

Studiju kursa nosaukums	DIGITĀLĀ MĀRKETINGA PAMATI		
Apjoms kredītpunktos/ ECTS)	2/3	Apjoms (stundās)	80
Priekšzināšanas	Nav nepieciešamas		
Zinātņu nozare			
Zinātņu apakšnozare			
Akadēmisko stundu kopsavilkums	Apjoms (akadēmiskās stundas)		
Tālmācības nodarbības	40		
Kontaktstundas / video lekcijas	8		
Vingrinājumi, pašpārbaudes jautājumi un testi	14		
Patstāvīgie darbi/attālinātās diskusijas	16		
Eksāmena/Ieskaites darbs	2		
1. līmeņa profesionālās studiju programmas	Mārketinga un tirdzniecība		
Studiju kursa autors(i)	Bak. oec Gustavs Kreicbergs		
Studiju kursa pasniedzējs(i)	Bak. oec Gustavs Kreicbergs		
Studiju kursa mērķis:	Radīt izpratni par digitālā mārketinga veidiem, platformām, lomu zīmolu mārketinga stratēģijā un attīstības tendencēm, lai attīstītu prasmes veidot mērķtiecīgas digitālā mārketinga aktivitātes un izvērtēt to rezultātus.		
Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):	<p><u>Gala vērtējums</u> tiek aprēķināts: Moodle diskusija/uzdevums –50_% Ieskaite – 50%</p> <p><i>Lai izliktu gala vērtējumu, abās aktivitātēs jāuzrāda sekmīgs vērtējums – ne zemāks kā 4 balles.</i></p> <p><i>Gala vērtējums ir vidējā atzīme 10 baļļu sistēmā, proporcionāli abu minēto aktivitāšu procentuālajam sadalījumam.</i></p>		
Studiju rezultāti			

1. *Zināšanas:*
 - 1.1. Studējošais atpazīst digitālā mārketinga lietošanas priekšrocības un tā unikālās īpašības.
 - 1.2. Studējošais apgūst un izprot digitālā mārketinga specifisko terminoloģiju.
 - 1.3. Studējošais uzskaita dažādus digitālā mārketinga veidus, platformas un kanālus.
2. *Prasmes:*
 - 2.1. Studējošais izmanto digitālos mārketinga metodes, kanālus un rīkus mērķtiecīgu digitālās komunikācijas īstenošanai.
 - 2.2. Studējošais digitālā vidē īstenotām mārketinga aktivitātēm definē skaidrus mērķus un mērķauditoriju.
 - 2.3. Studējošais izvērtē digitālā mārketinga aktivitāšu rezultātus un nosaka to efektivitāti.
3. *Kompetence:*
 - 3.1. Studējošais radoši pielieto dažādus digitālā mārketinga veidus, kanālus un rīkus noteiktu mārketinga mērķu sasniegšanai ņemot vērā izvēlēto mērķauditoriju.
 - 3.2. Studējošais izmanto dažādus digitālā mārketinga veidus, kanālus un rīkus, integrējot tos kopējā, vienotā digitālā mārketinga stratēģijā.
 - 3.3. Studējošais optimizē digitālā mārketinga aktivitāšu darbu vadoties pēc to efektivitātes analīzes.

Studiju kursa saturs

N.p.k.	Temati	Kontaktstundas, video, audio nodarbības	Tālmācības nodarbības	Vingrinājumi, pašpārbaudes jautājumi un testi	Patstāvīgie darbi - attālinātās diskusijas. Patstāvīgā darba apraksts pieejams e-studiju vidē	Tests
1.	Digitālā mārketinga vēsture, priekšrocības, terminoloģija un digitālā mārketinga veidi.	8	4	3	1	2
2.	Tīmekļa vietņu un aplikāciju loma digitālajā mārketingā		4	2	2	
3.	Organiskais sociālo tīklu mārketinga		4	2	3	
4.	Maksas sociālo tīklu mārketinga		4	2	3	

