Диссертация\_ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СФЕРЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Стр\_77

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| **ВВЕДЕНИЕ** |  |
|  |  |
| **1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ** |  |
| 1.1 Сущность и значение электронной коммерции в маркетинговой деятельности предприятия |  |
| 1.2 Основные направления и формы маркетинговой деятельности на электронном рынке |  |
| 1.3. Эффективность маркетинговой деятельности электронной коммерции (понятие и виды эффективности, показатели, методика оценки). |  |
|  |  |
| **2 АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ЭЛЕКТРОННОМ РЫНКЕ (НА ПРИМЕРЕ TOO)** |  |
| 2.1 Организационно – экономическая характеристика предприятия |  |
| 2.2 Анализ основных инструментов интернет – маркетинга предприятия |  |
| 2.3 Оценка эффективности продвижения предприятия на электронном рынке  |  |
|  |  |
| **3 ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ЭЛЕКТРОННОМ РЫНКЕ**  |  |
| 3.1 Практические рекомендации по трансформации маркетинговой деятельности предприятия в условиях электронной коммерции |  |
| 3.2 Экономическая эффективность предлагаемых мероприятий |  |
|  |  |
| **ЗАКЛЮЧЕНИЕ** |  |
|  |  |
| **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ** |  |
|  |  |
|  |  |

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Электронный бизнес можно исследовать как форму бизнеса, обусловленную внедрением в бизнес-процессы компаний информационных и телекоммуникационных технологий.

Инструменты электронной коммерции основаны на использовании технологии, направленной на повышение прибыли бизнеса. Достижения в области цифровых технологий сделали подход к электронной коммерции эквивалентной подходу к традиционному маркетингу. Интернет - маркетинг за последние несколько лет является свидетелем большого роста и развития, это не просто отрасль маркетинга в целом, она представляет собой новый технологический век – век цифровизации. Интернет - маркетинг может быть определен как реклама товаров и услуг и их продажа с использованием Интернета: использования веб-сайтов и электронной почты

Развитие информационных технологий привело к преобразованию способов ведения бизнеса. Большое количество компаний, больших и маленьких, все чаще используют Интернет в качестве средства маркетинга, представляя свой сайт и развивая свою деятельность, которая была бы невозможной при применении традиционных методов продвижения продукции.

Возможности и быстрое развитие Интернета делают его весьма привлекательным и необходимым для ведения бизнеса в макроэкономическом масштабе, что и приводит к возникновению и развитию новой экономической среды – интернет-экономики.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Разакова Д.И.,.Кудайбергенов Н.А., Дадабаева Д.М. Современные тенденции развития интернет-маркетинга и электронной коммерции в Казахстане // Статистика, учет и аудит, 3(74)2019 [Электронный ресурс]
2. [Маленко](https://vestnik.turan-edu.kz/index.php/jour/search?authors=К.%20AND%20В.%20AND%20Маленко) К. В.,  [Курманалина](https://vestnik.turan-edu.kz/index.php/jour/search?authors=А.%20AND%20А.%20AND%20Курманалина) А. А.,  [Семенихин](https://vestnik.turan-edu.kz/index.php/jour/search?authors=В.%20AND%20В.%20AND%20Семенихин) В. В. «Электронный маркетинг и электронная коммерция в Казахстане: анализ состояния, особенности и тенденции развития» // Вестник Университета Туран https://vestnik.turan-edu.kz/jour/article/view/2373 [Электронный ресурс]
3. Хрыкина Л.А. Особенности развития электронной коммерции в Республике Казахстан// Киберленинка электронная библиотека <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-razvitiya-elektronnoy-kommertsii-v-respublike-kazahstan> [Электронный ресурс]
4. Койчубаев А.С., Турсунгалиев А.А., Хамитов Р.Ф. Актуальные тренды развития электронной коммерции в Республике Казахстан // Проблемы и перспективы развития экономики и менеджмента, 2019 [Электронный ресурс]
5. Научное развитие экономики и управления предприятием
No 5(340) 2020 21 УДК 339.138