

Е. Б. КМЕТЬ,
Н. А. ЮРЧЕНКО

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ

УЧЕБНИК



ЛАНЬ

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ•МОСКВА•КРАСНОДАР
2023

УДК 658.8
ББК 65.290-2я73

К 52 **Кметь Е. Б.** Цифровой маркетинг : учебник для вузов /
Е. Б. Кметь, Н. А. Юрченко. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 128 с. :
ил. — Текст : непосредственный.

ISBN 978-5-507-46792-1

Цифровому маркетингу как стремительно развивающейся практике свойственно большое количество дискуссионных вопросов. Данный учебник — это не окончательный результат познания, состоящий из непреклонных догм, а лишь начало процесса познания цифрового маркетинга. Дискуссионная форма подачи материала позволяет развить критический стиль мышления у студентов, так как учебник предлагает самостоятельно разделить одну из представленных точек зрения, стать ее сторонником и по результатам выполнения предложенных задач сформулировать собственное отношение к изучаемому предмету. В помощь самостоятельному мышлению студентов дается краткий обзор тех ресурсов, где можно почерпнуть передовые идеи в области цифрового маркетинга. Практико-ориентированность учебника состоит в том, что к каждой теме предлагается не только проверочный тест, но несколько кейс-задач, выполнение которых стимулирует практическую работу в сервисах Интернета (рекламных кабинетах поисковых систем и социальных сетей, сервисах веб-аналитики, сервисах рассылки, системах управления контентом и т. д.).

Учебник предназначен для бакалавров и магистрантов, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика», «Менеджмент», а также представляет интерес для практиков, специализирующихся на цифровом маркетинге предприятия.

УДК 658.8
ББК 65.290-2я73

Рецензенты:

Е. В. БЕЛЯКОВА — доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры менеджмента Института менеджмента и международного бизнеса Сибирского государственного университета науки и технологий им. академика М. Ф. Решетнева;

А. А. ИСАЕВ — доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры маркетинга и торговли Института маркетинга и коммерческой деятельности Владивостокского государственного университета.

Обложка

Ю. В. ГРИГОРЬЕВА

© Издательство «Лань», 2023
© Е. Б. Кметь, Н. А. Юрченко, 2023
© Издательство «Лань», художественное оформление, 2023

ВВЕДЕНИЕ

Сегодня существует большое количество книг в области цифрового маркетинга и просто огромное количество блогов, статей по отдельным аспектам и направлениям цифрового маркетинга в онлайн-пространстве.

Нам видится, что претензии на оригинальность данного издания вполне обоснованы по следующим причинам:

- в книге дается краткий обзор институтов воспроизводства научного знания в области цифрового маркетинга, тех ресурсов, где можно почерпнуть передовые идеи и новые траектории развития знания в области цифрового маркетинга;

- цифровому маркетингу на фоне его непрерывного и стремительного развития свойственно большое количество дискуссионных вопросов, поэтому учебник (или учебное пособие) — это не окончательный результат познания из совокупности непререкаемых догм, а только начало этого познания. Дискуссионная форма подачи материала позволяет развить критический стиль мышления у студентов, т. е. помимо представления различных подходов к трактовке содержания отдельных видов деятельности, составляющих цифровой маркетинг, студентам предлагается самостоятельно разделить одну из точек зрения, стать ее сторонником и по результатам выполнения практических кейс-задач сформулировать собственное отношение к изучаемому аспекту;

- практико-ориентированность учебника, которая заключается в том, что к каждой теме предлагается не только небольшой тест, но и выполнение нескольких заданий в форме кейс-задач, предполагающих практическую работу в сервисах Интернета (рекламных кабинетах поисковых систем и социальных сетей, сервисах веб-аналитики, сервисах рассылки, системах управления контентом и т. д.).

Учебник раскрывает следующие темы в области цифрового маркетинга:

- сущность цифрового маркетинга: понятие, виды деятельности;
- каналы и технологии;
- стратегия цифрового маркетинга и исследования в области продвижения в цифровом пространстве;
- сущность и роль SEO в продвижении веб-сайтов;
- управление контекстной рекламой в сервисах контекстной рекламы;
- прямой маркетинг: имейл-рассылки и рекламные услуги сотовых операторов;
- веб-аналитика и performance-маркетинг.

Следует отметить, что многие виды деятельности цифрового маркетинга не были рассмотрены в рамках данного издания, но авторы ориентировались на аудиторную нагрузку дисциплин «Цифровой маркетинг», «Интернет-маркетинг», «Система диджитал-маркетинга» и аналогичных, которые предполагают 18 ч лекций и 36 ч (либо 18 ч) практических занятий. Поэтому большее внимание уделено таким элементам каждой темы, как: список контрольных вопросов, тестирование, кейс-задачи (практические задания, предполагающие формирование практических навыков и умений работы в сервисах рекламных кабинетов, сервисах веб-аналитики и т. д.).

