

## **ЭЛЕКТРОННЫЙ МАРКЕТИНГ В ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ**

**Курачѐв С. А.**, магистрант  
Научный руководитель – Забродская Н. Г.,  
к.э.н, доцент, каф. менеджмента  
Белорусского государственного университета  
информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь

Экономика знаний – экономика, где основными факторами развития являются знания и человеческий капитал. Процесс ее стратегического развития заключается в повышении качества человеческого капитала, улучшении качества жизни, в производстве знаний, высоких технологий, инноваций и высококачественных услуг.

Интернет-маркетинг – практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернете, с целью продажи продукта или услуги покупателям и управления взаимоотношениями с ними.

К основным процессам интернет-маркетинга относятся: привлечение посетителей, конверсию посетителей в клиентов, повышение лояльности клиентов.

Для белорусского бизнеса, особенно в регионах, остро стоит проблема нехватки высококвалифицированных специалистов сферы ИТ. Сайты и другие программные продукты предприятий не соответствуют современным тенденциям как в дизайне, так и технически, что вытекает из неспособности множества систем обновлять данные в режиме реального времени и противоречия принципам одностраничных (SPA) приложений. Целесообразно предусматривать должности программистов и ИТ-консультантов в штате предприятия. А также стоит проводить просветительную деятельность для менеджеров и директоров региональных организаций в формате онлайн, дистанционных. Данные практики помогут предприятиям малого и среднего бизнеса Республики Беларусь выходить на мировой рынок.