СОДЕРЖАНИЕ

Введение…………………………………………………………………………...3

1. Теоретические и методические основы разработки программ интернет-маркетинга в организации…………………………………………………….5
	1. Сущность, особенности и инструменты интернет-маркетинга……………5
	2. Программа интернет-маркетинга: цель, принципы и этапы разработки...13
	3. Методы оценки эффективности реализации программы интернет-маркетинга в организации…………………………………………………..17
2. Анализ эффективности использования инструментов интернет-маркетинга в ООО «Мирей»………………………………………………...23
	1. Организационно-экономическая характеристика деятельности ООО «Мирей»……………………………………………………………………...23
	2. Анализ маркетинговой деятельности ООО «Мирей» и влияющих на нее факторов……………………………………………………………………...29
	3. Оценка эффективности использования инструментов интернет-маркетинга в ООО «Мирей»………………………………………………..40
3. Рекомендации по развитию программ интернет-маркетинга в ООО «Мирей»………………………………………………………………………49
	1. Мероприятия по развитию программ интернет-маркетинга в ООО «Мирей»……………………………………………………………………...49
	2. Экономическое обоснование мероприятий по развитию программ интернет-маркетинга в ООО «Мирей»…………………………………….55

Заключение………………………………………………………………………59

Список использованных источников…………………………………………..61

# ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования заключается в том, что интернет-технологии быстро развиваются. Интернет обладает большим объемом инструментов для продвижения товаров (работ, услуг) и со временем их становится больше.

В последние годы набирает популярность такой канал маркетинга как интернет. Сейчас сложно себе представить компанию, у которой не было бы страницы в интернете или группы в социальной сети.

В условиях конкуренции для успешного осуществления маркетинговой стратегии современные организации стремятся следовать существующим на текущий момент тенденциям интернет-продвижения. Ведь грамотное управление рекламными кампаниями положительно сказывается на экономических результатах деятельности предприятия в целом.

Интернет-маркетинг - использование стратегий маркетинга прямого отклика. Сегодня он дает возможности организациям находиться в постоянном контакте с клиентами и мгновенно собирать статистику о посещениях сайта, просмотрах объявлений, анализировать спрос и в соответствии с результатами мгновенно реагировать на все изменения, проводить корректировки в своей рекламной кампании. Интернет-маркетинг - это про идею, внедрение, анализ и корректировки.

Население все чаще тратит деньги он-лайн (в интернете), именно поэтому это самое распространенное направление в маркетинге. Время обычной рекламы прошло, большее количество компаний доверяют интернет-маркетингу, так как он дает новые способы рассказать миру о продукте негативно и креативно.

Целью данной работы является разработка рекомендаций по развитию программ интернет-маркетинга в ООО «Мирей»

Задачи исследования:

* изучить теоретические и методические основы разработки программ интернет-маркетинга в организации;
* провести анализ эффективности использования инструментов интернет-маркетинга в ООО «Мирей»;
* разработать мероприятия по развитию программ интернет-маркетинга в ООО «Мирей» и оценить их эффективность.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованных источников.

Первая глава работы посвящена изучению сущности интернет-маркетинга и его инструментов; описанию цели, принципов и этапов разработки программ интернет-маркетинга в организации, а также систематизации методов оценки эффективности реализации программ интернет-маркетинга.

Во второй главе работы анализируется эффективность использования инструментов интернет-маркетинга в ООО «Мирей», в том числе представлена организационно-экономическая характеристика деятельности компании, проведен анализ маркетинговой деятельности и влияющих на нее факторов, оценена результативность использования инструментов интернет-маркетинга.

В третьей главе предложены мероприятия по развитию программ интернет-маркетинга в ООО «Мирей» и проведено их экономическое обоснование.