

«Интернет-маркетинг»

- Слепенкова Е.М.
- Куркова Д.Н.



✓ Дэйв Чаффи, Фиона Эллис-Чедвик. «Цифровой маркетинг», 2025

✓ Роджер Бест «Маркетинг от потребителя» – М., «Манн, Иванов, Фербер», 2023

Современный маркетинг

Современный маркетинг — это философия бизнеса: покупатели и их потребности определяют успех фирмы

Современный маркетинг — это рыночная политика, ориентированная на приобретение и удержание потребителей

«Маркетинг и инновации обеспечивают результаты, а все остальное — это расходы» П.Друкер - один из самых влиятельных теоретиков менеджмента [XX века](#)



Комплекс маркетинга и комплекс продвижения – шутки интернет-среды



Цифровая среда разрушает границы между блоками маркетинг-микс
Вместо рекламы успешные бренды расходуют бюджеты, создавая ценность и впечатления для аудитории

Функции ИМ: стратегия и тактика

Стратегический маркетинг

Исследования, STP

планирование

Анализ и оптимизация

Тактические инструменты

Сайты, приложения, контент, впечатления

Модель дохода и монетизация

Сбыт: E-Commerce, партнерства

Продвижение: PR и SEO, D2C, PROMO, ADS

Задача стратегического ИМ – отследить изменения среды и рынков, чтобы эффективно использовать инструменты тактического ИМ для достижения целей

Программа курса «Интернет-маркетинг»