Учебник предназначен для бакалавров и магистрантов, обучающихся по направлениям подготовки высшего образования «Экономика» и «Менеджмент», а также представляет интерес для практиков, специализирующихся в области цифрового маркетинга предприятия.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. СУЩНОСТЬ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА: ПОНЯТИЕ, ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, КАНАЛЫ И ТЕХНОЛОГИИ	4
1.1. ПОНЯТИЕ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА	4
1.2. ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ	6
1.3. ОБЗОР ВИДОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, СОСТАВЛЯЮЩИХ ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ	12
КОМПЛЕКС ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ	18
ГЛАВА 2. СТРАТЕГИЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА И ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ	23
2.1. ПОНЯТИЕ СТРАТЕГИИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА И ПРОЦЕСС РАЗРАБОТКИ	23
2.2. НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ В ОБЛАСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ	24
2.3. РАЗРАБОТКА КАРТ ПУТИ КЛИЕНТОВ И ИХ ВКЛАД В ПЛАНИРОВАНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА ...	27
КОМПЛЕКС ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ	32
ГЛАВА 3. СУЩНОСТЬ И РОЛЬ SEO В ПРОДВИЖЕНИИ ВЕБ-САЙТОВ	38
3.1. СОДЕРЖАНИЕ SEARCH ENGINE OPTIMIZATION И ПРИНЦИПЫ РАБОТЫ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ	38
3.2. ТЕХНИЧЕСКАЯ И ТЕКСТОВАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ САЙТА	40
3.3. ПРОЦЕСС ПОДКЛЮЧЕНИЯ САЙТА К SEO-СЕРВИСУ	42
3.4. КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ И АУДИТ САЙТА	44
КОМПЛЕКС ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ	49
ГЛАВА 4. УПРАВЛЕНИЕ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМОЙ В СЕРВИСАХ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ	57
4.1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ	57
4.2. ФОРМАТЫ РЕКЛАМНЫХ СООБЩЕНИЙ В РАЗНЫХ ТИПАХ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В «ЯНДЕКС.ДИРЕКТ»	62
4.3. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ	64
КОМПЛЕКС ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ	66
ГЛАВА 5. ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	71
5.1. СУЩНОСТЬ ПРОДВИЖЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	71
5.2. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	72
5.3. ПРОЦЕСС НАСТРОЙКИ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ В РЕКЛАМНОМ КАБИНЕТЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ	75
КОМПЛЕКС ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ	79
ГЛАВА 6. ПРЯМОЙ МАРКЕТИНГ: ИМЕЙЛ-РАССЫЛКИ И РЕКЛАМНЫЕ УСЛУГИ СОТОВЫХ ОПЕРАТОРОВ	82
6.1. ПОНЯТИЕ И ИНСТРУМЕНТЫ ПРЯМОГО МАРКЕТИНГА	82
6.2. СУЩНОСТЬ ИМЕЙЛ-МАРКЕТИНГА И ПРОЦЕСС ПЛАНИРОВАНИЯ РАССЫЛКИ	83
6.3. РЕКЛАМНЫЕ УСЛУГИ СОТОВЫХ ОПЕРАТОРОВ	88
КОМПЛЕКС ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ	93
ГЛАВА 7. ВЕБ-АНАЛИТИКА И PERFORMANCE-МАРКЕТИНГ	96
7.1. СУЩНОСТЬ ВЕБ-АНАЛИТИКИ	96
7.2. КЛАССИФИКАЦИЯ СИСТЕМ АНАЛИТИКИ ПОСЕЩАЕМОСТИ САЙТОВ	101
7.3. СОВОКУПНОСТЬ ПОНЯТИЙ, С КОТОРЫМИ РАБОТАЮТ СЕРВИСЫ ВЕБ-АНАЛИТИКИ	105
7.4. ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ «ЯНДЕКС.МЕТРИКИ»	107
7.5. ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ В GOOGLE ANALYTICS	109
7.6. СУЩНОСТЬ PERFORMANCE-МАРКЕТИНГА	111
КОМПЛЕКС ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ	115
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	120
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	121

*Елена Борисовна КМЕТЬ,
Наталья Александровна ЮРЧЕНКО*
ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ
УЧЕБНИК

Зав. редакцией
литературы гуманитарного и социально-экономического профиля *В. П. Рогов*
Ответственный редактор *Е. О. Сапарова*
Подготовка макета *Т. С. Спирина*
Корректор *Т. А. Кошелева*
Выпускающий *В. А. Иутин*

ЛР № 065466 от 21.10.97
Гигиенический сертификат 78.01.10.953.П.1028
от 14.04.2016 г., выдан ЦГСЭН в СПб

Издательство «ЛАНЬ»
lan@lanbook.ru; www.lanbook.com
196105, Санкт-Петербург, пр. Ю. Гагарина, д. 1, лит. А.
Тел./факс: (812) 336-25-09, 412-92-72.
Бесплатный звонок по России: 8-800-700-40-71

Подписано в печать 13.06.23.
Бумага офсетная. Гарнитура Школьная. Формат 60×90 1/8.
Печать офсетная/цифровая. Усл. п. л. 16,00. Тираж 30 экз.

Заказ № 843-23.

Отпечатано в полном соответствии
с качеством предоставленного оригинал-макета в АО «Т8 Издательские Технологии».
109316, г. Москва, Волгоградский пр., д. 42, к. 5.