5.	Google risinājumi digitālajā mārketingā		4	3	2	
6.	Digitālā mārketinga platformas, rīki un pašmācība		4	1	3	
7.	Digitālā mārketinga stratēģijas izstrāde		4	2	2	
8.	Digitālā mārketinga efektivitātes analīze		4	3	1	
KOPĀ:		8	32	18	18	2
		80				

Apgūstot studiju kursu un sekmīgi nokārtojot pārbaudījumus, studējošais spēj (*zināšanas, prasmes un kompetences*)

Studiju rezultāti:	Novērtēšanas kritēriji		
	(40-69%)	(70-89%)	(90-100%)
Zināšanas Atpazīt digitālā mārketinga lietošanas priekšrocības un tā unikālās īpašības. Izprast un apgūt digitālā mārketinga specifisko terminoloģiju. Atpazīt dažādus digitālā mārketinga veidus, platformas un kanālus. Optimizēt digitālā mārketinga aktivitāšu darbību vadoties pēc to efektivitātes analīzes	Izprot svarīgākos digitālā mārketinga terminus. Atpazīst vismaz 3 digitālā mārketinga veidus, metodes un rīkus.	Spēj atpazīt digitālā mārketinga priekšrocības un unikālās īpašības. Izprot digitālā mārketinga terminus. Atpazīst vismaz 5 digitāla mārketinga veidus, metodes un rīkus.	Spēj atpazīt digitālā mārketinga priekšrocības un unikālās īpašības, radoši tās interpretēt. Pilnībā izprot digitālā mārketinga terminoloģiju. Atpazīst plašu digitālā mārketinga veidu, metožu un rīku spektru.

<p>Prasmes</p> <p>Izmantot digitālos rīkus un metodes komunikācijas un mārketinga organizēšanai. Noteikt uzņēmuma mērķa auditoriju digitālā vidē un sastādīt mārketinga komunikāciju plānu. Atrod nepieciešamo informāciju digitālās mārketinga kampaņas organizēšanai.</p>	<p>Izmanto 1-3 digitālā mārketinga metodes, kanālus un rīkus. Nosaka vienkāršus digitālā mārketinga mērķus un prot sasniegt viena kritērija mērķauditoriju. Spēj noteikt to, vai digitālā mārketinga kampaņa ir sasniegusi savu mērķi.</p>	<p>Izmanto 3-5 digitālā mārketinga metodes, kanālus un rīkus vienota mērķa sasniegšanai. Spēj noteikt dažādus digitālā mārketinga mērķus, atlasīt un sasniegt specifiskas mērķauditorijas. Spēj noteikt vai digitālā mārketinga kampaņa ir sasniegusi savu mērķi, interpretēt rezultātus un izmantoto tos mārketinga aktivitāšu optimizācijai.</p>	<p>Izmanto plašu digitālā mārketinga metožu, kanālu un rīku klāstu digitālā mārketinga mērķu sasniegšanai. Spēj noteikt dažādus, savstarpēju saistītus mērķus digitālā mārketinga aktivitātēm, spēj atlasīt specifiskas, efektīvas mērķauditorijas. Spēj noteikt vai digitālā mārketinga kampaņa ir sasniegusi savu mērķi, brīvi interpretēt rezultātus, izmanto iegūtos datus mārketinga aktivitāšu tālākākai optimizācijai un efektīvizācijai.</p>
<p>Kompetence</p> <p>Pielietot dažādus digitālā mārketinga veidus, kanālus un rīkus noteiktu mārketinga mērķu sasniegšanai ņemot vērā izvēlēto mērķauditoriju. Izmantot dažādus digitālā mārketinga veidus, kanālus un rīkus, integrējot tos kopējā, vienotā digitālā mārketinga stratēģijā. Optimizēt digitālā mārketinga aktivitāšu darbu vadoties pēc to efektivitātes analīzes.</p>	<p>Izmanto 1-3 no digitālā mārketinga veidiem, rīkiem un kanāliem mārketinga mērķu sasniegšanai, ņemot vērā izvēlēto mērķauditoriju. Iekļauj attiecīgos mārketinga veidus, rīkus un kanālus kopējā mārketinga stratēģijā. Spēj izmantot aktivitāšu analīzi, lai veiktu uzlabojumus nākotnes mārketinga kampaņās.</p>	<p>Izmanto lielāko daļu no digitālā mārketinga veidiem, rīkiem un kanāliem mārketinga mērķu sasniegšanai ņemot vērā izvēlēto mērķauditoriju. Iekļauj attiecīgos mārketinga veidus, rīkus un kanālus kopējā mārketinga stratēģijā, veidojot skaidras prioritātes. Spēj proaktīvi izmantot aktivitāšu analīzi, lai optimizētu esošās un nākotnes mārketinga aktivitātes.</p>	<p>Izmanto visus atbilstošos no digitālā mārketinga veidiem, rīkiem un kanāliem mārketinga mērķu sasniegšanai ņemot vērā izvēlēto mērķauditoriju, veicina to savstarpējo sinerģiju. Iekļauj attiecīgos mārketinga veidus, rīkus un kanālus kopējā mārketinga stratēģijā, veido mārketinga stratēģiju koncentrējoties uz efektīvākajiem risinājumiem aktivitāšu mērķa sasniegšanai. Proaktīvi izmanto aktivitāšu analīzi, sistemātiski iekļauj</p>

