

## **ЗМІСТ**

Антипова Ю.К., Рубежанська Ю.О., Тучіна Ю.С.....	14
АДАПТАЦІЯ ТРАДИЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ДО ВИКОРИСТАННЯ В ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩІ	
Астапова Г.В., Абазіна О.А., Костенко О.К. ....	17
МАРКЕТИНГ НА ОСНОВІ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ДІЯЛЬНОСТІ З ЕНЕРГО- ТА РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ АВІАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ	
Антонечко Д.С., Духаніна В.В.....	20
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ	
Балан О.С., Шерепера І.А.....	23
МАРКЕТИНГ ІНВЕСТИЦІЙ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ	
Біловодська О.А., Латунова Д.А.....	26
УПРАВЛІННЯ АУТСРСИНГОВИМИ ЛОГІСТИЧНИМИ РИЗИКАМИ НА ІННОВАЦІЙНО-АКТИВНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	
Бойчук І.В. ....	29
ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНІЙ МАРКЕТИНГОВІЙ ПРАКТИЦІ	
Борисенко М.А. ....	32
МАРКЕТИНГ В ІНТЕРНЕТІ: НАУКОВА АДАПТАЦІЯ ПРАКТИЧНОГО ДОСВІДУ	
Вороніна Р.М. ....	35
БІОМЕТРИЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЦИФРОВОМУ МАРКЕТИНГУ	
Гайдабрус Н.В. ....	38
ВІДПОВІДНІСТЬ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЛОГІСТИЧНОГО СЕРВІСУ ДЛЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТОВАРІВ ОКРЕМИМ ПРИНЦИПАМ ЛОГІСТИКИ	
Герцик В.А., Колесник Д.А.....	41
УРОВНИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ УКРАИНЫ	
Гриценко С.И.....	44
ЭВОЛЮЦИЯ ПРЯМОГО МАРКЕТИНГА	
Губерник А.О. ....	47
МЕТОДИ ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГІВ ПРОДАЖУ ПІДПРИЄМСТВА	
Гуменна О.В. ....	49
МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В АГРОПРОМИСЛОВІЙ СФЕРІ	
Дайновський Ю.А., Гліненко Л.К. ....	52
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У РОЗВИТКУ ІТ-МАРКЕТИНГУ	
Замлинська О.В. ....	55
РОЛЬ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ЗМІН УПОДОБАНЬ СПОЖИВАЧІВ	
Зозульов О.В., Полторак К.А.....	59
ДВОКОНТУРНА МОДЕЛЬ КОМУНІКАЦІЙНОГО ВПЛИВУ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ	
Зозульов О.В., Царьова Т.О. ....	62
ТЕХНОЛОГІЧНИЙ АУДИТ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ: ПІДХОДИ ДО ПРОВЕДЕННЯ	
Златова І.А.....	64
ИНСТРУМЕНТЫ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИИ	

Илляшенко С.Н., Дериколенко А.О. ....	67
ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ ПРОМЫШЛЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ НА НАЦИОНАЛЬНЫЕ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ РЫНКИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	
Кірносова М.В. ....	70
ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ВНУТРІШНЬОГО ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	
Кирилова О.В., Бобрицька Н.Д. ....	73
DIGITAL-МАРКЕТИНГ В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	
Коломыцева А.О. ....	76
ТОПОЛОГИЧЕСКИЕ КАРТЫ КОХОНЕНА В ИЗУЧЕНИИ ИНТЕГРАТИВНЫХ СВОЙСТВ СЕТЕВЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР	
Коломицева А.О., Головань Л.О. ....	79
РОЛЬ ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩА В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	
Котляров И.Д. ....	82
КОМПЛЕКС ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА	
Крикавський Є.В., Глинський Н.Ю. ....	85
ШВИДКІСТЬ ЗМІН У НАВКОЛИШНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ ЯК ЧИННИК АКТУАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	
Кубишина Н.С. ....	88
ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ НА ОСНОВІ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ	
Кубишина Н.С., Ковальчук Т.В. ....	91
ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМОДІЄЮ З КЛІЄНТАМИ CRM НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	
Ларіна Я.С. ....	94
НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ НА РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ	
Лылык И.В. ....	97
ИССЛЕДОВАНИЕ DIGITALМЕДИААКТИВНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЯ	
Максимова Т.С. ....	100
ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТУ ДЛЯ АКТИВІЗАЦІЇ ПРЯМОГО МАРКЕТИНГУ	
Міленіна Л.Г. ....	102
ВИКОРИСТАННЯ СИГМОЇДНИХ КРИВИХ У МОДЕЛЮВАННІ РЕКЛАМНОГО ЕФЕКТУ	
Мальчик М.В., Мартинюк О.В. ....	105
ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ ТА ОБЛАСТІ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ	
Навроцька Т.А. ....	108
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ	
Нагорна Т.М. ....	110
ПЛАНУВАННЯ ЗАХОДІВ ЩОДО ЗРОСТАННЯ ОБСЯГІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ	
Ніценко В.С., Цуканов О.Ю. ....	113
МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ РОСТУ ВЕРТИКАЛЬНО-ІНТЕГРОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ	

