

ББК 65.291.3с51я73
А 904

Рецензенты:

А. В. Шабурова, д-р экон. наук, доцент
А. М. Каширина, канд. экон. наук, доцент

Работа подготовлена на кафедре экономической информатики
и предназначена для студентов направления 38.03.05
«Бизнес-информатика»

Асланова И. В.

А 904 Цифровой маркетинг : учебное пособие / И. В. Асланова. –
Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2022. – 76 с.

ISBN 978-5-7782-4823-6

В пособии дается описание особенностей комплекса маркетинга в цифровой среде, подробно рассмотрены изменения поведения покупателей под влиянием цифровых технологий, дан обзор различных инструментов цифрового маркетинга. Учебное пособие состоит из трех глав. В конце каждой главы имеются контрольные вопросы для самопроверки и контрольные задания для самостоятельной подготовки.

Учебное пособие адресовано студентам направления 38.03.05 «Бизнес-информатика».

ББК 65.291.3с51я73

ISBN 978-5-7782-4823-6

© Асланова И. В., 2022
© Новосибирский государственный
технический университет, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1. СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ИНСТРУМЕНТЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА	4
1.1. Этапы развития маркетинга как вида деятельности	4
1.2. Современные тенденции развития маркетинга товаров и услуг.....	12
1.3. Элементы комплекса маркетинга	14
Вопросы для обсуждения	18
2. ОСНОВЫ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА	19
2.1. Сущность и основные определения цифрового маркетинга	19
2.2. Особенности цифрового маркетинга.....	23
2.3. Преимущества цифрового маркетинга	24
2.4. Интернет-маркетинг в системе цифрового маркетинга	27
2.5. Основные инструменты Интернет-маркетинга	31
2.6. Поведение потребителей на Интернет-рынке.....	35
Вопросы для обсуждения	52

3. СУЩНОСТЬ, ХАРАКТЕРИСТИКА И КЛАССИФИКАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА	54
3.1. Воронка продаж и понятие конверсии	54
3.2. Метрическое обеспечение маркетинговой аналитики	56
3.3. Инструментальное обеспечение маркетинговой аналитики	64
3.4. Способы создания посадочных страниц в сети Интернет	65
Вопросы для обсуждения	68
Библиографический список	69
Глоссарий	72