

Продвижение криптовалют: особенности интернет-маркетинга

Научный руководитель – Шлейтере Светлана Владимировна

Богданов Закир Имранович

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: zakb98@ya.ru

Глобализация, бурный рост денежных рынков, общая компьютеризация и совершенствование IT-технологий повлекли за собой возникновение в нашем обществе большого числа дополнительных институтов, финансовых инструментов и ранее не известных форм взаимодействия. Одним из подобных институтов в наше время выступают электронные деньги.

Ключевым вопросом для наиболее полного осмысления значения криптовалюты является определение ее текущего положения в финансовом институте и методы воздействия на аудиторию.

Все это подводит к необходимости изучения данного явления, которое будет проведено в текущей работе.

Таким образом, цель данной работы состоит в том, чтобы определить и исследовать основные подходы к продвижению рынка криптовалют.

Для достижения поставленной цели будут выполнены следующие задачи:

- изучить подходы к пониманию социальной сущности маркетингового продвижения криптовалют;
- провести сравнительный анализ основных методов коммуникационного менеджмента рынка криптовалют как нового вида денег;
- определить направления совершенствования методов планирования маркетинговой деятельности;
- рассмотреть SERM как особенную характеристику маркетинговых коммуникаций;
- провести анализ каналов коммуникации и типов контента в отрасли;

Предметом исследования являются особенности продвижения с применением маркетинговых коммуникаций.

Объектом исследования является рынок криптовалют.

В первом разделе данной работы рассматривается термин «маркетинг», его социальную сущность, особенности продвижения нового вида денег, структура, а также выделены основные преимущества и недостатки коммуникационной стратегии в социальных сетях.

Приведена таблица десятки крупнейших криптовалют, имеющих самую большую капитализацию на рынке в настоящий момент времени. Так же рассматриваются основные криптовалюты: Bitcoin, Ethereum, Ripple и Bitcoin cash. По криптовалютам проведен исторический анализ и приведены основные графики, которые наглядно показывают, как изменялась криптовалюта со временем и какие коммуникационные ходы влияли на скачки курса.

Во втором разделе изучены основные маркетинговые стратегии, рассмотрены международные кейсы по продвижению и позиционированию блокчейн-технологий.

В третьем разделе был рассмотрены коммуникационные инструменты, связанные с маркетингом в социальных сетях, также представлена основная терминология и определения.

Основная задача заключается в том, чтобы исследовать методы маркетингового продвижения криптовалют путем анализа и выявления зависимости от таких переменных, как позиционирование и продвижение в социальных сетях