Окландер М.А.....	115
ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ – НОВЫЙ ЭТАП ЭВОЛЮЦИИ В СФЕРЕ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ	
Омельченко В.Я., Омельченко А.П.....	119
ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ ИНТЕГРИРОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК	
Омельченко А.В. ....	122
НАПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННОЙ СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКИ	
Орлов П.А. ....	125
РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА И ЕГО СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ	
Педько І.А. ....	129
МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОПИТУ НА ЖИТЛО ЗА ДОПОМОГОЮ ІНТЕРНЕТ	
Пилипчук В.П. ....	132
ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ У ПІДГОТОВЦІ МАРКЕТОЛОГІВ В УКРАЇНІ	
Примак Т.О. ....	141
РИНОК СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ ЗМІ: МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ	
Примак Д.С. ....	147
ЗАВИСИМОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВОСПРИЯТИЯ ТОРГОВЫХ МАРОК ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ ОТ СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ	
Родіонов С.О.....	151
АНАЛІЗ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТІЙНО- КАТЕГОРІАЛЬНОГО АПАРАТУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ОСНОВІ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ	
Романенко О.О. ....	153
ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ	
Руть Д.М. ....	156
ФОРМУВАННЯ ЗБУТОВОЇ СТРАТЕГІЇ НА АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	
Савич О.П. ....	159
ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ АВТОВИРОБНИКІВ НА ГЛОБАЛЬНОМУ РІВНІ	
Салогубова В.М., Бабенко К.В., Гончарова О.О.....	161
СПЕЦИФІЧНІ ОЗНАКИ ТА ВІДМІННОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ВІД ТРАДИЦІЙНИХ МАРКЕТИНГОВІХ ТЕХНОЛОГІЙ	
Салогубова В.М., Янчук В.В., Балабуева Д.А.....	164
Е-MAIL РАССЫЛКА КАК ВИД DIRECT-МАРКЕТИНГУ	
Самойлик Ю.В.....	167
ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ У М'ЯСНІЙ ГАЛУЗІ	
Семилетова А.Ю. ....	170
ЗНАЧЕННЯ СПОЖИВАЧІВ ЯК ОСНОВНОЇ ЛАНКИ ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ТОВАРОРУХУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ	
Семянова А.О. ....	171
ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ – ШВИДКЕ РІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ПРОДАЖІВ	
Сініцина Т.А. ....	174
ІМІТАЦІЙНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ЯК ЗАСІБ ДОСЯГЕННЯ ЦІЛЕЙ МАРКЕТИНГУ	

Скіцько В.І. ....	177
ВИКОРИСТАННЯ РЕФЛЕКСИВНОГО ПІДХОДУ В ПРОЦЕСАХ ФОРМУВАННЯ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ПОПИТУ В ЕЛЕКТРОННІЙ ТОРГІВЛІ	
Тищенко О.О. ....	186
ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНОЇ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА	
Ткачук О.В. ....	189
МАРКЕТИНГ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ	
Федорченко А.В. ....	192
СПЕЦИФІКА СУЧАСНОГО ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ	
Філіппова С.В., Петрова Л.С. ....	195
МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗАСОБІВ АВТОМАТИЗОВАНОГО БЮДЖЕТУВАННЯ В УКРАЇНІ	
Філіппов В.Ю. ....	198
ІНТЕРНЕТ ЯК СЕРЕДОВИЩЕ ВІРТУАЛЬНОГО БІЗНЕС-ІНКУБАТУВАННЯ	
Чайковська М.П., Азеев А.С. ....	201
ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ СИСТЕМИ БЕЗПЕКИ WEB-ДОДАТКІВ	
Черненко О.В. ....	204
ПРОБЛЕМИ АВТОМАТИЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА	
Чукурна О.П. ....	207
ЧИННИКИ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА РИНКАХ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ	
Чухрай Н.І. ....	210
ДИХОТОМІЯ ПРОМИСЛОВОГО І СПОЖИВЧОГО МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА	
Шафалюк О.К. ....	213
ЛОЯЛЬНІСТЬ ТА ЕНТУЗІАЗМ СПОЖИВАЧІВ: ВАЖЛИВІ ВІДМІННОСТІ У SEO- ОПТИМІЗАЦІЇ	
Шубчик О.А. ....	215
ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ: ПЕРЕВАГИ І ПЕРСПЕКТИВИ	
Юдіна Н.В. ....	218
E-LEARNING-МАРКЕТИНГ У ПОСТСОЦІАЛЬНОМУ СУСПІЛЬСТВІ	
Яковлев А.І., Косарева І.П. ....	221
МАРКЕТИНГОВІ ЗАСОБИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СПОЖИВАЧІВ ЗАПАСНИМИ ЕЛЕМЕНТАМИ	
Янковий О.Г. ....	224
ДРЕЙФ ОЗНАК МАРКЕТИНГОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ВДОВЖ ШКАЛ ВИМІРЮВАННЯ	
Яшкіна О.І. ....	227
БАГАТОРІВНЕВА СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НАУКОВО- ТЕХНОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ	