**Дәріс тақырыбы: Интернет – брендинг**

1. **Интернет-брендинг: мәні мен мазмұны**
2. **Интернет-брендтің даму кезеңдері**
3. **Интернет брендингінің ерекшеліктері**

Заманауи нақты жағдайда компаниялардың принципиалды жаңа бизнес стратегиялары мен бизнес үлгілерін пайдалануы уақыттың өзекті қажеттілігі мен талабы болып табылады.

Жаңа бизнес-стратегиялар мен бизнес-модельдер жаңа тұтыну құнын құру, компаниялардың тиімділігін арттыру және жалпы қоғамның әл-ауқатын жақсарту үшін қажет.

Интернет-брендинг компания брендін құрудың ең маңызды және тиімді құралдарының бірі болып табылады.

Интернет-брендингті дамытатын компаниялар компаниялар мен жеткізушілер, қызмет көрсету бөлімдері, дистрибьюторлар мен тұтынушылар арасында өзара әрекеттесу желілерін жасайды.

Өзара әрекеттесу және тығыз ынтымақтастық нәтижесінде барлық қатысушылар күшті байланыстар құру, құн тізбегін қалыптастыру, шығындарды азайту және интернет-коммуникацияны дамыту арқылы пайданы арттыру арқылы пайда көреді.

Электрондық бизнестің, электронды коммерцияның және интернет-брендингтің дамуы – компаниялардың өзгеретін нарық жағдайына дер кезінде жауап беруі.

Цифрлық экономикаға көшу, ІТ-технологиялардың тиімді дамуы, әлемдік экономиканың жаһандануы бизнес ортаның одан әрі дамуына тікелей әсер етеді.

Компаниялар өзгермелі жағдайларға тез бейімделуі керек және нарық талап ететін жаңа талаптарды ескеруі керек. Жаһандық өзгерістерге бейімделу көптеген компаниялар үшін оңай емес, бірақ бизнес субъектілері компанияның болашақ өміршеңдігіне интернет-брендингтің маңыздылығы мен әсерін түсініп, одан стратегиялық артықшылықтарды көруі керек.

Интернет-брендинг жаңа инновациялық бизнес үлгілерін дамытуға ықпал етеді, бәсекелестік ортаға және нарықта брендті позициялауға мүлдем жаңа тәсілдер жасайды.

Интернет-брендинг жаңа брендті немесе бұрыннан бар брендті құруға және оны Интернетте әртүрлі тиімді құралдар мен әдістерді қолдана отырып жылжытуға байланысты әрекеттерді қамтиды.

Интернет брендін дамытудың негізгі кезеңдері мыналарды қамтиды:

1 кезең – фирмалық атауды әзірлеу және құру;

2 кезең – тауар белгісін әзірлеу;

3 кезең – жоғары сапалы контентті қамтитын және тұтынушыларды брендпен таныстыру үшін негіз болатын ақпараттық жүйені қалыптастыру;

4 кезең – брендтің дамуына, тұтынушылардың адалдығына, тұтынушылық сұранысына тікелей немесе жанама әсер етуі мүмкін барлық факторларды талдауды ескере отырып, брендті позициялау моделін әзірлеу;

5 кезең – компанияның жалпы бизнес стратегиясына сәйкес келетін брендті жылжыту стратегиясын әзірлеу;

6-кезең – тауар белгісін және тауарлық атауларды, мысалы, бренд немесе өнім атауын заңды тіркеу.

**Бақылау сұрақтары:**

1. Интернет-брендинг: мәні мен мазмұны
2. Интернет-брендтің даму кезеңдері
3. Интернет брендингінің ерекшеліктері