

УДК 004.738.5:[339+659.1](100)(075.8)
ББК 65.290с51я73-1+65.42с51-803.8я73-1
В19

Рецензенты:

д-р экон. наук, проф. *Ю.А. Цыпкин*;
канд. экон. наук, проф. *В.П. Морозов*

Главный редактор издательства *Н.Д. Эриашвили*,
кандидат юридических наук, доктор экономических наук, профессор,
лауреат премии Правительства РФ в области науки и техники

Васильев, Геннадий Анатольевич.

В19 Электронный бизнес и реклама в Интернете: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)» / Г.А. Васильев, Д.А. Забегалин. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 183 с.

И. Забегалин, Дмитрий Алексеевич.

ISBN 978-5-238-01346-6

Агентство СІР РГБ

Интернет представлен как канал маркетинга и рекламы, рассмотрены существенные схемы ведения сетевого бизнеса, виды предпринимательской деятельности и услуг в сфере электронной коммерции, системы электронных платежей и расчетов и предъявляемые к ним требования.

Приведен анализ проблем и перспектив развития электронной торговли в стране с учетом накопленного зарубежного опыта в вопросах правового регулирования электронного бизнеса. Даны характеристика основных видов и средств интернет-рекламы и оценка эффективности рекламных кампаний.

Для студентов экономических вузов, руководителей организаций и предприятий, предпринимателей, маркетологов и специалистов в области рекламной деятельности.

ББК 65.290с51я73-1+65.42с51-803.8я73-1

ISBN 978-5-238-01346-6

© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, 2008

Воспроизведение всей книги или любой ее части любыми средствами или в какой-либо форме, в том числе в Интернет-сети, запрещается без письменного разрешения издательства.

© Оформление «ЮНИТИ-ДАНА», 2008

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОТ АВТОРОВ	3
Глава 1. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И КАТЕГОРИИ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА	5
1.1. Интернет — канал маркетинга и рекламы	6
1.2. Схемы ведения сетевого бизнеса	13
1.3. Корпоративные информационные системы	16
1.4. Виды предпринимательской деятельности и услуг в сфере электронной коммерции	29
1.5. Системы электронных платежей и расчетов	48
1.6. Стандарты электронных расчетов. Стандарт SET	55
Глава 2. ПРОБЛЕМЫ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА В РОССИИ	69
2.1. Проблемы и перспективы развития электронной торговли в России	69
2.2. Проблемы и перспективы развития электронной коммерции в сфере финансовых услуг	85
2.3. Проблема организации фондового рынка для высокотехнологичных компаний в России	100
Глава 3. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА В РОССИИ И ЗАРУБЕЖОМ	106
Глава 4. ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ	115
4.1. Содержание интернет-рекламы и ее особенности	115
4.2. Этапы взаимодействия пользователя с рекламой	117
4.3. Экономическая характеристика Интернета в России	121
Глава 5. ОСНОВНЫЕ ВИДЫ И СРЕДСТВА ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ	125
5.1. Основные виды интернет-рекламы	126
5.2. Методы и средства проведения рекламных кампаний	138
Глава 6. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ	143
6.1. Уровни оценки эффективности интернет-рекламы	143
6.2. Управление взаимоотношениями с пользователями Интернета	146
6.3. Ценовые схемы размещения рекламы	148
6.4. Оценка эффективности рекламной кампании	152
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	172
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	178