

ОГЛАВЛЕНИЕ

Тема 1. Сущность, виды и формы торговли	4
1.1 Понятие, значение и сущность торговли. Цели, задачи и особенности торговой деятельности	4
1.2 Функции торговли, виды торговли и их характеристика	8
1.3 Формы торговой деятельности и методы продажи товаров	12
Тема 2. Экономические показатели деятельности торговой организации в цифровой экономике	17
2.1 Сущность товарооборота, его классификация и факторы, влияющие на объем и структуру	17
2.2 Классификация расходов торговой организации и их особенности в цифровой экономике	23
2.3 Доходы торговой организации в цифровой экономике: сущность, виды, показатели и источники формирования	33
2.4 Прибыль торговой организации: сущность, виды, процесс формирования и рентабельность в условиях цифровой экономики	37
Тема 3. Модели электронной коммерции	49
3.1 Понятие бизнес-модели	49
3.2 Классификация бизнес-моделей функционирования организаций в электронной коммерции: по целевым группам, модели Майкла Раппы, модель А. Остельвайдера	50
3.3 Электронные торговые площадки	54
3.4 Анализ лучших практик работы маркетплейсов на национальном рынке	57
Тема 4. Основы цифрового маркетинга в торгово-экономической деятельности	60
4.1 Понятие цифрового маркетинга	60
4.2 Виды цифрового маркетинга и их краткая характеристика	63
4.3 Воронка продаж: понятие и показатели оценки	74
Тема 5. Инструменты и метрики веб-аналитики и ее роль в торгово-экономической деятельности	79
5.1 Маркетинг и брендинг в веб-аналитике. Роль социальных сетей в торгово-экономической деятельности	79
5.2 Маркетинговая аналитика в цифровой среде: особенности, методы оценки и инструменты	84
Список использованных источников	92