Стратегический ИМ

Лекция 1. Сущность ИМ

Лекция 2. Стратегия и тактика ИМ

Лекция 3. Технологии ИМ

Лекция 4. Работа с потребителями в интернете: сегментация и персонализация

Тактический ИМ

Лекция 5. Цифровой брендинг

Лекция 6. Цифровые продукты и активы: сайт и его продвижение

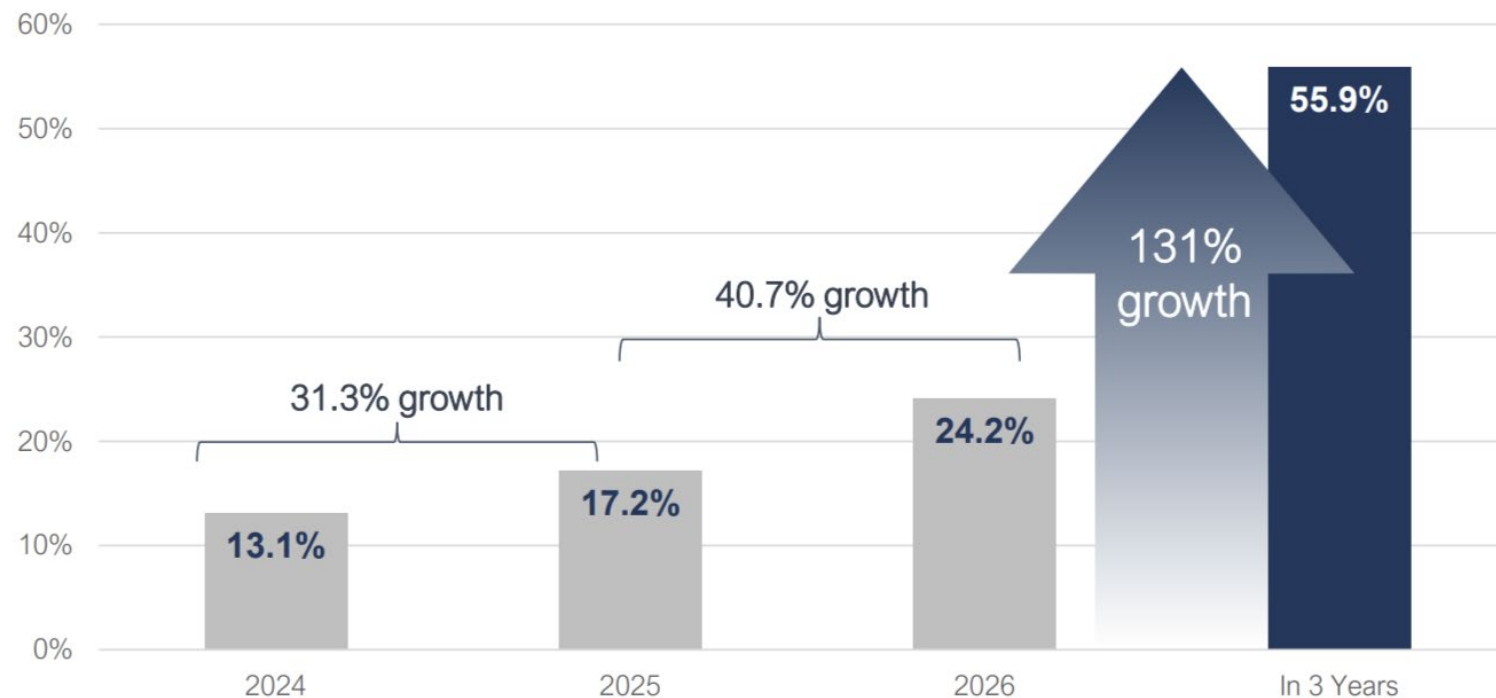
Лекция 7. Контент и SMM-маркетинг

Лекция 8. Реклама в цифровом пространстве

Искусственный интеллект и цифровизация – фундамент развития ИМ

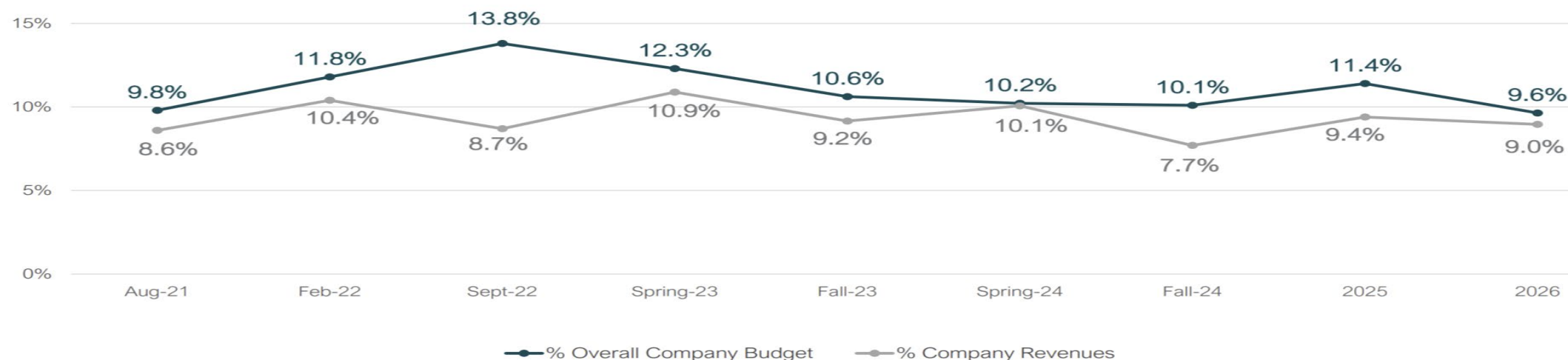
CMO Survey 2047 marketing leaders at U.S. Апрель 2026

To what extent is your company using artificial intelligence or machine learning in optimizing and automating marketing efforts? (0% of the time-100% of the time)

