

## ЗМІСТ

Вступ .....	4
<b>Тема 1. Актуальність інтернет-маркетингу</b> .....	5
1.1. Роль інтернет в сучасному суспільстві .....	5
1.2. Особливості інтернет-маркетингу .....	9
<b>Тема 2. Пошук маркетингової інформації в інтернет</b> .....	14
2.1. Пошук інформації у віртуальній економіці .....	14
2.2. Маркетингові дослідження у віртуальній економіці .....	27
2.3. Класифікація аудиторії інтернет .....	33
2.4. Методика маркетингового аналізу веб-сайтів .....	59
<b>Тема 3. Стратегічні рішення в інтернет-маркетингу</b> .....	65
3.1. Принципи стратегічного планування в інтернет .....	65
3.2. Методи стратегічного планування в інтернет .....	69
<b>Тема 4. Товарна політика в інтернет</b> .....	75
4.1. Інтернет-маркетинг матеріальних товарів .....	75
4.2. Інтернет-маркетинг інформаційних продуктів .....	78
4.3. Торгівельна марка в інтернет .....	80
<b>Тема 5. Цінова політика в інтернет</b> .....	92
5.1. Специфіка ціноутворення в інтернет .....	92
5.2. Інструменти ціноутворення .....	94
<b>Тема 6. Реклама в інтернет</b> .....	102
6.1. Специфіка реклами в інтернет .....	102
6.2. Цінові моделі оплати реклами .....	104
6.3. Комплексний метод оцінки ефективності інтернет-реклами .....	126
Завдання для самостійної роботи студентів .....	142
Тести .....	162
Глосарій .....	165
Додатки .....	174
Список використаних джерел .....	180

## ЗМІСТ

Вступ .....	4
<b>Тема 1. Актуальність інтернет-маркетингу</b> .....	5
1.1. Роль інтернет в сучасному суспільстві .....	5
1.2. Особливості інтернет-маркетингу .....	9
<b>Тема 2. Пошук маркетингової інформації в інтернет</b> .....	14
2.1. Пошук інформації у віртуальній економіці .....	14
2.2. Маркетингові дослідження у віртуальній економіці .....	27
2.3. Класифікація аудиторії інтернет .....	33
2.4. Методика маркетингового аналізу веб-сайтів .....	59
<b>Тема 3. Стратегічні рішення в інтернет-маркетингу</b> .....	65
3.1. Принципи стратегічного планування в інтернет .....	65
3.2. Методи стратегічного планування в інтернет .....	69
<b>Тема 4. Товарна політика в інтернет</b> .....	75
4.1. Інтернет-маркетинг матеріальних товарів .....	75
4.2. Інтернет-маркетинг інформаційних продуктів .....	78
4.3. Торгівельна марка в інтернет .....	80
<b>Тема 5. Цінова політика в інтернет</b> .....	92
5.1. Специфіка ціноутворення в інтернет .....	92
5.2. Інструменти ціноутворення .....	94
<b>Тема 6. Реклама в інтернет</b> .....	102
6.1. Специфіка реклами в інтернет .....	102
6.2. Цінові моделі оплати реклами .....	104
6.3. Комплексний метод оцінки ефективності інтернет-реклами .....	126
Завдання для самостійної роботи студентів .....	142
Тести .....	162
Глосарій .....	165
Додатки .....	174
Список використаних джерел .....	180

**С**ьогодні на рубежі тисячоліть суспільство усвідомлює появу та розвиток швидкими темпами такого явища, як Інтернет-економіка. Успішне існування в новій реальності визначається, значною мірою, застосуванням як традиційного маркетингу, так і розробкою специфічних прийомів і засобів роботи в Інтернеті. В цілому, йдеться про формування нового напрямку в маркетингу — Інтернет-маркетингу.

Мета навчального посібника — ознайомити студентів із теоретичними основами Інтернет-маркетингу і сформуванню практичні навички в організації та функціонуванні маркетингової діяльності підприємства в Internet.

Курс «Інтернет-маркетинг» викладається на кафедрі маркетингу Одеського державного економічного університету з 2002 року для студентів, які навчаються в магістратурі за спеціальністю «Маркетинг» та складається з 6 тем. Надані матеріали відображають специфічні ознаки Інтернет-маркетингу щодо маркетингових досліджень у віртуальному просторі, цінової політики, системи просування, особливо реклами, нові напрямки використання маркетингу за допомогою Інтернет у різноманітних сферах життя суспільства.

Навчальний посібник містить завдання для самостійної роботи студентів та приклади їх виконання, глосарій та джерела Інтернет-ресурсів з багатьох галузей знань та суспільної діяльності.

**С**ьогодні на рубежі тисячоліть суспільство усвідомлює появу та розвиток швидкими темпами такого явища, як Інтернет-економіка. Успішне існування в новій реальності визначається, значною мірою, застосуванням як традиційного маркетингу, так і розробкою специфічних прийомів і засобів роботи в Інтернеті. В цілому, йдеться про формування нового напрямку в маркетингу — Інтернет-маркетингу.

Мета навчального посібника — ознайомити студентів із теоретичними основами Інтернет-маркетингу і сформуванню практичні навички в організації та функціонуванні маркетингової діяльності підприємства в Internet.

Курс «Інтернет-маркетинг» викладається на кафедрі маркетингу Одеського державного економічного університету з 2002 року для студентів, які навчаються в магістратурі за спеціальністю «Маркетинг» та складається з 6 тем. Надані матеріали відображають специфічні ознаки Інтернет-маркетингу щодо маркетингових досліджень у віртуальному просторі, цінової політики, системи просування, особливо реклами, нові напрямки використання маркетингу за допомогою Інтернет у різноманітних сферах життя суспільства.

Навчальний посібник містить завдання для самостійної роботи студентів та приклади їх виконання, глосарій та джерела Інтернет-ресурсів з багатьох галузей знань та суспільної діяльності.