

Секция «Государственное и муниципальное управление»

Интернет-маркетинг как инструмент деbüroкратизации государственных структур

Пиотровская Екатерина Валерьевна

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет государственного управления, Москва, Россия

E-mail: prr13@mail.ru

С появлением государственных интернет-порталов, таких как gorod.mos.ru, гражданам предоставляется возможность принять участие в развитии своего города, контролировать своевременность и качество проводимых работ, оценивать деятельность чиновников. Первые шаги на пути к гражданскому обществу сделаны, встает необходимость в вовлечении граждан в деятельность органов власти. Интернет-продвижение становится более эффективным, чем печатные аналоги.

Интернет-маркетинг – один из видов маркетинговых коммуникаций, представляющий собой комплекс мероприятий, направленный на продвижение информации в сети интернет, в целях получения максимальной отдачи, результата путем удовлетворения наибольшего количества потребностей и интересов пользователей (граждан) в интересах развития информационного общества и совершенствования системы государственного и муниципального управления.

Социологические интернет-опросы, городские и государственные порталы в сочетании с продвижением в крупнейших поисковых системах и социальных сетях могут на порядок повысить качество анализа и прогнозирования общественных запросов. Такой комплексный подход позволит сделать государственный аппарат более адаптивным к меняющимся социально-экономическим реалиям.

В статье будут освещены такие инструменты интернет-маркетинга, как seo-оптимизация, контекстная реклама, таргет-реклама в социальных сетях, продвижение в поисковых системах Яндекс и Google, а также возможности отслеживания эффективности проведенных онлайн и оффлайн мероприятий в Google Analytics и Яндекс.Директ.

Автоматизация выполнения бюрократических процедур, контроль выполнения задач, осуществляемый главным образом со стороны граждан, исключают возможность получения чиновниками взяток, улучшат качество оказываемых услуг, повысят прозрачность государственной власти и могут послужить отличным подспорьем в становлении гражданского общества.

Литература

1. Брайан Клифтон. Google Analytics для профессионалов. – М.: Вильямс, 2013
2. Вирин Ф.Ю. Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов. – М: Эксмо, 2013
3. Дженнифер Граппоне, Градива Казн. Поисковая оптимизация сайтов. Исчерпывающее руководство. – М.: Эксмо, 2012

4. Перри Маршалл. Контекстная реклама, которая работает. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013
5. Смирнов В. Прибыльная контекстная реклама; Джит Тейлор. Волшебство по расчету. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013
6. Эрик Энж, Стефан Спенсер, Рэнд Фишкин, Джесси Стрикчиола. SEO — искусство раскрутки сайтов. – Спб: БХВ-Петербург, 2011
7. <https://adwords.google.com/> (Google AdWords)
8. <http://gorod.mos.ru/> (Наш город. Портал управления городом Москва)
9. <http://direct.yandex.ru/> (Яндекс.Директ)
10. <https://metrika.yandex.ru/> (Яндекс.Метрика)
11. <http://vk.com/ads> (Реклама в Вконтакте)
12. <http://www.4p.ru/main/theory/24366/> (Маркетинг журнал)
13. <https://www.google.ru/analytics/> (Google Analytics)
14. <http://www.mos.ru/> (Официальный сайт Правительства Москвы)