

# Облікова картка НДДКР

Державний обліковий номер: 0224U002442

Державний реєстраційний номер: 0122U200385

Відкрита

Дата реєстрації: 14-02-2024



## 1. Етапи виконання

Номер етапу: 1

**Назва етапу:** Теоретико-методологічне забезпечення формування впливу соціальних мереж на просування в комплексі електронного маркетингу

**Початок етапу:** 04-2022

**Закінчення етапу:** 12-2023

**Вид звітного документа:** Остаточний звіт

## 2. Виконавець

**Назва організації:** Національний авіаційний університет

**Код ЄДРПОУ/ІПН:** 01132330

**Підпорядкованість:** Міністерство освіти і науки України

**Адреса:** проспект Любомира Гузара, буд. 1, м. Київ, 03058, Україна

**Телефон:** 380444067484

**Телефон:** 380444067901

**E-mail:** post@nau.edu.ua

**WWW:** <https://nau.edu.ua/>

## 3. Власник результатів НДДКР (продукції)

**Назва організації:** Національний авіаційний університет

**Код ЄДРПОУ/ІПН:** 01132330

**Адреса:** проспект Любомира Гузара, буд. 1, м. Київ, 03058, Україна

**Підпорядкованість:** Міністерство освіти і науки України

**Телефон:** 380444067484

**Телефон:** 380444067901

**E-mail:** post@nau.edu.ua

**WWW:** <https://nau.edu.ua/>

## 4. Джерела та напрями фінансування

**Підстава для проведення робіт:** 43 - власна ініціатива (якщо робота виконується з власної ініціативи за кошти виконавця НДР або безкоштовно)

**КПКВК:**

**Напрямок фінансування:** 2.2 - прикладні дослідження і розробки

## **Джерела фінансування**

**Джерело фінансування:** 7706 - безплатно (договір про науково-технічне співробітництво, тощо)

**Фактичний обсяг фінансування за звітний етап:** 0.000 тис. грн.

## **5. Науково-технічна робота**

### **Назва роботи (укр)**

Теоретико-методологічне забезпечення формування впливу соціальних мереж на просування в комплексі електронного маркетингу

### **Назва роботи (англ)**

Theoretical and methodological support for the formation of the influence of social networks on promotion in the complex of electronic marketing

### **Реферат (укр)**

Задача дослідження полягає в обґрунтуванні теоретико-методологічних основ і розробки науково-практичних рекомендацій щодо забезпечення формування впливу соціальних мереж на просування в комплексі електронного маркетингу. В роботі досліджено поняття «соціальні мережі» як важливого та дієвого інструменту встановлення зв'язку з цільовою аудиторією, обґрунтовано особливості формування інструментарію комплексу електронного маркетингу, обґрунтовано використання маркетингу у соціальних мережах, розглянуто особливості впливу, що здійснюють соціальні мережі на просування в комплексі електронного маркетингу, систематизовано та сформовано основні напрямки маркетингових комунікацій в соціальних мережах, наведено науково-практичні рекомендації щодо формування впливу соціальних мереж в комплексі електронного маркетингу. Результатом роботи є наукові результати з обґрунтування інтеграції елементів інтернет-маркетингу в єдину ефективну систему та використання маркетингу у соціальних мережах і виявлення впливу соціальних мереж на просування в комплексі електронного маркетингу. Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що запропоновані рекомендації щодо використання маркетингу в соціальних мережах в комплексі електронного маркетингу надасть можливість ефективно застосовувати основні напрямки маркетингових комунікацій в соціальних мережах та використовувати новітній інструментарій інтернет-маркетингу для посилення просування брендів, товарів чи послуг та дасть можливість сформувати якісний підхід до управління маркетинговою діяльністю, комунікаціями та збутом на засадах інтернет-маркетингу для підприємств всіх галузей господарювання.

