

УДК 339.138:004.738.5

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ В МАРКЕТИНГОВІЙ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Іванов Дмитро Григорович

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Петров Володимир Ігорович

студент кафедри економіки та маркетингу

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Україна

12 кеглів

Анотація. Обґрунтовано використання мережі Інтернет в управлінні онлайн-репутацією підприємства (не менше 3 речень).

Ключові слова: *Інтернет-маркетинг, маркетингова стратегія (не менше 5 слів).*

Постановка проблеми. Одним з результатів переходу України до відкритої економіки та інформаційного суспільства стало...

Аналіз досліджень та публікацій. Дослідженню питання інтернет-маркетингу присвячено увагу в працях Є. Павлової, яка...

Мета статті. Головною метою статті є обґрунтування необхідності...

Виклад основного матеріалу. Сьогодні практично неможливо знайти навіть малу організацію у світі, яка не має свого представництва в Інтернеті...

Висновки і пропозиції. Отож, враховуючи все вищесказане, можемо виділити основні особливості...

Список використаних джерел:

1. Міцура О.О., Хижняк М.О. Управління онлайн репутацією в Інтернеті. Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу. Київ, 2014. С. 171-173.
2. Динаміка проникнення Інтернету в Україні. Київський міжнародний інститут соціології. 2014. URL: <http://www.kiis.com.ua> (дата звернення 15.11.2018).

12 кеглів

FEATURES OF USE OF THE INTERNET NETWORK IN THE MARKETING STRATEGY OF THE ENTERPRISE

Ivanov D.G., Petrov V.I.

National Technical university «Kharkov Polytechnic Institute»

Ukraine

Summary. The article substantiates the using of the internet network in the management of the online reputation of a company (it must be at least 3 sentences in the summary).

Keywords: Internet advertising, marketing strategy (it must be at least 5 words in the keywords).

УДК 339.138:004.738.5

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ В МАРКЕТИНГОВІЙ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Петров Володимир Ігорович

студент кафедри економіки та маркетингу

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Науковий керівник: Іванов Дмитро Григорович

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Україна

12 кеглів

УДК 339.138:004.738.5

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ В МАРКЕТИНГОВІЙ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Денисенко Григорій Павлович

кандидат економічних наук, заступник директора з економічних питань

Товариство з обмеженою відповідальністю «Добробут»

Україна

12 кеглів

Приклад оформлення посилань на джерела:

Інтернет-маркетинг, дозволяє розширити зону інформаційно-комунікаційних можливостей, що створює унікальні і практично безмежні умови для реалізації управлінських рішень різного рівня [2].

Товарна політика може включати в себе одночасно: опис та аналіз маркетингового оточення товарів, інструменти оперативного дослідження споживчих мотивацій, шляхом проведення онлайн-опитувань, урахування інтенсивності реакцій споживачів тощо.

Водночас, інтерактивна комунікація дозволяє скорегувати цінову політику, сформувану еластичну систему ціноутворення. У сфері збутової політики, в свою чергу, не лише відповідає за реалізацію товару через Інтернет, але й за забезпечення можливості оплати через глобальну мережу [1, с. 172].

..... - ТЕКСТ -

Список використаних джерел:

1. Міцура О.О. Управління онлайн репутацією в Інтернеті / О.О. Міцура, М.О. Хижняк. // Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу. – 2014. – С. 171-173.
2. Динаміка проникнення Інтернету в Україні [Електронний ресурс] // Київський міжнародний інститут соціології. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.kiis.com.ua>.

Приклад оформлення формул:

Частку ринку цієї торгової марки можна обчислити за формулою (1):

$$S_{TM} = \frac{\sum N_{TM}}{\sum N} \quad (1)$$

де:

S_{TM} – частка ринку торгової марки;

$\sum N_{TM}$ – кількість проданого товару даної торговельної марки;

$\sum N$ – загальна кількість проданого товару на даному ринку;

12 кеглів

У структурі форматів лідирує банерна реклама, на частку якої припадає...

Приклад оформлення рисунків:

Сегмент Інтернет-маркетингу і реклами зростає з кожним днем, про що свідчить постійна поява нових Інтернет-магазинів. Інтернет Асоціація України дослідила медійну рекламу (рис.1).

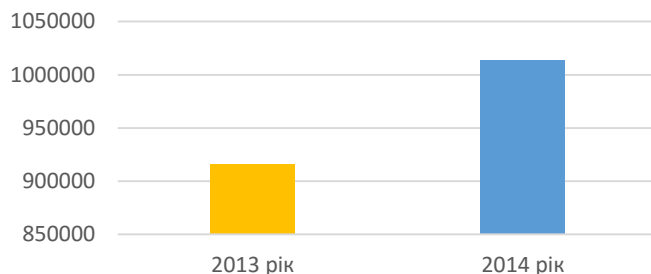


Рис. 1. Обсяг медійної інтернет-реклами в 2013-2014 рр., грн.

Дані сформовано авторами на основі [1] або Дані сформовано авторами

12 кеглів

До того ж, Інтернет Асоціація України виявила, що у структурі...

Приклад оформлення таблиць:

До того ж, Інтернет Асоціація України виявила, що у структурі форматів лідирує банерна реклама, на частку якої припадає 49% ринку Інтернет-реклами. На другому місці відеореклама (36%). Частка спонсорства і нестандартних форматів реклами становить в сукупності 15% ринку (табл. 1).

Таблиця 1.

Структура інтернет-реклами в 2014 році, %

→ 12 кеглів

	Банерна реклама	Відеореклама	Інше
Частка на ринку	49%	36%	15%

Інтернет-маркетинг, дозволяє розширити зону інформаційно-комунікаційних можливостей...