

УДК 004.738.5:339.138(035.3)

ББК 65.291.3с51

Л55

Рекомендована советом учреждения образования
«Полоцкий государственный университет»
(протокол № 10 от 28.06.2019)

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

канд. экон. наук, доц., доц. каф. экономики и менеджмента
ГУО «Институт бизнеса БГУ»

Н. П. ПОНОМАРЕВА;

канд. экон. наук, доц., доц. каф. маркетинга
Белорусского государственного экономического университета

Н. А. ПОЛЕЦУК;

д-р экон. наук, проф., проф. каф. экономики

Полоцкого государственного университета

Н. А. ДУБРОВСКИЙ

Ли Ч.

Л55 Развитие интернет-маркетинга во внешнеэкономической деятельности /

Ч. Ли. – Новополоцк : Полоц. гос. ун-т, 2021. – 136 с.

ISBN 978-985-531-721-1.

В монографии рассматривается процесс развития интернет-маркетинга. Проанализировано сотрудничество Китайской Народной Республики и Республики Беларусь в исследуемой сфере. Выделены тенденции развития китайского и белорусского интернет-маркетинга. Предложена методика оценки эффективности продвижения интернет-проекта на внешние рынки. Разработаны методические рекомендации по использованию интернет-маркетинга при реализации интернет-проектов в различных сферах предпринимательской деятельности.

Предназначена для специалистов и студентов экономических специальностей, аспирантов, научных работников, слушателей курсов ИПК.

УДК 004.738.5:339.138(035.3)

ББК 65.290с51

ISBN 978-985-531-721-1

© Ли Ч., 2021

© Полоцкий государственный университет, 2021



СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
Глава 1 Теоретико-методические основы интернет-маркетинга.....	5
1.1 Концептуальные основы интернет-маркетинга	5
1.2 Использование интернет-маркетинга во внешнеэкономической деятельности	16
Глава 2 Развитие интернет-маркетинга в Китайской Народной Республике и Республике Беларусь	34
2.1 Тенденции развития внешнеэкономической деятельности между Китайской Народной Республикой и Республикой Беларусь.....	34
2.2 Основные тенденции развития интернет-маркетинга в Китайской Народной Республике.....	51
2.3 Развитие интернет-маркетинга в Республике Беларусь	80
Глава 3 Использование возможностей интернет-маркетинга в бизнесе	91
3.1 Реализация комплекса интернет-маркетинга	91
3.2 Возможности использования интернет-маркетинга в белорусско-китайских экономических отношениях	98
Заключение	108
Библиографический список.....	111
Приложение А	128

