

Л.Г. Ахмаева, Д.В. Долгополов, А.И. Еремеева

МАРКЕТИНГ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Учебное пособие
для подготовки бакалавра
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
38.03.02 Менеджмент, 38.03.01 Экономика



СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1. РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ	6
1.1. Основные принципы и подходы к разработке маркетинговой стратегии компании.....	6
1.2. Инструменты стратегического анализа для разработки маркетинговой стратегии компании	18
1.3. Основные подходы к определению эффективности маркетинговых стратегий	35
2. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ	47
2.1. Классификация и применение маркетинговых инструментов в цифровой среде.....	47
2.2. Выбор маркетинговых инструментов в цифровой среде	73
3. ПРОДВИЖЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОДУКТА В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ.....	77
3.1. Разновидности продвижения в цифровой среде.....	77
3.2. Продвижение маркетингового продукта через Яндекс Директ.....	91
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	109
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	119