МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ
ТА НАУКИ УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ РЕКЛАМИ

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ
ПЕРСОНАЛОМ

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ, ЗВ'ЯЗКІВ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ ТА ДИЗАЙНУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА РОЗБУДОВИ УКРАЇНСЬКОЇ ДЕРЖАВИ

Матеріали
Всеукраїнської науково-практичної конференції

Випуск 5

Київ
ДП "Видавничий дім "Персонал"
2016

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

Голова оргкомітету:
Захожай Валерій Борисович — ректор Інституту реклами, доктор економічних наук, професор.
Заступник голови:
Бойко Світлана Станіславівна — декан Інституту реклами, кандидат політичних наук, професор.
Члени оргкомітету:
Каліна Ірина Іванівна — заступник декана з наукової роботи Інституту реклами, кандидат економічних наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю;
Аль-Тмейзі Аліна Юріївна — завідувач кафедри рекламного та виставкового бізнесу Інституту реклами, кандидат економічних наук, доцент кафедри рекламного та виставкового бізнесу;
Воронін Віктор Миколайович — директор Центру організації наукової роботи МАУП, доктор історичних наук;
Меркулова Світлана Іванівна — заступник декана з виховної роботи Інституту реклами, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри рекламного та виставкового бізнесу;
Руденченко Алла Андріївна — заступник завідувача кафедри дизайну Інституту реклами, кандидат педагогічних наук, професор;
Чирчик Сергій Васильович — професор кафедри дизайну, кандидат фізико-математичних наук, доцент

Рекомендовано до друку Вченою радою Інституту Реклами (протокол № 3 від 31.03.2016 р.)

Проблеми та перспективи розвитку маркетингу, зв'язків з громадськістю та дизайну в рекламній індустрії: зб. пр. / [ред. кол.: В. Б. Захожай (гол. ред.), С. С. Бойко (заст. гол. ред), І. І. Каліна (упоряд. і відп. ред.) та ін.].— Київ: ДП "Вид. дім "Персонал", 2016. — 244 с.

Опубліковано наукові статті, в яких висвітлено теоретико-методологічні засади та практичний досвід роботи у таких галузях: зв'язки з громадськістю, реклама та дизайн в умовах глобалізації та розбудови української держави.

Для науковців, викладачів, наукових співробітників, промисловців, підприємців, аспірантів, студентів.

© Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП), 2016
© ДП "Видавничий дім "Персонал", 2016

Сльозко О. О.
Роль соціального маркетингу в системі страхування 104

Каштанова Т. В.
Вплив сучасних інформаційно-комунікаційних технологій на підвищення ефективності діяльності підприємств 107

Юсеф Нахла
Этика рекламы и PR-деятельности в современном образовании 110

Грецький О. С.
Цифрова комунікація: соціокультурний вимір 113

Козік А. О.
Використання PR-засобів у формуванні іміджу продуктції 116

Полубенська А. В.
Сучасні тенденції маркетингових комунікацій 119

Присакарь Т. О.
Роль маркетингових досліджень на підприємстві 122

Конобас А. А.
Маркетингові конкурентні стратегії у діяльності підприємств 124

Дьячковська І. Д.
Деякі аспекти оцінки ефективності реклами 127

Махов О. Л.
Методика оцінювання лояльності споживачів як один з елементів маркетингового аудиту 130

Колеснікова О. О.
Дослідження ефективності реклами 133

Кірціцька-Рубан К. В.
Вплив соціальних мереж на розвиток маркетингу 135

Пархоменко А. П.
Інтернет-маркетинг у соціальних мережах 137

Волосевич Є. О.
Проблеми маркетингу реклами 140

Островська М. С.
Правові аспекти рекламної діяльності 142

Мазін А. О.
Реклама як ефективний інструмент маркетингу 144

Кнут В. Ю.
Сучасні технології організації та проведення маркетингових досліджень в умовах української дійсності 148

СЕКЦІЯ 4
ДИЗАЙН: ТЕОРІЯ, МЕТОДИКА, ПРАКТИКА

Атланов В. В.
Проблеми реконструкції парку "Ліски" міста Миколаєва в контексті збереження його історичної частини 151

О. С. ГРЕЦЬКИЙ
Кандидат фізико-математичних наук, доцент кафедри рекламного та виставкового бізнесу Інституту реклами

ЦИФРОВА КОМУНІКАЦІЯ: СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ВИМІР

Протягом одного покоління цифрові технології докорінно змінили спосіб відчування, мислення та дій людини. Епоха книжкової "галактики Гутенберга" з її індивідуалізмом, дидактизмом та модернізмом невпинно перетворюється на інформаційне "глобальне селище", якому притаманне колективне, поліморфне розуміння світу [1]. Однак здається, що підстави для оптимізму є. Інформаційне суспільство має мужність визнати складність довкілля та виробити адекватний інструментарій, що допоможе нам належно засвоїти культурні надбання попередньої епохи, краще зрозуміти значення її культури як техніки розуміння світу.

Я хочу розглянути деякі чинники в комунікаційних мережах та в соціумі, що можуть сприяти самоорганізації, структуруванню та встановленню порядку в цих системах.

