



І. В. Бойчук, О. М. Музика

# ІНТЕРНЕТ В МАРКЕТИНГУ



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
УКООПСПІЛКА  
ЛЬВІВСЬКА КОМЕРЦІЙНА АКАДЕМІЯ

**І. В. Бойчук, О. М. Музика**

# **ІНТЕРНЕТ В МАРКЕТИНГУ**

ПІДРУЧНИК

*Затверджено*  
*Міністерством освіти і науки України*  
*для студентів вищих навчальних закладів*

Київ  
«Центр учбової літератури»  
2010

УДК 658.324:336(075.8)  
ББК 65.262.6я73+32.988я73  
Б 77

© 2010

*Гриф надано  
Міністерством освіти і науки України  
(Лист № 1/11-4425 від 27.05.2010)*

**Рецензенти:**

*Приймак В. І.* — доктор економічних наук, професор;  
*Анопій В. В.* — доктор економічних наук, професор;  
*Дайновський Ю. А.* — доктор економічних наук, професор.

**Бойчук І. В., Музика О. М.**

**Б 77** Інтернет в маркетингу: Підручник. — К.: Центр учбової літератури, 2010'. - 512 с.

**ISBN 978-611-01-0099-1**

У підручнику в доступній формі розглянуто сутність, цілі та функції Інтернету в маркетингу, як важливої сфери економічної діяльності в умовах сучасного розвитку інформаційних і інтерактивних технологій. Визначено особливості функціонування Всесвітньої мережі і можливості формування системи маркетингу підприємства в її середовищі. Висвітлюються маркетингові підходи до оцінки ефективності використання веб-сервера підприємства і методи проведення рекламних заходів у Інтернеті.

Виклад матеріалу проілюстровано рисунками, таблицями і схемами. Наводиться значна кількість інформаційно-аналітичних матеріалів із корисними статистичними даними, що сприяє кращому розумінню сутності напрямів застосування Інтернету в маркетинговій діяльності підприємств. Подано ряд практичних і розрахункових завдань, запропоновано різні ситуаційні вправи. Книга забезпечена питаннями для самоконтролю і контрольними тестами, а наприкінці представлено короткий термінологічний словник і додатки.

Підручник призначений для студентів і викладачів вищих навчальних закладів, а також для практичних працівників різних сфер бізнесу, де мережа Інтернет може використовуватись для вирішення маркетингових завдань.

УДК 658.324:336(075.8)  
ББК 65.262.6я73+.32.988я73

ИБВМ 978-61 1 -01-0099-1

СО Бойчук І. В., Музика О. М., 2010  
© Центр учбової літератури, 2010

## ЗМІСТ

<i>ПЕРЕДМОВА</i> .....	3
<i>РОЗДІЛ 1. СУТНІСТЬ ІНТЕРНЕТУ В МАРКЕТИНГУ</i> .....	5
1.1. Маркетингом) можливості Інтернету для організації сучасної бізнес-практики.....	6
1.2. Визначення Інтернету та основні етапи його розвитку.....	11
1.3. Особливості загальної схеми побудови мережі та основні ресурси Інтернету.....	16
1.4. Класифікація сервісів Інтернету та характеристика їх призначення... 1«	16
1.5. Основні причини доцільності ведення бізнесу в Інтернеті.....	38
1.6. Роль інтернет-послуг у практичній маркетинговій діяльності .....	40
<i>РОЗДІЛ2. ХАРАКТЕРИСТИКА АУДИТОРИМЕРЕЖІІНТЕРНЕТ..</i> .....	66
2.1. Найвідоміші дослідницькі центри і агентства глобальної мережі... 67	67
2.2. Соціодемографічні характеристики міжнародної аудиторії! Інтернету.....	68
2.3. Особливості розвитку української аудиторії інтернету.....	80
2.4. Напрями використання мережі Інтернету різних країнах світу.....	85
2.5. Методологія дослідження специфіки поведінки вітчизняних інтернет-користувачів та основні прогнози.....	89
<i>РОЗДІЛ 3. ВЕБ-СЕРВЕРИ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ</i> .....	105
3.1. Класифікація веб-серверів і їх використання при побудові системи маркетингу в Інтернеті.....	106
3.2. Характеристика серверів управління трафіком.....	109
3.3. Особливості застосування кінцевих серверів Інтернету.....	119
3.4. І ризначення та специфічні характеристики пошукових систем.. 135	135
<i>РОЗДІЛ 4. КОМУНІКАЦІЙНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ СЕРЕДОВИЩА ІНТЕРНЕТ</i> .....	143
4.1. Загальні особливості комунікаційного середовища Інтернету.....	144
4.2. Можливості використання моделей комунікації в мережі ДЛЯ ведення маркетингової діяльності.....	145
4.3. Врахування властивостей середовища Інтернету при побудові системи маркетингу.....	118
4.4. Характеристика основних аргументів виходу засобів масової інформації в середовище Інтернету.....	151

<b>РОЗДІЛ 5. КОНЦЕПЦІЯ МАРКЕТИНГУ В СЕРЕДОВИЩІ ІНТЕРНЕТ...</b>	<b>158</b>
5.1. Концептуальні основи використання мережі Інтернет у маркетинговій діяльності підприємств.....	159
5.2. Елементи комплексу маркетингу на інтернет-ринку.....	163
5.3. Специфіка реалізації функцій маркетингу в мережі Інтернет.....	169
5.4. Різновиди маркетингових досліджень в середовищі Інтернету.....	173
5.5. Напрями реалізації маркетингових стратегій підприємства з використанням Інтернету.....	176
5.5.1. Товар і товарна політика.....	176
5.5.2. Ціна і цінова політика.....	178
5.5.3. Система розподілу та збутова політика.....	179
5.5.4. Комплекс маркетингових комунікацій.....	179
5.5.5. Сервісне обслуговування і підтримка споживачів.....	181
5.5.6. Конкуренція.....	182
5.6. Особливості та переваги Інтернету в маркетингу.....	183
<b>РОЗДІЛ 6. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА В СЕРЕДОВИЩІ ІНТЕРНЕТУ.....</b>	<b>187</b>
6.1. Загальна схема побудови системи маркетингу підприємства на основі веб-сервера в середовищі Інтернету.....	188
6.2. Послідовність процесу формування веб-сервера підприємства.....	189
6.3. Визначення маркетингових цілей розміщення веб-сервера в середовищі Інтернету.....	196
6.4. Процес планування маркетингової діяльності підприємства в Інтернеті.....	197
6.4.1. Формування основної ідеї веб-сервера.....	197
6.4.2. Проведення маркетингових досліджень в Інтернеті.....	197
6.4.3. Визначення цільового сегмента споживачів.....	198
6.4.4. Формування плану рекламної кампанії в Інтернеті.....	198
6.4.5. Створення бюджету.....	198
6.4.6. Фінансування.....	199
6.4.7. Виконавці проекту.....	201
<b>РОЗДІЛ 7. ПОЗИЦІОНАННЯ ВЕБ-СЕРВЕРА ПІДПРИЄМСТВА В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ.....</b>	<b>203</b>
7.1. Вибір місця для розміщення веб-сервера підприємства.....	204
7.2. Визначення провайдера послуг для потреб інтернет-маркетингу.....	204
7.3. Правила підбору доменного імені для власного веб-сервера.....	208
7.1. Підходи до створення і реалізації дизайну веб-сервера фірми.....	210
7.5. Створення веб-сторінок сервера і організація зворотного зв'язку з цільовою аудиторією.....	212