			rezultātu testēšanu un kampaņu optimizāciju digitālā mārketiņa stratēģijā.
--	--	--	--

Iegūto studiju rezultātu apliecinājums

Studiju rezultāti	1.	2.	3.
Novērtēšanas metode			
Moodle diskusija/uzdevums	X	X	X
Test	X	X	X

Literatūra

1.	Dž.Hārts, Dr.B.Dausta "Panākumu plāns eMārketings", SIA Lietišķās informācijas dienests, 2007.
2.	D.Shaffey, F.Ellis- Chndwick "Digital Marketing, Strategies, Implementaion and Practice", Pearson, London, 2016.
1.	Allen, J. (2020, January 20). The History of Social Media - Where did it all start? Future Mrketing. https://www.future-marketing.co.uk/the-history-of-social-media/
2.	Audiense Ltd. (n.d.). <i>Unique consumer insights and engagement, to help you grow.</i> https://audiense.com/
3.	Bartley, L. (2019, October 11). Which Facebook ad objective should I choose? <i>Agorapulse.</i> https://www.agorapulse.com/blog/facebook-ad-objective-choices
4.	Chaykowski, K. (2018, January 12). Facebook focuses news feed on friends and family, curbing the reach of brands and media. <i>Forbes.</i> https://www.forbes.com/sites/kathleenchaykowski/2018/01/11/facebook-focuses-news-feed-on-friends-and-family-curbing-the-reach-of-brands-and-media/#29ea97e05b69
5.	Clement, J. (2020, April 1). Number of social media users worldwide 2010-2021. <i>Statista.</i> https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/
6.	Clement, J. (2020, February 3). Global digital population 2020. https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/
7.	Cooper, P. (2020, February 5). How the Facebook algorithm works in 2020 and how to work with it. <i>Hootsuite.</i> https://blog.hootsuite.com/facebook-algorithm/
8.	Edosomwan, S., Prakasan, S. K., Kouame, D., Watson, J., & Seymour, T. (2011). The history of social media and its impact on business. <i>Journal of Applied Management and entrepreneurship</i> , 16(3), 79-91.
9.	Elharar, N. (2020, January 02). How to create a digital marketing budget plan. <i>Outbrain.</i> https://www.outbrain.com/blog/marketing-budget-planning/

