**Запрос № 236 Формирование маркетинговых стратегий поддержки и продвижения сайта в секторе В2С**

**Ответ № По Вашей теме предлагаем следующие источники:**

1.Голубкова, Е.Н. Маркетинговые коммуникации. – М.: Дело и сервис, 2011. – 336 с.

2.Гречков В.Ю. Современное состояние и перспективы электронной коммерции (маркетинговый подход) // Маркетинг в России и за рубежом. - 2003. - № 6.- Режим доступа: http://www.mavriz.ru/articles/2003/6/235.html (20.10.2016)

3.Джестон, Дж. Управление бизнес-процессами. - М.: Альпина Паблишер, 2012. – 644 с.

4.Вапнярская, О. И. Становление и современный этап развития сервиса в секторе в2в / Вапнярская, О. И., Платонова Н. А., Поворина Е. В. // Сервис plus. – 2010. - №3. – Режим доступа: http://cyberleninka. ru/article/n/ stanovlenie -i-sovremennyy-etap-razvitiya-servisa-v-sektore-v2v (20.10.2016)

5.Захарченко, Д.В. Влияние интернет-технологий на развитие информационно-знаниевых коммуникаций в современной экономике // Экономические науки. - 2012. - №5. - С.77-81.

6.Захарченко, Д.В. Место интернет-технологий в стратегии маркетингового позиционирования компании // Экономические науки. - 2010. - №7. - С.143-146

7.Захарченко, Д.В. Применение интернет-маркетинга при проведении комплексного исследования рынка // Экономические науки. - 2010. - №7. - С.130-133.

8.Мамыкин, А.А. Стратегия и тактика маркетинга в Интернет // Маркетинг в России и за рубежом. - 2000. - № 2. - Режим доступа: http://www.mavriz.ru/articles/2000/2/1477.html (20.10.2016)

9.Марченко, М.В. Разработка методики формирования взвешенной оценки потенциального покупателя в секторе оптовой интернет-торговли // Экономические науки. - 2012. - №3. - С.77-80.

10.Мешалкина, Ю.В. Интернет как источник маркетинговой информации // Маркетинг в России и за рубежом. - 2003. - № 2. - Режим доступа: http://www.mavriz.ru/articles/2003/2/82.html (20.10.2016)

11.Никульников, Н.В., Горбушко А.В. Разработка инструментария стратегического управления интернет-маркетингом // Экономические науки. - 2010. - №3. - С.276-280.

12.Ойнер, О.К., Попов Е.В. Виртуальный маркетинг и его применение на отечественных предприятиях // Маркетинг в России и за рубежом. -2000. - № 5.- Режим доступа: http://www.mavriz.ru/articles/2000/5/19.html (20.10.2016)

13.Пименов, Ю.С. Использование Интернет в системе маркетинга // Маркетинг в России и за рубежом. - 1999. - № 1. Режим доступа: http://www.mavriz.ru/articles/1999/1/320.html (20.10.2016)

14.Рублевская, Ю.В. Моделирование бизнеса в Интернет-среде // Маркетинг в России и за рубежом. - 2001. - №2. Режим доступа: http://www.mavriz.ru/articles/2001/2/1453.html (20.10.2016)

15.Шурчкова Ю.В Веб-сайт компании как маркетинговый коммуникативный инструмент // Маркетинг в России и за рубежом. - 2012. - № 1. -Режим доступа: http://www.mavriz.ru/articles/2012/1/6200.html (20.10.2016)

16.Оспанова К.К.Электронный маркетинг-микс: ретроспектива и оценка современного состояния // Маркетинг в России и за рубежом. - 2012. - № 1.-Режим доступа: <http://www.mavriz.ru/articles/2012/1/6139.html> (20.10.2016)