафедры менеджмента и инновационных технологий Института управления в экономических, экологических и социальных системах Южного федерального университета (протокол №12 от 18 января 2017 г.)

Рецензенты:

доктор технических наук, профессор кафедры государственного и муниципального управления Института управления в экономических, экологических и социальных системах Южного федерального университета *Г. В. Горелова*

доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и финансов Таганрогского института управления и экономики *И. Н. Олейникова*

Катаев, А. В.

К29 Интернет-маркетинг : учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2018. – 153 с.

ISBN 978-5-9275-2673-4

В пособии подробно описаны основы маркетинговой деятельности, осуществляемой преимущественно с помощью интернета. Рассмотрены базовые вопросы маркетинга, маркетинговых исследований, формирования маркетингового предложения и продвижения бизнеса в интернете. Особое внимание уделено практическим методам и инструментам разработки посадочных страниц и поисковой оптимизации сайта, проведения рекламных кампаний и продвижения в социальных сетях.

Пособие предназначено для студентов, обучающихся по направлениям «Бизнес-информатика», «Менеджмент», «Экономика» и пр.

УДК 004.7(075.8)+338(075.8)

ББК 32.973я73+65.290-2я73

ISBN 978-5-9275-2673-4

© Южный федеральный университет, 2018

© Катаев А. В., Катаева Т. М., 2018

© Оформление. Макет. Издательство

Южного федерального университета, 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА 1. ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА.....	6
1.1. Маркетинг как философия бизнеса и вид деятельности	6
1.2. Комплекс маркетинга	16
1.3. Сегментирование рынка и портрет потребителя	19
Контрольные вопросы.....	21
Практические задания	22
ГЛАВА 2. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ИНТЕРНЕТЕ И ВЕБ-АНАЛИТИКА	25
2.1. Маркетинговые исследования: цели, задачи и направления исследований	25
2.2. Объем рынка и его оценка	37
2.3. Системы веб-аналитики	43
2.4. Составление семантического ядра и анализ поисковых запросов.....	444
Контрольные вопросы.....	49
Практические задания	50
ГЛАВА 3. КОММУНИКАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ ИНТЕРНЕТ- МАРКЕТИНГА.....	52
3.1. Маркетинговые коммуникации и продвижение товаров и услуг	52
3.2. Разработка стратегии интернет-продвижения	53
Контрольные вопросы.....	57
Практические задания	58
ГЛАВА 4. САЙТ И ПОСАДОЧНАЯ СТРАНИЦА	59
4.1. Основы разработки сайтов.....	59
4.2. Коммерциализация сайтов и ключевые показатели эффективности.....	62
4.3. Партнерские программы коммерческих сайтов и их агрегаторы.....	65
4.4. Посадочная страница (landing page) коммерческого сайта.....	68
4.5. Комплексное продвижение коммерческого сайта в интернете	80
Контрольные вопросы.....	83
Практические задания	84

ГЛАВА 5. ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА.....	85
5.1. Медийная (баннерная) реклама	85
5.2. RTB-технология интернет-рекламы	92
5.3. Контекстная реклама	96
Контрольные вопросы	97
Практические задания.....	99
ГЛАВА 6. ПОИСКОВОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТА	100
6.1. Способы привлечения посетителей из поисковых систем	100
6.2. SEO-аудит сайта	113
Контрольные вопросы	119
Практические задания.....	120
ГЛАВА 7. ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ:	
SMM И SMO	121
7.1. Продвижение бренда с помощью SMM	122
7.2. Обзор популярных социальных сетей.....	125
7.3. Social Media Optimization (SMO)	128
Контрольные вопросы	129
Практические задания.....	130
ГЛАВА 8. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ	
ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА	131
8.1. Постклик-анализ.....	131
8.2. Оценка показателей ROI и CQI.....	136
8.3. Действия по результатам оценки эффективности	137
Контрольные вопросы	138
Практические задания.....	139
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ПРИМЕРЫ ПОРТРЕТОВ КЛИЕНТОВ	
ГОСТИНИЦЫ	140
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ПРИМЕРЫ ПОРТРЕТОВ ЗАКАЗЧИКОВ	
МЕТИЗОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ	145
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. СХЕМА ПОСАДОЧНОЙ СТРАНИЦЫ	150
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	151