10. Facebook (n.d.). How do I link or unlink a group from my Facebook Page? Facebook Help Center. https://www.facebook.com/help/742706805906818
11. Facebook for Business (2020). Create a sponsored message. https://www.facebook.com/business/help/630500673789880
12. Facebook for Developers. (n.d.). <i>Developer tools</i> . https://developers.facebook.com/tools
13. Facebook Help Center. (n.d.). https://www.facebook.com/help/
14. Facebook. (n.d.). <i>Advertising policies</i> . https://www.facebook.com/policies/ads/#
15. Facebook. (n.d.). Audience insights: Interactive Facebook insights tool. https://www.facebook.com/business/insights/tools/audience-insights Kaushik, A. (2007). <i>Web analytics: An hour a day</i> . Indianapolis, IN: Sybex
16. Fiegerman, S. (2019, February 7). Twitter records its first annual profit, but it is losing millions of users. https://edition.cnn.com/2019/02/07/tech/twitter-earnings-q4/index.html
17. Finn, A. (2019). 9 ways Facebook creative hub will energize your social ads. WordStream. https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/04/24/facebook-creative-hub
18. Forsey, C. (n.d.). Google Tag Manager: A Simple Tutorial. <i>Hubspot</i> . https://blog.hubspot.com/marketing/google-tag-manager-guide
19. Frost, A. (2019, December 16). The ultimate guide to google search console in 2020. Hubspot. https://blog.hubspot.com/marketing/google-search-console
20. Gofman, A., Moskowitz, H. R., & Mets, T. (2009). Integrating science into web design: consumer-driven web site optimization. <i>Journal of Consumer Marketing</i> , 26(4), 286–298. doi: 10.1108/07363760910965882
21. Google. (n.d.). About app campaigns. https://support.google.com/google-ads/answer/6247380
22. Google. (n.d.). About Google Ads campaign types. https://support.google.com/google-ads/answer/2567043?hl=en
23. Google. (n.d.). About Shopping campaigns and Shopping ads. https://support.google.com/google-ads/answer/2454022
24. Google. (n.d.). About the Google Display Network. https://support.google.com/google-ads/answer/2404190
25. Google. (n.d.). About the Google Search Network. https://support.google.com/google-ads/answer/1722047
26. Google. (n.d.). About video campaigns. https://support.google.com/google-ads/answer/6340491
27. Google. (n.d.). Custom Surveys for Consumer Insights. https://marketingplatform.google.com/about/surveys/

28. Google. (n.d.). Dashboarding & Data Visualization Tools. https://marketingplatform.google.com/about/data-studio/
29. Google. (n.d.). End to end campaign management. https://marketingplatform.google.com/about/display-video-360
30. Google. (n.d.). Google Tag Manager fundamentals. https://analytics.google.com/analytics/academy/course/5
31. Google. (n.d.). How Search organizes information. https://www.google.com/search/howsearchworks/crawling-indexing/
32. Google. (n.d.). My business - Drive customer engagement on google. https://www.google.com/intl/lv_lv/business/
33. Google. (n.d.). Targeting your ads. https://support.google.com/google-ads/answer/1704368
34. Google. (n.d.). Website, A/B testing & optimization tools. https://marketingplatform.google.com/about/optimize/
35. Gotter, A. (2019, March 25). Twitter ads: The always updated guide for marketers. <i>AdEspresso</i> . https://adespresso.com/blog/twitter-advertising-a-complete-guide/
36. Hale, B. (n.d.). 5 phases of the marketing funnel: From awareness to advocacy. https://www.linkedin.com/pulse/5-phases-marketing-funnel-from-awareness-advocacy-breanna-bremer-mba/
37. Hampton, K. N., Goulet, L. S., Rainie, L., & Purcell, K. (2011). Social networking sites and our lives (Vol. 1). Washington, DC: Pew Internet & American Life Project.
38. Hootsuite Inc. (n.d.). <i>Social Media Marketing & Management Dashboard</i> . https://hootsuite.com/
39. Hosch, W., & Hall, M. (2020, May 11). Google. In Britannica.com dictionary. https://www.britannica.com/topic/Google-Inc
40. Huddleston, T. (2019, January 30). This is how much it costs to air a commercial during the 2019 Super Bowl. CNBC Make It. https://www.cnbc.com/2019/01/30/how-much-it-costs-to-air-a-commercial-during-super-bowl-liii.html
41. Instagram (n.d.). About Instagram Shopping. Instagram Help Center. https://help.instagram.com/191462054687226
42. Kramer, B. (2017, March 26). <i>There is no more B2B or B2C: It's human to human, H2H</i> . https://bryankramer.com/there-is-no-more-b2b-or-b2c-its-human-to-human-h2h/
43. Lexico. (n.d.). Public relations. In Lexico. https://www.lexico.com/definition/public_relations
44. LinkedIn Learning. (n.d.). https://www.linkedin.com/learning/
45. LinkedIn Marketing Solutions. (n.d.). Ad targeting. https://business.linkedin.com/marketing-solutions/ad-targeting
46. LinkedIn Marketing Solutions. (n.d.). <i>Market to who matters</i> . https://business.linkedin.com/marketing-solutions

