

Нгуен Мінх Санг

## Бібліометричний аналіз еволюції тенденцій цифрового маркетингу

Цей бібліометричний аналіз має на меті визначити прогрес досліджень цифрового маркетингу через вивчення 513 англомовних статей, опублікованих у Scopus за період 2003–2024 років. Вивчення наукових здобутків вказує на тенденцію до зростання, про що свідчить збільшення кількості публікацій з однієї у 2003 році до 115 у 2022 році та цитування із 79 у 2003 році до 1131 у 2021 році, як визначено аналізом ключових слів, цитування та авторства. Огляд особливостей цитування показує, що публікації зі значним впливом переважно публікуються в престижних наукових журналах, таких як *Industrial Marketing Management* та *International Journal of Research in Marketing*. Відомі автори походять із Йорданії, Фінляндії, Іспанії, Об'єднаних Арабських Еміратів та Саудівської Аравії; серед інших регіонів – США, Близький Схід, Європа та Азія, зокрема. Аналіз ключових слів виявив акцент на новітніх технологіях, таких як штучний інтелект та традиційні методи цифрового маркетингу (наприклад, соціальні медіа, контент-маркетинг, інтернет-маркетинг). Аналіз спільної появи тем висвітлює стратегію цифрового маркетингу, аудиторію цифрового маркетингу, цифрову трансформацію бізнесу та маркетингу, а також прискорення впровадження цифрових технологій через COVID-19. Подальші напрями досліджень охоплюють оптимізацію використання новітніх платформ соціальних медіа, впровадження технологій віртуальної та доповненої реальності для покращення досвіду клієнтів та використання потенціалу штучного інтелекту та машинного навчання для підвищення ефективності цифрового маркетингу. Використовуючи інформацію з аналізу даних, це дослідження пропонує рекомендації щодо вдосконалення навчальних програм, наукових інтересів та практики цифрового маркетингу.

**Ключові слова:** штучний інтелект, контент-маркетинг, залучення клієнтів, цифрова трансформація, машинне навчання, маркетинг у соціальних мережах, впровадження технологій, віртуальна реальність

**Класифікація JEL:** M31, M37, M15, O33, L86



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.