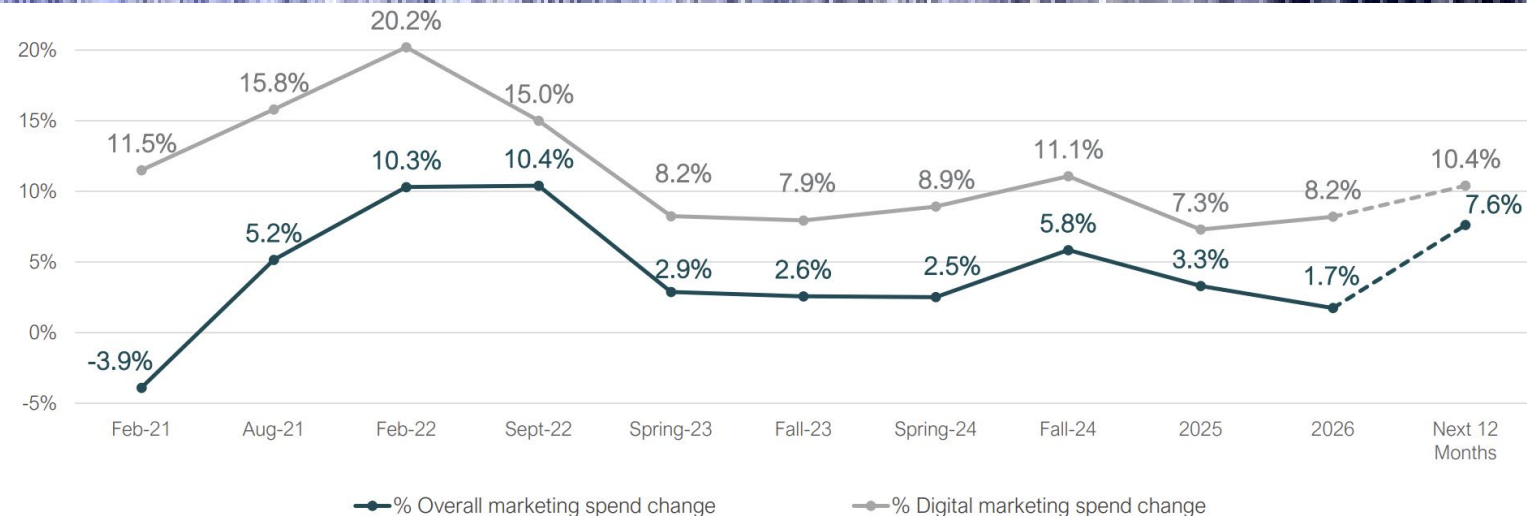


Доля затрат на маркетинг (SM) в американских компаниях

https://cmosurvey.org/wp-content/uploads/2026/04/The_CMO_Survey-Highlights_and_Insights_Report-2026.pdf



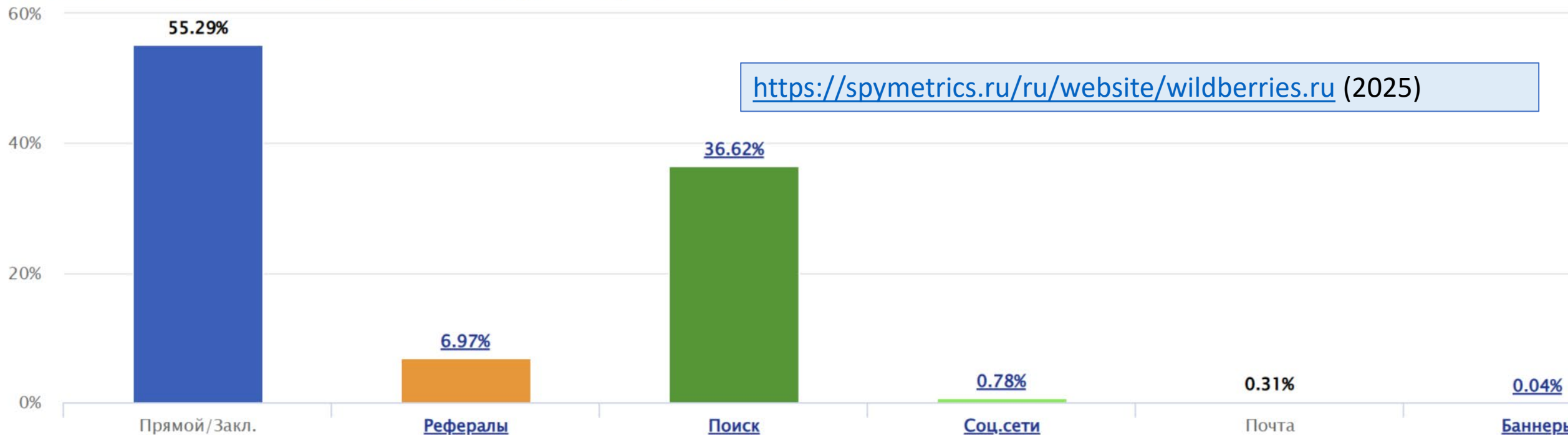
2026



Цифровая среда - новые маркетинговые каналы

- Совокупность площадок и инструментов для создания, передачи и предложения ценности

