

УДК 339.138
ББК 65.290-2

Москалев С.М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе: Учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент. – СПб: СПбГАУ, 2018. – 99 с.

Рецензенты:

доктор экономических наук, профессор **Г.А. Ефимова**,
кандидат экономических наук, доцент **Т.Г. Виноградова**

Учебное пособие предназначено для освоения курса «Интернет-технологии и реклама в бизнесе» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент. Пособие также адресовано студентам агробиологических и экономических факультетов аграрных вузов, специалистам по рынкам, научным работникам.

Учебный материал адаптирован к российским особенностям и разрабатывался с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент. В целях лучшего усвоения пройденного материала в разделах приведены вопросы для закрепления пройденного материала, в конце пособия представлены варианты тестов для самопроверки, кейс-задача и глоссарий, которые позволяют обучающимся самостоятельно осуществлять оперативный контроль за усвоением материала.

Учебное пособие рекомендовано к изданию и публикации на электронном носителе для последующего размещения в сети СПбГАУ согласно соответствующему договору Учебно-методическим советом СПбГАУ, протокол №1 от 30 января 2018 года.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	4
1. Информационные технологии и их использование в управлении бизнесом.....	5
2. Понятие Интернет-рекламы и особенности рекламного рынка как маркетингового канала	12
3. Основные характеристики Интернет-рекламы. Возможности рекламной кампании в Интернете	14
4. Виды рекламы в Интернете и их классификация	17
5. Интернет-технологии в современном бизнесе: преимущества и рекомендации	24
6. Рекламодатель, рекламораспространитель и рекламная сеть	29
7. Характерные особенности Интернет-рекламы	34
8.Преимущества и недостатки Интернет-рекламы	35
8.1. Преимущества Интернет-рекламы	35
8.2. Недостатки Интернет-рекламы	38
9. Основные тенденции в развитии рынка Интернет-рекламы	41
10. Причины выбора Интернета из всего комплекса маркетинговых коммуникаций	48
11. Основы Social Media Marketing (SMM)	50
12. Поисковая оптимизация (SEO) и продвижение сайтов.....	55
Заключение	60
Тестовые задания	61
Кейс	93
Глоссарий	96
Список использованной литературы	99