**Лекция 11**

**Электрондық коммерциядағы маркетингтік коммуникациялар**

Электрондық коммерция жүйелері жаңа байланыс және тауарлар мен қызметтерді тарату арналары ретінде. Интернет-маркетинг құралдарының сипаттамасы. Электрондық коммерция жүйелерін сауда кәсіпорнын басқару жүйесімен біріктіру. Электрондық коммерция жүйелерінде маркетингтік зерттеу әдістерін енгізу. Электрондық коммерция үшін мақсатты аудиторияны қалыптастыру.

**Бақылау сұрақтары:**

1. Интернет-маркетингтің мәні неде?

2. ЭК-де мақсатты аудиторияны қалыптастыру үшін қандай әдістер қолданылады?

3. Сізге белгілі Интернет-маркетинг құралдарын тізімдеңіз

4. Интернеттегі жарнамалық ақпаратты ұсыну форматтары мен жарнама алаңдарының түрлерін тізімдеңіз?

5. Интернеттегі жарнамаға баға белгілеу әдістерін сипаттаңыз

**Әдебиеттер:**

**1.** Электронная коммерция: Учебное пособие / Кобелев О.А.; Под ред. Пирогов С.В. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.:Дашков и К, 2020. - 682 с. - ISBN 978-5-394-03474-9. - Режим доступа: https://znanium.com/read?id=358562

**2**. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 477 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11785-1. - Режим доступа: https://biblio-online.ru/viewer/elektronnaya-kommerciya-446579#page/1

**3.** Лапидус Л.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной ком-мерцией : учебник / Л.В. Лапидус. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 479 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=947029