



فصلنامه مدیریت مهندسی و تحول دیجیتال

Journal of Engineering Management and Digital Transformation

Homepage: <https://Jonarbset.ir>



Original Research Article



Exploring the role of digital marketing in business development

Reyhaneh Sadrifard ^{*1} , Faezeh Langari ² 

1- Master of Business Administration, Shirvan Azad University, Shirvan, Iran (Corresponding author)

2- Master of Science in Accounting, Imam Reza International University of Mashhad, Mashhad, Iran

ARTICLE INFO

Article History

Date Received: 3 December 2024

Date Revised: 28 February 2025

Date Accepted: 8 May 2025

Date published: 16 July 2025

Keywords

Marketing,
Digital Marketing,
Business Development.

ABSTRACT

Digital marketing and e-commerce are actually two consequences of technological progress. In recent years, technological progress, the spread of the Internet and social networks, smartphones, etc., have caused customers' purchasing behavior to change significantly compared to the past. These changes may have affected the entire purchasing process, including search, selection, purchase, and receipt. The increased use of digital media by consumers and the strong desire of users to join the digital age have led many companies to use digital marketing to reach their target markets. The purpose of this article is to examine digital marketing and its impact and digital transformation on business development, positioning, and e-commerce. The research method is a descriptive and analytical article, with a review of the literature on the subject and a study of library documents. The results of the research show the types of digital marketing and its positive role in business development.

Corresponding Author Email:

sadrifard20@gmail.com

How to cite this article:

Sadrifard, R., & Langari, L. (2025). Exploring the role of digital marketing in business development. *Journal of Engineering Management and Digital Transformation*, 8(2), 1-17



©2023 The author(s). This is an open access article distributed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC), which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source.

Publisher: Chatre Andisheh International Publishing Institute



فصلنامه مدیریت مهندسی و تحول دیجیتال

مدیریت مهندسی و تحول دیجیتال

Homepage: <https://Jonarbset.ir>

مقاله پژوهشی

بررسی نقش بازاریابی دیجیتال در توسعه کسب و کار

ریحانه صدری فرد*^۱ ID، فائزه لنگری^۲ ID

۱- کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد واحد شیروان، شیروان، ایران (نویسنده مسئول)

۲- کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه بین المللی امام رضا مشهد، مشهد، ایران

چکیده

بازاریابی دیجیتال و تجارت الکترونیک در واقع دو پیامد مه پیشرفت تکنولوژی هستند. در سال های اخیر، پیشرفت تکنولوژی، گسترش اینترنت و شبکه های اجتماعی، گوشی های هوشمند و غیره، باعث شده است که رفتار خرید مشتریان نسبت به گذشته تغییرات زیادی داشته باشد. این تغییرات ممکن است در کل فرایند خرید شامل جستجو، انتخاب، خرید و دریافت اثر گذاشته باشد. افزایش استفاده از رسانه های دیجیتالی توسط مصرف کنندگان و تمایل شدید کاربران به پیوستن به عصر دیجیتال، شرکت های زیادی را به استفاده از بازاریابی دیجیتال برای رسیدن به بازارهای هدف خود متمایل کرده است. هدف مقاله حاضر، بررسی بازاریابی دیجیتال و تاثیر آن و تحول دیجیتال بر توسعه کسب و کار، موقعیت یابی و تجارت الکترونیک می باشد. روش تحقیق مقاله توصیفی و تحلیلی با مرور بر ادبیات موضوع و مطالعه اسناد کتابخانه ای صورت پذیرفته است. نتایج تحقیق انواع بازاریابی دیجیتال و نقش مثبت آن در توسعه کسب و کار را نشان می دهد.

اطلاعات مقاله

سابقه مقاله

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۹/۱۳

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۱۲/۱۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۲/۱۸

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۴/۲۵

واژه های کلیدی

بازاریابی،

بازاریابی دیجیتال،

توسعه کسب و کار.

ایمیل نویسنده مسئول

sadrifard20@gmail.com

استناد به این مقاله: صدری فرد، ریحانه و لنگری، فائزه. (۱۴۰۴). بررسی نقش بازاریابی دیجیتال در توسعه کسب و کار. مدیریت مهندسی و تحول دیجیتال، ۸ (۲)، ۱-۱۷

ناشر: موسسه انتشارات بین المللی چتر اندیشه

.۱۷



Creative Commons: CC BY 4.0