47. LinkedIn Marketing Solutions. (n.d.). <i>Sponsored Messaging</i> . https://business.linkedin.com/marketing-solutions/sponsored-messaging
48. LinkedIn Marketing Solutions. (n.d.). <i>What you can do with sponsored content</i> . https://business.linkedin.com/marketing-solutions/native-advertising
49. LinkedIn. (n.d.). LinkedIn Page Analytics – overview. https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/4499/linkedin-page-analytics-overview
50. LinkedIn. (n.d.). Reporting and Analytics. https://business.linkedin.com/marketing-solutions/reporting-analytics
51. Lua, A. (2020, April 6). Facebook messenger marketing: 7 ideas you can try today. Hootsuite. https://buffer.com/library/facebook-messenger-marketing
52. Mailchimp (n.d.). <i>Create effective emails and test them with Mailchimp</i> . https://mailchimp.com/email-marketing
53. Merriam-Webster (n.d.). Marketing. In Merriam-Webster.com dictionary. https://www.merriam-webster.com/dictionary/marketing
54. Merriam-Webster. (n.d.). Social networking. In Merriam-Webster.com dictionary. https://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20networking
55. Newberry, C. (2020, January 23). How to define your target market: A guide to audience research. https://blog.hootsuite.com/target-market/
56. O'reilly, T. (2005). Web 2.0 compact definition. Radar. http://radar.oreilly.com/2006/12/web-20-compact-definition-tryi.html
57. O'Toole, J. (2014). Mobile apps overtake PC Web usage in U.S. CNN Business. https://money.cnn.com/2014/02/28/technology/mobile/mobile-apps-internet/
58. Obar, J.A. & Wildman, S. (2015). Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. Telecommunications policy, 39(9), 745-750.; Quello Center Working Paper 2663153. https://ssrn.com/abstract=2663153
59. Oetting, J. (n.d.). YouTube Ads for beginners: How to launch & optimize a YouTube video advertising campaign. HubSpot. https://blog.hubspot.com/marketing/youtube-video-advertising-guide
60. Optinmonster. (n.d.). <i>Lead generation made easy for marketers</i> . https://optinmonster.com/features/
61. Oxford Learner's Dictionaries (n.d.). Landing page. In Oxford Learner's Dictionaries.com. https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/landing-page
62. Patel, N. (2020, January 23). How to set up a Google Search Network campaign (the right way). Neilpatel. https://neilpatel.com/blog/how-to-set-up-a-google-search-network-campaign-the-right-way/
63. Patel, N. (2020, March 31). 5 steps to building a successful organic traffic pipeline. Neilpatel. https://neilpatel.com/blog/5-steps-to-building-a-successful-organic-traffic-
64. Patel, N. 4 (2020, January 24). Google Analytics goal types that are critical to your business. https://neilpatel.com/blog/critical-goal-types/

