

СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

И.Р. Езеева, З.В. Соскиева

В условиях глобализации и необходимости расширения рынков мероприятия интернет-маркетинга заслуживают определенное внимание. Интернет-маркетинг — это вид классического маркетинга, который реализуется в онлайн-пространстве с возможностью получения обратной связи. С точки зрения маркетинга, интернет выгодно отличает эффективность, которая заключается в наличии широкого спектра возможностей и выбора инструментов их реализации. Рассматриваются различные точки зрения в отношении понятия «интернет-маркетинг», проводится критический контент-анализ различных источников трактовки данного понятия.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, услуги удаленных серверов, маркетинговые мероприятия

Литература

1. Ильяшенко С.М., Иванова Т.Е. Инструменты и методы продвижения продукции в Internet: аналитический обзор // Маркетинг и менеджмент инноваций. 2015. № 3. С. 20-32.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс. М.: Вильмс, 2007. 656 с.
3. Миннивалеев Ф.М. Интернет-маркетинг как современное средство коммуникации // Актуальные проблемы экономики и права. 2011. № 3 (19).
4. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. М.: АСТ, 2018. 736 с.
5. Черникова В.Е., Ахполова В.Б., Тадтаева В.В. Трансформация управления человеческими ресурсами в условиях цифровой экономики // Экономика и предпринимательство. 2019. № 10 (111). С. 190-193.
6. Яблочников С.Л., Минаев В.А., Дзобелова В.Б., Герасимов С.В. Аспекты динамического моделирования информационных воздействий в социальных сетях // Системы синхронизации, формирования и обработки сигналов. 2020. Т. 11. № 2. С. 11-17.

Горский государственный аграрный университет, г. Владикавказ, Россия
