**Ефременко Е.В.**

# Цифровая трансформация маркетинга на рынке услуг

**2023**

**Диссертация**

**на соискание ученой степени**

**доктора экономических наук**

**[Полный текст диссертации](https://право.информ2000.рф/dostup.htm)**

[**Написание на заказ студенческой и аспирантской работы**](https://право.информ2000.рф/diplom.htm)

[**Вернуться в каталог диссертаций по маркетингу**](https://право.информ2000.рф/marketing4/marketing4-20.htm)

[**Книги и диссертации по экономике, праву и экологии - полные тексты**](https://право.информ2000.рф/dissertation.htm)

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ……………………………………………………………… 5

РАЗДЕЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ

ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ МАРКЕТИНГА НА РЫНКЕ

УСЛУГ…………………………………………………………………… 17

1.1 Теоретические основы и факторы цифровой трансформации

маркетинга на рынке услуг……………………………………………… 17

1.2 Научно-практический подход к цифровой трансформации

маркетинга на рынке услуг……………………………………………… 32

1.3 Концептуальные основы цифровой трансформации маркетинга

на рынке услуг…………………………………………………………… 46

ВЫВОДЫ К РАЗДЕЛУ 1…………………………………………….... 55

РАЗДЕЛ 2 ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ РЫНКА УСЛУГ В

УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

МАРКЕТИНГА…………………………………………………………. 58

2.1 Современные информационные технологии на рынке услуг…….. 58

2.2 Направления формирования и развития рынка услуг под влиянием

цифрового маркетинга…………………………………………………... 76

2.3 Основные модели цифровой трансформации маркетинга на рынке

услуг………………………………………………………………………. 97

ВЫВОДЫ К РАЗДЕЛУ 2………………………………………………. 109

РАЗДЕЛ 3 СИСТЕМА ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ НА ОСНОВЕ

ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ………………………………………... 113

3.1 Маркетинговые особенности цифровой трансформации рынка

услуг……………………………………………………………………… 113

3.2 Основные способы, средства и мероприятия, позволяющие

привлечь внимание потенциальных клиентов на рынке услуг………. 124

3.3 Особенности популяризации услуг на современном виртуальном

рынке на основе технологий цифрового маркетинга…………………. 133

ВЫВОДЫ К РАЗДЕЛУ 3……………………………………………… 170

РАЗДЕЛ 4 ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ МАРКЕТИНГА

НА РЫНКЕ УСЛУГ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ………………………… 173

4.1 Организация процесса продвижения услуг в социальных сетях на

основе цифровых технологий…………………………………………... 173

4.2 Концептуальная маркетинговая модель базовых положений

использования цифровых технологий на рынке услуг……………….. 183

4.3 Основные направления формирования качественной цифровой

экономики на основе маркетинга………………………………………. 194

ВЫВОДЫ К РАЗДЕЛУ 4……………………………………………… 210

РАЗДЕЛ 5 КОМПЛЕКС ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

МАРКЕТИНГА НА РЫНКЕ УСЛУГ……………………………….. 213

5.1 Инструменты продвижения услуг на этапе цифровой

трансформации маркетинга…………………………………………….. 213

5.2 Бизнес-модель комплексного процесса цифровизации маркетинга

на рынке услуг…………………………………………………………… 225

5.3 Стратегия цифровой трансформации маркетинга на рынке услуг.. 236

ВЫВОДЫ К РАЗДЕЛУ 5……………………………………………… 244

ЗАКЛЮЧЕНИЕ………………………………………………………… 249

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ………………… 256

ПРИЛОЖЕНИЯ………………………………………………………… 291

[**Полный текст диссертации**](https://право.информ2000.рф/dostup.htm)