65. Patel, N. 4 (2020, January 24). Google Analytics goal types that are critical to your business. https://neilpatel.com/blog/critical-goal-types/
66. Peter, I. (2004). The history of email. Net History Project. http://www.nethistory.info/History%20of%20the%20Internet/email.html
67. Reddoch, J. (2011). Small business domination. Lulu.com.: Autor
68. Rodriguez, S. (2020, February 16). Mark Zuckerberg shifted Facebook's focus to groups after the 2016 election, and it's changed how people use the site. CNBC. https://www.cnbc.com/2020/02/16/zuckerbergs-focus-on-facebook-groups-increases-facebook-engagement.html
69. Rosul, D. (n.d.). What are the popular types and categories of apps. ThinkMobiles. https://thinkmobiles.com/blog/popular-types-of-apps/
70. Sehl, K. (2019, November 1). How to Write a Good Twitter Bio: Tips, Ideas, and Examples. Retrieved from https://blog.hootsuite.com/twitter-bio-ideas/
71. Smith, L. (2019). 8 audience targeting strategies from digital marketing experts. https://www.wordstream.com/blog/ws/2019/04/15/audience-targeting
72. Socialflow. (n.d.). <i>Social media solutions for publishers & media companies</i> . http://www.socialflow.com/
73. Specht, B. (2019) [Infographic] The 2019 Email Client Market Share. <i>Litmus</i> . https://www.litmus.com/blog/infographic-the-2019-email-client-market-share/
74. Sproutsocial. (n.d.). Social Media Management Tools. https://sproutsocial.com/social-media-management/
75. Statcounter. (n.d.). Search engine market share worldwide [Infographic]. https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share
76. Stelzner, M. (2019, March 30). Is Facebook organic marketing dead? Social Media Examiner. https://www.socialmediaexaminer.com/is-facebook-organic-marketing-dead-mari-smith/
77. Tweepi. (n.d.). Tweepi's features. https://tweepi.com/features
78. Twitter Analytics. (n.d.). https://analytics.twitter.com/about
79. Twitter for Business. (n.d.). <i>Twitter tips, tools, and best practices</i> . https://business.twitter.com/
80. Twitter for Business. (n.d.). <i>Twitter tips, tools, and best practices</i> . https://business.twitter.com/
81. Twitter. (n.d.). Analytics. https://business.twitter.com/en/analytics.html

Papildliteratūra

- | |
|--|
| 1. Adikesavan, T. A. (2014). Management information systems: best practices and applications in business. New Delhi: PHI Learning. |
|--|

