

УДК 339.138(075.8)

ББК 65.290-2я73

Ц75

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Рецензенты:

Гордиенко Д.В. — профессор Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, академик (действительный член) Академии военных наук, доктор военных наук, профессор, старший научный сотрудник Института Дальнего Востока Российской академии наук;

Вахрушев В.Ю. — кандидат экономических наук, руководитель Управления группы услуг по таможенному оформлению и международной торговле в СНГ в международной логистической компании AsstrA-Associated Traffic AG, член редакционного совета научно-практического журнала «Таможенное регулирование и таможенный контроль»;

Пишук И.П. — эксперт по системному маркетингу в Fashion-индустрии, основатель Академии Fashion-маркетинга;

Худжатов М.Б. — кандидат экономических наук, доцент кафедры таможенного дела Российского университета дружбы народов.

Ц75 **Цифровые инструменты маркетинга: учебник для бакалавров и магистров / под ред. Д.А. Жильцова.** — М.: Центркаталог, 2023. — 230 с. (Вузовский учебник).

ISBN 978-5-903268-71-9

В учебнике раскрываются содержание и специфика цифровых инструментов маркетинга, интернет-маркетинга, приводятся конкретные направления и примеры использования цифровых инструментов маркетинга, интернет-продвижения, использования социальных сетей для успешного позиционирования компании на рынке и эффективного диалога с целевыми аудиториями потребителей и партнеров, анализируется информационный поток логистики распределения, рассматривается процесс создания стратегии продвижения товаров и услуг в интернете и непосредственно контент-плана в социальных сетях. Анализируются современные инструменты маркетинговых коммуникаций в цифровой среде маркетинга: контекстная реклама, SEO, email-маркетинг, директ-маркетинг и другие с учетом специфики целевых аудиторий.

Специалисты в области интернет-маркетинга должны обладать разносторонними знаниями в области экономики, менеджмента, маркетинга, логистики, социологии, компьютерных технологий, знанием иностранных языков. Сочетание этих знаний с функциями интернет-маркетинга позволит им успешно конкурировать на рынке.

Основные положения учебника помогут специалисту добиться намеченных результатов бизнеса, занять прочное положение в сфере национальной экономики и сделать существенный вклад в экономику страны.

Учебник разработан в соответствии с актуальными требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

Для бакалавров и магистров, обучающихся по направлениям подготовки «Маркетинг», «Логистика», «Торговое дело», «Менеджмент», «Экономика», а также для маркетологов, менеджеров по интернет-коммуникациям, PR и рекламе, специалистов по сбыту и логистике, предпринимателей, а также широкого круга специалистов-практиков, интересующихся возможностями использования цифровых инструментов маркетинга в организации как коммерческой, так и некоммерческой деятельности.

ISBN 978-5-903268-71-9

© Авторский коллектив, 2023

© Центркаталог, 2023