|  |  |
| --- | --- |
| **Описание поиска** | **Запрос** |
| Данные о журнале Вокруг света или о журнале Хакер за август 2021,  исключив синонимы к названиям журналов на страницах результатов поиска | Журнал(“Вокруг свет” OR о “Хакер”) за август 2021 |
| Данные о стипендиях СПбГАСУ, обеспечить выдачу результатов только с сайта вуза | Данные о стипендиях СПбГАСУ (site:https://www.spbgasu.ru/) |
| Недорогие точки питания рядом с СПбГАСУ, исключая шаверма (шаурма) | Недорогие точки питания рядом с СПбГАСУ -шаверма -шаурма |
| Курсы программирования на языке Golang (Go) или Python | Курсы программирования на языке (Golang OR Go OR Python) |
| Программы обзорных экскурсий по Петербургу на текущий месяц, вывод в формате  pdf | программы обзорных экскурсий по петербургу на текущий месяц filetype:pdf |

**Вариант 8. Чем занимается интернет-маркетинг. Способы продвижения товаров в интернете**

Интернет-маркетинг (англ. internet marketing) — практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернете, с целью продажи продукта или услуги покупателям и управления взаимоотношениями с ними.

Интернет-маркетинг включает в себя такие направления, как продвижение в социальных сетях (SMM), оптимизация сайта для поисковых систем (SEO), email маркетинг, маркетинг в поисковых системах (SEM), входной маркетинг, партнёрский маркетинг и другие виды.

При использовании интернет-маркетинга не требуются физические контакты, что снижает затраты на содержание офисов или представительств.

Интернет-маркетинг является составляющей электронной коммерции. Его также называют online-маркетингом. Он может включать такие части, как SMM, SEO, PPC, информационный менеджмент, PR, интернет аналитика, customer development (сбор обратной связи от клиентов для улучшения продуктов и услуг).

Электронная коммерция и интернет-маркетинг стали популярными с расширением доступа к интернету и являют собой неотъемлемую часть любой нормальной маркетинговой кампании. Сегмент интернет-маркетинга и рекламы растёт как в потребительском секторе, о чём свидетельствует появление с каждым днем все новых интернет-магазинов, так и на рынке B2B.

Основными преимуществами интернет-маркетинга считаются интерактивность, возможность максимально точного таргетинга, возможность постклик-анализа, который ведет к максимальному повышению таких показателей как конверсия сайта и ROI интернет-рекламы.

Интернет-маркетинг включает в себя такие элементы системы как:

* медийная реклама
* контекстная реклама
* поисковый маркетинг в целом и SEO в частности
* продвижение в социальных сетях: SMO и SMM
* прямой маркетинг с использованием email, RSS и т. п.
* вирусный маркетинг
* партизанский маркетинг
* интернет-брендинг
* email-маркетинг
* контент-маркетинг
* Programmatic (RTB)

Среди инновационных способов продвижения продукции в Интернете выделяют следующее:

* использование нестандартных рекламных носителей (промо-игры, вирусные ролики, брендирование игр);
* интернет-выставки, интернет-аукционы;
* веб-конференции (подкасты, вебкастинги, вебсеминары, трансляции, вебинары);
* системы взаимодействия с продавцами (VRM);
* продвижение сайта в социальных медиа (SMO — оптимизация под социальные медиа, SMM — маркетинг в социальных сетях, Social Ads — реклама в социальных сетях);
* мобильная реклама (mobile application — реклама в мобильных приложениях)
* дополненная реальность (AR или augmented reality — это системы, в которых реальный мир дополняется виртуальными объектами).

**История**

До 1990 года использование Интернета для бизнеса было запрещено регламентом Национального научного фонда США, но позже доступ к нему получили крупные компании. После передачи в 1992 году контроля над интернетом в частные руки круг потребителей и поставщиков услуг интернета существенно расширился, сеть связала между собой миллионы людей и компьютеров во всём мире.

В том же году открывается первый интернет-магазин Чарльза Стэка, торговавший книгами[en]. В 1994 году открывается компания Amazon, которая в июле 1995 запустила свой интернет-магазин. В октябре 1994 года компания First Virtual стала предлагать свои услуги по оплате товаров в интернете и стала первой электронной платёжной системой. Через пару лет в 1996 году MasterCard и Visa объявили о создании открытого единого стандарта защиты расчётов в интернете с применением пластиковых карт, который именовался как SET. Чуть позже начинают появляться первые поисковые системы.[1]

Сейчас интернет-маркетинг — это нечто большее, чем продажа информационных продуктов, сейчас идет торговля информационным пространством, программными продуктами, бизнес-моделями и многими другими товарами и услугами. Такие компании, как Google, Yahoo, и MSN подняли на новый уровень и сегментировали рынок интернет-рекламы, предлагая малому и среднему бизнесу услуги по локальной рекламе. Рентабельность инвестиций возросла, а расходы удалось снизить. Этот тип маркетинга стал основой современного капитализма, которая позволяет любому, у кого есть идея, товар или услуга, достичь максимально широкой аудитории.

Использование термина «интернет-маркетинг» обычно подразумевает использование стратегий маркетинга прямого отклика, которые традиционно используются при прямых почтовых рассылках, радио и в телевизионных рекламных роликах, только здесь они применяются к бизнес-пространству интернета.

Эти методы оказались очень эффективными при использовании в интернете благодаря возможностям точно отслеживать статистику, умноженным на возможность находиться в относительно постоянном контакте с потребителями, будь то сектор B2B или B2C (бизнес-потребитель). Эта возможность прецизионного анализа применяется сейчас повсеместно, и поэтому так часто можно увидеть такие термины, как ROI — коэффициент окупаемости инвестиций, conversion rate — коэффициент эффективного посещения (он же — конверсия сайта), а также мгновенно получить статистику продаж, спроса и т. д.

В 2012 году по результатам исследования РАЭК[2] рынок рекламы составлял: контекстной рекламы — 37, 55 млрд руб., медийная реклама — 19, 20 млрд руб., видеореклама — 1,74 млрд руб. При этом рынок поискового маркетинга занимал 10,24 млрд руб., а рынок социального маркетинга SMM — 4,67 млрд долларов.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Результат поиска** | **Поисковое выражение** |
| 1 | "род"и "рад", но не “рада" | Род and рад -рада |
| 2 | "вход" и "выход" | Вход and выход |
| 3 | "солнце" и "солонка", но не "фасоль" | Солнце and солонка -фасоль |
| 4 | "ель" и "панель", но не "ельник" | Ель and панель -ельник |
| 5 | "крен" и "кран" | Крен and кран |
| 6 | "выбор" и "табор" | Выбор and табор |
| 7 | "кожа" и "кора", но не "коза" и "коса" | "кожа" and "кора" -("коза" and "коса") |
| 8 | "жаренный", но не "жареный" | Жаренный -жареный |
| 9 | 99, 999 и 999 | (99 and 999 and 999) |
| 10 | "меньше" и "меньшее" | Меньше and меньшее |

Alpha(nu)meric display - буквенно-цифровой (символьный) дисплей.

Alpha(nu)meric keyboard - буквенно(алфавитно)-цифровая клавиатура

Alternate key - альтернативный ключ

Alternate Mark Inversion (AMI) - чередующаяся инверсия единиц