2. Audiense Ltd. (n.d.). *Audiense intelligence solutions*. <https://resources.audiense.com/audience-intelligence-solutions>
3. Balkhi, S. (2019, July 9). How to choose the best domain name (14 Tips and Tools). Wpbeginner. <https://www.wpbeginner.com/beginners-guide/tips-and-tools-to-pick-the-best-domain-for-your-blog/>
4. Barnhart, B. (2020, January 30). How Hashtags on Facebook Still Work for Businesses. Sproutsocial. <https://sproutsocial.com/insights/hashtags-on-facebook/>
5. Barnhart, B. (2020, May 14). 41 Must-have digital marketing tools to help you grow. *Sproutsocial*. <https://sproutsocial.com/insights/digital-marketing-tools/>
6. Barnhart, B. (2020, May 15). 10 of the best social media analytics tools for marketers. *Sprout social*. <https://sproutsocial.com/insights/social-media-analytics-tools/>
7. Brown, B. (2013). Complete guide to Google advertising including tips, tricks, & strategies to create a winning advertising plan. Ocala: Atlantic Publishing Group.
8. Cook, K. (2020, April 27). 19 of the best landing page design examples you need to see in 2020. Hubspot. <https://blog.hubspot.com/marketing/landing-page-examples-list>
9. Cooper, P., & Shannon. (2020, January 27). How to create a social media content calendar: Tips and templates. Hootsuite. <https://blog.hootsuite.com/how-to-create-a-social-media-content-calendar/>
10. Facebook for Business. (n.d.). *Help, Support and Troubleshooting*. <https://www.facebook.com/business/help>
11. Fairbrother, P. (2018, June 11). The 2018 guide to Facebook Analytics. *Adespresso*. <https://adespresso.com/blog/facebook-analytics>
12. Frost, A. (2019). The Ultimate Guide to Google Analytics in 2020. *Hubspot*. <https://blog.hubspot.com/marketing/google-analytics>
13. Frost, A. (n.d.). The Ultimate Guide to Google Analytics in 2020. Hubspot. <https://blog.hubspot.com/marketing/google-analytics>
14. Gebel, M. (2019, September 6). How to use Google Trends to measure what people are searching for on Google and compare popular search terms. *Business Insider*. <https://www.businessinsider.com/how-to-use-google-trends>
15. Girard, A. (n.d.). The top 13 best email marketing services in 2020. Hubspot.com. <https://blog.hubspot.com/marketing/best-email-marketing-services>
16. Google. (n.d.). How to use the Keyword Planner tool. (n.d.). <https://ads.google.com/home/resources/using-google-ads-keyword-planner>
17. Google. (n.d.). Improve your performance on Google Search. <https://search.google.com/search-console/about>
18. HubSpot. (n.d.). 2020 marketing statistics, trends & data - the ultimate list of digital marketing stats. <https://www.hubspot.com/marketing-statistics>
19. Molla, R. (2020, January 6). Tech companies tried to help us spend less time on our phones. It didn't work. Vox. <https://www.vox.com/recode/2020/1/6/21048116/tech-companies-time-well-spent-mobile-phone-usage-data>

20. Moz (n.d.). External Links - SEO Best Practices 2020. Moz. https://moz.com/learn/seo/external-link
21. Newberry, C. (2020, April 3). 17 Instagram marketing tips you can't afford to ignore. Hootsuite. https://blog.hootsuite.com/instagram-marketing/
22. Newberry, C. (2020, March 13). Facebook analytics and insights: A guide for beginners. Hootsuite. https://blog.hootsuite.com/facebook-analytics-insights-beginners-guide/
23. Optimizw Smart. (2020, May 25). Complete Guide to E-Commerce Tracking in Google Analytics. https://www.optimizesmart.com/e-commerce-tracking-works-google-analytics-ultimate-guide/
24. Patel, N. (2020, January 24). Secrets that'll boost your facebook organic reach. Neilpatel. https://neilpatel.com/blog/13-secrets-thatll-boost-your-facebook-organic-reach/
25. Patel, N. (2020, May 4). 12 competitor analysis tools that will improve your traffic. <i>Neilpatel.com</i> . https://neilpatel.com/blog/12-competitor-analysis-tools-that-will-improve-your-site-traffic/
26. Perricone, C. (n.d.). The ultimate guide to Google Ads for 2020. <i>Hubspot</i> . https://blog.hubspot.com/marketing/google-adwords-ppc
27. Sehl, K. (2019, November 18). How to use LinkedIn ads to grow your business: a guide for marketers. <i>Hootsuite</i> . https://blog.hootsuite.com/linkedin-ads-guide/
28. Sprout social. (n.d.). Twitter Analytics - How to analyze and improve your marketing. https://sproutsocial.com/twitter-analytics/
29. Surfside PPC. (n.d.). Google display ads: Complete guide for 2020. https://surfsideppc.com/google-display-ads/
30. Vaughan, P. (2017, July 28). 11 simple (but critical) tips for creating better landing pages. Hubspot. https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/33927/11-simple-but-critical-tips-for-creating-better-landing-pages.aspx