

عنوان مقاله:

مروری بر بازاریابی دیجیتال: تحلیل بیبلیومتریک و کلاسترینگ

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

رباب امیدی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه الزهرا "س" تهران

خلاصه مقاله:

بازاریابی دیجیتال یعنی دستیابی به اهداف بازاریابی با استفاده از روش ها و ابزارهای دنیای فناوری دیجیتال . به صرفه ترین روش بازاریابی در حال حاضر برای کسب و کارها استفاده از تکنیک های بازاریابی الکترونیک هست. در این مقاله با استفاده از داده های استخراج شده از پایگاه استنادی Web Of Science و VOSviewer به عنوان ابزار تجزیه و تحلیل کتاب شناختی در این مقاله به کار گرفته شد تا مروری جامع در مورد بازاریابی دیجیتال داشته باشد. و در مجموع ۱۱۰ مقاله مورد بررسی قرار گرفت . بدین منظور در این مقاله از روش تحلیل بیبلیومتریک و کلاسترینگ بر مبنای کلیدواژه های موجود در عنوان مقالات، استفاده شده است. نتایج حاکی از آن است که به طور کلی ۱ خوشه اصلی در حوزه قابل شناسایی است.

کلمات کلیدی:

دیجیتال مارکتینگ ، بازاریابی دیجیتال ، تحلیل بیبلیومتریک ، خوشه بندی، مرور سیستماتیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1244469>

