Дипломная работа\_Формирование репутации компании посредством инструментов интернет маркетинга

Стр\_68

**СОДЕРЖАНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ

1 Теоретические основы управления репутацией компании

посредством инструментов интернет маркетинга

1.1 Понятие и сущность репутации компании

1.2 Методы и направления управления репутацией компании

 посредством инструментов интернет маркетинга

1.3 Применение современных технологий интернет маркетинга в управлении репутацией компании

2 Особенности формирования репутации компании посредством

инструментов интернет маркетинга

2.1 Анализ текущей репутации компании

2.2 Исследование целевой аудитории и определение ключевых

 ценностей и сообщений

2.3 Оценка этапов и анализ особенностей формирования репутации

 компании посредством инструментов интернет маркетинга

3 Пути совершенствования управления репутацией компании посредством инструментов интернет маркетинга

3.1 Направления совершенствования управления репутацией компании

3.1.1 Выбор подходящих инструментов интернет-маркетинга для достижения целей формирования репутации компании

3.1.2 Разработка, планирование и реализация контент-стратегии

3.2 Оценка эффективности

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В первом разделе дипломной работы рассмотрены теоретические основы управления репутацией компании посредством инструментов интернет маркетинга.

Репутация компании возникает с началом жизнедеятельности предприятия, ее финансово-хозяйственной деятельности, поскольку правильное управление направлено на повышение конкурентоспособности продукта или услуги.

Поскольку у компании имеется хороший менеджмент, доверие деловых партнеров, сохранение позиций на рынке с одной стороны, постоянный поиск всех финансовых инструментов, отражающих достоверность управленческой отчетности и надежность, с другой стороны, одним словом, фирменного наименования коммерческой организации.

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Омарбеков В.Д. Особенности деловой репутации компаний. – Алматы: Издательство LEM, 2020. – 200 с.
2. Горин С. В. Деловая репутация организации. - Феникс - М., 2019. - 256 c.
3. Ахметова С.М. Деловая репутация организаций. - Алматы: Ғылым, 2019. – 300 с.
4. Сусова Н. С. Деловая репутация как неотъемлемый элемент повышения конкурентоспособности. - М., 2019. - 472 c.
5. Суйлеменов С.Д. Основы менеджмента казахстанских компаний. - Алматы: Санат, 2021. – 190 с.