

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Инженерно-технологическая академия

А. В. КАТАЕВ
Т. М. КАТАЕВА
И. А. НАЗВАНОВА

DIGITAL-MАРКЕТИНГ

Учебное пособие

Ростов-на-Дону – Таганрог
Издательство Южного федерального университета
2020

УДК 004.7(075.8)+338(075.8)

ББК 32.973я73+65.290-2я73

К29

Печатается по решению кафедры менеджмента и инновационных технологий Института управления в экономических, экологических и социальных системах Южного федерального университета (протокол № 21 от 27 марта 2019 г.)

Рецензенты:

доктор экономических наук, профессор, зав. кафедры экономики и финансов Таганрогского института управления и экономики

И. Н. Олейникова

доктор технических наук, профессор кафедры государственного и муниципального управления Института управления в экономических, экологических и социальных системах Южного федерального университета *Г. В. Горелова*

Катаев, А. В.

К29 Digital-маркетинг : учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2020. – 161 с.

ISBN 978-5-9275-3437-1

В пособии подробно описаны основы digital-маркетинга. Рассмотрены базовые вопросы маркетинга, маркетинговых исследований, формирования ценностного предложения и продвижения бизнеса в интернете. Особое внимание уделено практическим методам и инструментам исследования аудитории интернет, разработки посадочных страниц, поисковой оптимизации сайта, проведения рекламных кампаний и продвижения с помощью социальных систем.

Пособие предназначено для студентов направления «Бизнес-информатика».

УДК 004.7(075.8)+338(075.8)

ББК 32.973я73+65.290-2я73

ISBN 978-5-9275-3437-1

© Южный федеральный университет, 2020

© Катаев А. В., Катаева Т. М., Названова И. А., 2020

© Оформление. Макет. Издательство

Южного федерального университета, 2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
ГЛАВА 1. ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА	6
1.1. Маркетинг как актуальная философия ведения бизнеса	6
1.2. Digital-маркетинг в построении современной бизнес-концепции предприятия	13
1.3. Сегментирование рынка как основной этап цифрового маркетинга	17
Контрольные вопросы	20
Задания для самостоятельной работы	20
ГЛАВА 2. КОММУНИКАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ DIGITAL-МАРКЕТИНГА	26
2.1. Маркетинговые коммуникации и продвижение товаров и услуг	26
2.2. Разработка стратегии продвижения на основе цифровых технологий	28
Контрольные вопросы	33
Задания для самостоятельной работы	34
ГЛАВА 3. САЙТ И ПОСАДОЧНАЯ СТРАНИЦА (LANDING PAGE)	35
3.1. Основы создания интернет-ресурсов и обеспечения их функционирования в глобальной сети	35
3.2. Коммерциализация интернет-проектов	39
3.3. Партнерские программы коммерческих сайтов и их агрегаторы	42
3.4. Посадочная страница коммерческого сайта	45
3.5. Комплексное продвижение коммерческого сайта в сети Интернет	55
Контрольные вопросы	57
Задания для самостоятельной работы	60
ГЛАВА 4. ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА	61
4.1. Медийная (баннерная) реклама	61
4.2. RTB-технология интернет-рекламы	74
4.3. Контекстная реклама	79
4.4. Таргетинг. Ретаргетинг	82
Контрольные вопросы	87

Задания для самостоятельной работы	88
ГЛАВА 5. ПОИСКОВОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТА	90
5.1. Способы привлечения посетителей из поисковых систем	90
5.2. SEO-аудит сайта	100
Контрольные вопросы	104
Задания для самостоятельной работы	107
ГЛАВА 6. ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ:	
SMM И SMO	108
6.1. Продвижение компании с помощью SMM	109
6.2. Обзор популярных социальных сетей	114
6.3. Social Media Optimization (SMO)	124
6.4. Мониторинг социальных сетей и блогов	127
Контрольные вопросы	135
Задания для самостоятельной работы	136
ПРИЛОЖЕНИЯ	138
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	158