

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ

серия основана в 1996 г.



Л.А. ГАМИДУЛЛАЕВА

С.В. ЗИНЧЕНКО

Е.М. БИЖАНОВА

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ

УЧЕБНИК

znanium
электронно-библиотечная система

Москва
ИНФРА-М
2025

УДК 339.138(075.8)

ББК 65.291.3я73

Г18

А в т о р ы:

Гамидуллаева Л.А., доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента и государственного управления Пензенского государственного университета (гл. 1 (совместно с С.В. Зинченко), 2 (совместно с С.В. Зинченко), 3 (совместно с Е.М. Бижановой), 8 (совместно с С.В. Зинченко));

Зинченко С.В., кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и государственного управления Пензенского государственного университета (гл. 1 (совместно с Л.А. Гамидуллаевой), 2 (совместно с Л.А. Гамидуллаевой), 6, 7, 8 (совместно с Л.А. Гамидуллаевой));

Бижанова Е.М., кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и государственного управления Пензенского государственного университета (гл. 3 (совместно с С.В. Зинченко), 4, 5, 9).

Р е ц е н з е н т ы:

Красюк И.А., доктор экономических наук, профессор, профессор Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого;

Толстых Т.О., доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры промышленного менеджмента Национального исследовательского технологического университета «МИСИС».

Гамидуллаева Л.А.

Г18 Цифровой маркетинг : учебник / Л.А. Гамидуллаева, С.В. Зинченко, Е.М. Бижанова. – Москва : ИНФРА-М, 2025. – 338 с. – (Высшее образование). – DOI 10.12737/2234130.

ISBN 978-5-16-021675-1 (print)

ISBN 978-5-16-114459-6 (online)

В учебнике освещаются теоретические и практические аспекты цифрового маркетинга, формирующиеся в условиях цифровой трансформации экономики, бизнеса и клиентского опыта.

Учебник раскрывает сущность и особенности цифрового маркетинга, его ключевые инструменты и технологии, используемые для проведения маркетинговых исследований и аналитики рынка, управления клиентским опытом, а также технологии интернет-маркетинга, мобильного маркетинга, маркетинга в социальных сетях, контент-маркетинга, «Индустрии 4.0» и др. Особое внимание уделено практическим аспектам применения цифровых технологий в маркетинговой деятельности организаций в целях формирования профессиональных компетенций будущих специалистов.

Соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования последнего поколения.

Для студентов, обучающихся по направлениям 38.03.02 «Менеджмент», 38.03.06 «Торговое дело», 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», 43.03.02 «Туризм» и по другим образовательным программам, связанным с маркетингом и цифровыми технологиями.

УДК 339.138(075.8)

ББК 65.291.3я73

ISBN 978-5-16-021675-1 (print)

ISBN 978-5-16-114459-6 (online)

© Гамидуллаева Л.А., Зинченко С.В., Бижанова Е.М.,
2025

По вопросам приобретения книг обращайтесь:
Отдел продаж «ИНФРА-М» (оптовая продажа):
127214, Москва, ул. Полярная, д. 31В, стр. 1
Тел. (495) 859-48-60 (доб. 222, 564)
E-mail: books@infra-m.ru

•

Отдел «Книга-почтой»:
тел. (495) 859-48-60 (доб. 222)

ФЗ № 436-ФЗ	Издание не подлежит маркировке в соответствии с п. 1 ч. 2 ст. 1
----------------	--

Учебное издание

**Гамидуллаева Лейла Айваровна,
Зинченко Светлана Владимировна,
Бижанова Евгения Михайловна**

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ

УЧЕБНИК

Оригинал-макет подготовлен в НИЦ ИНФРА-М

ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М»
127214, Москва, ул. Полярная, д. 31В, стр. 1
Тел.: (495) 280-15-96, 280-33-86. Факс: (495) 280-36-29
E-mail: books@infra-m.ru, <http://www.infra-m.ru>

Подписано в печать 25.11.2025.
Формат 60×90/16. Бумага офсетная. Гарнитура Petersburg.
Печать цифровая. Усл. печ. л. 21,13.
Тираж 500 экз. (I – 50). Заказ № 00000.
ТК 862835-2234130-734525

Отпечатано в типографии ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М»
127214, Москва, ул. Полярная, д. 31В, стр. 1
Тел.: (495) 280-15-96, 280-33-86. Факс: (495) 280-36-29