Відвідувач соціальних мереж, що добирає собі друзів з віртуального світу та виставляє себе там на свій розсуд, створює свою цифрову ідентичність, що є почасти зліпком інших ідентичностей. На сьогодні спільнота Facebook становить близько 1,59 млрд душ. Характеристикою щільності соціальних взаємодій на глобальному рівні може бути середнє значення показника "degreesofseparation" для цієї спільноти з огляду на її чисельність та адаптивний потенціал. Станом на 4 лютого 2016 р. цей показник дорівнює 3,57 [2] (у 2011 р. він становив 3,74). Простір соціальних взаємодій набуває усталеної часово-просторової тривалості: наприклад, сорок дев'ять відсотків власників смартфонів у Німеччині станом на 2013 р. — 15 млн громадян — завжди і скрізь були пов'язані з Інтернетом [3] (цей показник має тенденцію до зростання).

Відомий філософ та вчений-медіолог — Режіс Дебре — означив медіасферу як окультурений часо-простір із домінуючою системою зберігання слідів соціокультурних подій засобами мнемотехніки, що відповідають певній добі, в якому відбувається передавання та транспонування повідомлень і людей в динаміці, зумовленій технічними і соціальними взаємодіями [4]). Мають місце процеси кластеризації на різних зрізах медіасфери, яким притаманний конструктивний формотворчий потенціал. Ось лише деякі з них:

- у руслі чільної парадигми інформатики: розрізнення інформації (набору даних) та знання (набору зв'язаних даних та процедур виводу), актуалізуються такі чинники цифрової комунікації: "надвеликий

масив даних” — Big-Date (річний обіг у відповідному сегменті економіки в розмірі 34 млрд доларів США та прогнозоване створення у наступні два роки близько 4,5 млн робочих місць) і “хмарні обчислення” — CloudComputing (прогнозують зростання річного обігу у відповідному секторі економіки в розмірі від 43 млрд доларів США у 2013 р. до 108 млрд доларів США на 2017 рік) [5].

- з набуттям певного освітнього цензу та досвіду користувач Інтернету опиняється у центрі рольової взаємодії: “споживач” — “виробник”, набуваючи при цьому різних статусів із відповідними рольовими наборами: стає “творцем” (творить смисли), “політиком” (виборює їх), “менеджером” (розповсюджує і обстоює їх), “економістом” (переоцінює, знецінює, продає), “техніком” (пише коди): наприклад, зміна у рольовому наборі вчителів середньої школи [6];
- Crowdsourcing та електронна комерція (за даними аналітичного агентства eMarketer, обсяг продажу на світовому ринку за допомогою електронної комерції до кінця квітня 2015 р. сягнув 2 трлн доларів США; торішній обіг ринку електронної комерції в Україні становив лише 2 млрд доларів США, та очікується тенденція до зростання — адже Закон України “Про електронну комерцію”, нарешті прийнятий Верховною Радою (03.09.2015);
- сторітелінг та семантичний Веб (основні події відбуваються в межах парадигми, чітко окресленої І. Ейбл-Ейбесфельдт: “Я вважаю, що мистецтво діє в межах комунікативних систем і служить для передачі повідомлень. Ці повідомлення передають як соціальні пускові заохочення та культурні символи у привабливих естетичних формах; серед повідомлень особливо важливі ті, які стверджують культурні цінності та моральність” [7]).

Для призупинення зростаючої соціальної нерівності (понад 80 % наших громадян перебуває за межею бідності), яка є потужним дестабілізуючим фактором у триванні нашої країни, треба також запровадити на державному рівні якісно нову навчальну інституцію чи програму (щось на зразок MOOCs (MassiveOpenOnlineCourses) [8]), яка б надавала безоплатні послуги громадянам з підвищення їхньої медійної компетентності.

Література

1. *Мак-Люен.* Галактика Гутенберґа: становлення людини друкованої книги / Мак-Люен. — К.: Ніка-Центр, 2008. — 220 с.
2. *Duik C., Burke M., Bhagat S.* Research at Facebook: Tree and a half degrees of separation — 2016 [Електронний ресурс] / C. Duik, M. Burke, S. Bhagat. — Режим доступу: http://research.facebook.com/blog/three-and-a-half-degrees-of-separation/
3. *Weigert M.* “Ins Internet gehen” war gestern: 15 Millionen Deutsche praktizieren “always on” [Електронний ресурс] / Weigert M. — Режим доступу: http: // netzwertig. com/2013/05/07/ins-internet-gehen-war-gestern-15-millionen-deutsche- praktizieren-always-on/

4. *Debray R.* Cours de médiologie générale / R. Debray. — Paris, Gallimard, 1991. — P. 229.
5. *IDC* Forecasts Worldwide Public IT Cloud Services Spending to Reach Nearly $108 Billion by 2017 as Focus Shifts from Savings to Innovation [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http: // www. idc. com/getdoc. jsp?containerld=prUS24298013
6. *Розроблено* електронний репозитарій — 2015 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://ua.lokando.com/start.php
7. *Rentschler I., Herzberger B., Epstein D.* Beauty and the Brain: Biological Aspects of Aesthetics / I. Rentschler, B. Herzberger, D. Epstein. — Basel·Boston·Berlin, Birkhaeuser Verlag, 1988. — P. 332.
8. *MOOC*. org [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www. mooc. org