🖥 На ПК, за последние 3 месяца. Клик по столбцу для подробной статистики



<https://spymetrics.ru/ru/website/wildberries.ru> (2025)

Входящий vs исходящий интернет-маркетинг

Входящий (inbound) маркетинг

Совокупность площадок и инструментов (каналов) с помощью которых клиент может найти компанию

SEO, SMM, брендинг, геолокация

Коммуникация с теми, кто выразил интерес

Исходящий (outbound) маркетинг

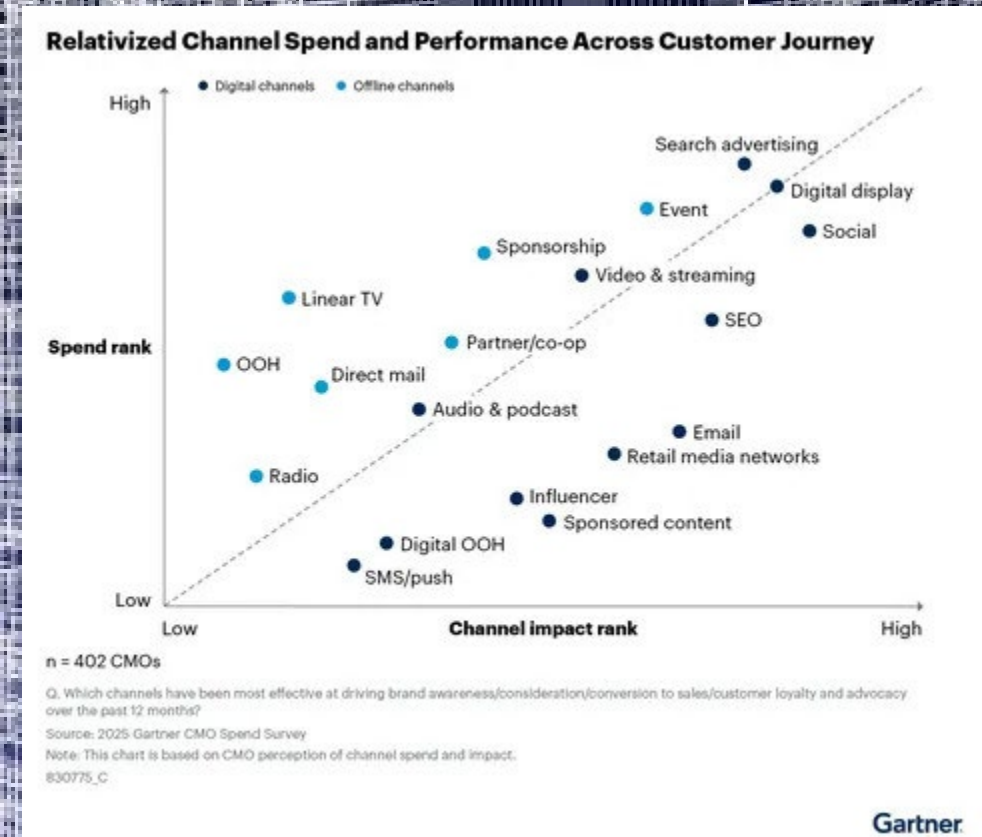
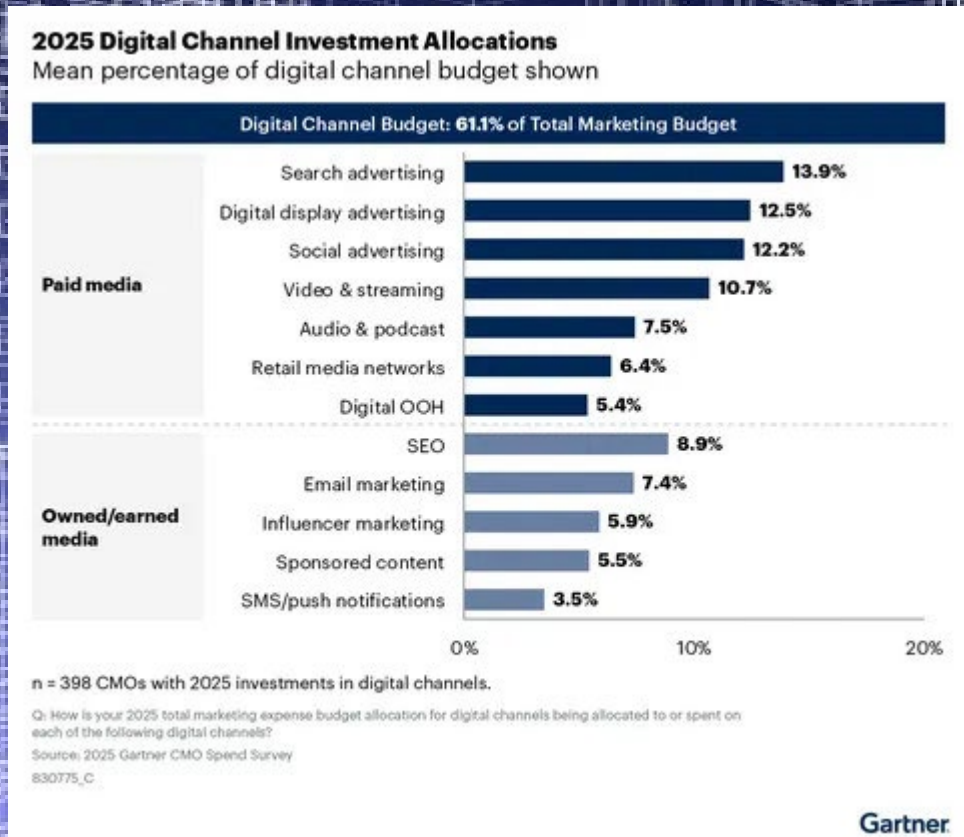
Совокупность площадок и инструментов (каналов) с помощью которых компания ищет клиентов

Реклама

Прерывает внимание

Изменение медиапредпочтений – все труднее превратить деньги в клиентов

Рейтинг цифровых каналов/инструментов для реализации функций ИМ, Gartner, 2025 (фев.-март 2025, N=402)



«Увеличение расходов на цифровые каналы отражает стратегический поворот, поскольку директора по маркетингу осознают необходимость адаптироваться к быстро меняющемуся поведению потребителей и технологическим достижениям» [Юэн Макинтайр](#)

Е-Маркетинг-микс – знакомая классификация инструментов маркетинга

PRODUCT/ASSETS

- СОБСТВЕННЫЕ площадки/ КАНАЛЫ – продукты и активы (сайты, блоги, сообщества, приложения)
- КОНТЕНТ
- SEO, ASO – добавление ценности своим активам

PRICE/Monetization

- Модели дохода (стратегия)
- Модели монетизации (тактика)
- Автоматизация мониторинга цен
- Автоматизация ценообразования на базе ИИ

PLACE

- Интернет-магазин/приложение +Посредники:
- Блогеры
- Маркетплейсы
- Агрегаторы
- Партнеры

PROMOTION

- **Прямой** (E-mail, ретаргетинг, персонализация, диалоговый, чаты, SMS, SMM)
- **PR** (SEO, ASO, гостевой постинг, SMM, блогинг, мероприятия –вебинары, и пр.)
- **Стимулирование сбыта** (конкурсы в SMM, e-mail)
- **Реклама**

Маркетинг удержания выходит на первый план. Реклама здесь бессильна



- my standard question has become, **“Where else can we find money to put into marketing?”**
 - churn and retention were not in the vocabulary seven or eight years ago
- Comcast Cable CEO Neil Smit

Система оценки знаний по дисциплине Интернет-маркетинг

В малых студенческих группах в течение семестра проводим исследование для разработки предложений по совершенствованию стратегии интернет-маркетинга выбранной компании.

Зачет – в формате защиты итоговой презентации по проекту

Виды работ	Баллы
Самостоятельная работа	80
Промежуточный контроль (2 больших теста)	20+20=40
Презентация проекта на устном зачете	80
ИТОГО	200
В т.ч. самостоятельная работа:	Баллы
12 ПРАКТИЧЕСКИХ заданий для выполнения проекта	48 = 12*4 балла
Восемь тренировочных Мини-тестов по лекциям	32 = 8*4 балла
Итого	80

Количество баллов	Оценка
80 и выше	Зачет