### **Реферат (англ)**

The task of the research is to substantiate the theoretical and methodological foundations and develop scientific and practical recommendations to ensure the formation of the influence of social networks on promotion in the electronic marketing complex. The work explores the concept of "social networks" as an important and effective tool for establishing contact with the target audience, substantiates the peculiarities of the formation of the toolkit of the electronic marketing complex, substantiates the use of marketing in social networks, considers the peculiarities of the influence exerted by social networks on promotion in the electronic marketing complex, the main directions of marketing communications in social networks are systematized and formed, scientific and practical recommendations are given for the formation of the influence of social networks in the complex of electronic marketing. The result of the work is scientific results on the justification of the integration of elements of Internet marketing into a single effective system and the use of marketing in social networks and the identification of the influence of social networks on promotion in the electronic marketing complex. The practical significance of the obtained results is that the proposed recommendations for the use of marketing in social networks in the complex of electronic marketing will provide an opportunity to effectively apply the main directions of marketing communications in social networks and use the latest tools of Internet marketing to strengthen the promotion of brands, goods or services and will provide an opportunity to form a high-quality approach to the management of marketing activities, communications and sales on the basis of Internet marketing for enterprises of all branches of business.

Індекс УДК: 664:339.13; 664:659.1, 550.3.003; 550.3:338; 550.3:001.89; 550.3:001.18 , 339.138:004.738.5

Коди тематичних рубрик НТІ: 65.01.14, 37.01.75

## 6. Науково-технічна продукція (НТП)

### НТП 1

**Назва продукції (укр):** Інтелектуальні продукти у вигляді пропозицій, методик, критеріїв, наукових статей, опублікованих у фахових журналах та журналах, що індексуються у наукометричних базах даних, виступів на конференціях, семінарах тощо.

**Назва продукції (англ):** Intellectual products in the form of proposals, methods, criteria, scientific articles published in professional journals and journals indexed in scientometric databases, speeches at conferences, seminars, etc.

**Очікувані результати:** Методичні документи

**Галузь застосування:** Електронний маркетинг.

**Опис продукції (укр):** Інтеграція елементів інтернет-маркетингу в єдину ефективну систему потребує чіткого розуміння особливостей кожного з цих елементів. Саме тому теоретико-методологічне забезпечення формування впливу соціальних мереж на просування в комплексі електронного маркетингу та розгляд актуального новітнього інструментарію, як інструменту комплексного інтернет-маркетингу сприяє посиленню просування бренду, товарів чи послуг та дає можливість сформувати якісний комплексний підхід до управління маркетинговою діяльністю, комунікаціями та збутом на засадах інтернет-маркетингу.

**Соціально-економічна спрямованість НТП:** Забезпечення промисловості чи населення новим видом інформаційно-комунікаційних послуг

**Стадія завершеності НТП:** Звіт по НДДКР

**Впровадження НТП:** Не впроваджено

**Строки впровадження:** 04.2022-12.2023

**Виробник продукції:** НАУ

**Споживачі продукції:**

**Перспективні ринки:**

**Права інтелектуальної власності:** За договорами

**Форми та умови передачі продукції:** Спільні НДДКР

## 7. Бібліографічний опис

Ярмолюк О.Я., Борисенко О.С., Фісун Ю.В. Теоретико-методологічні аспекти таргетованої реклами, як інструменту комплексного інтернет-маркетингу. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2022. Вип. 46. URL: <http://ejournal.kspu.edu/index.php/ej>

Фісун Ю.В., Борисенко О.С., Ярмолюк О.Я. Інноваційні підходи проведення маркетингових досліджень сучасних підприємств. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. науково-виробничий журнал. Запоріжжя.: КПУ, 2022. Вип. 2(125). Режим доступу до видання: [http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2022/2\\_2022/18.pdf](http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2022/2_2022/18.pdf)

Борисенко О.С., Фісун Ю.В., Ярмолюк О.Я. Концептуальні підходи до стійкого розвитку промислових підприємств на засадах холістичного маркетингу. Інфраструктура ринку. Електронне науково-практичне фахове видання. Одеса.: ПНДІЕІ, 2022. Вип. № 66. Режим доступу до видання: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/66\\_2022/20.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/66_2022/20.pdf)

Шевченко А.В., Адеева Г.В. Правила міжнародного кодексу ESOMAR ведення бізнесу на ринку інформаційних послуг. MODERN ASPECTS OF MODERNIZATION OF SCIENCE: STATUS, PROBLEMS, DEVELOPMENT TRENDS Materials of the 19th International Scientific and Practical Conference March 7, 2022, Vilnius (Lithuania). P. 98-104.

Шевченко А.В., Марчук В.В. Сучасні тренди маркетингових досліджень бізнес-середовища компаній в умовах цифрових

трансформацій. III Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Бізнес-аналітика: моделі, інструменти та технології», 2-4 березня 2022 року. К.: НАУ, 2022.

Джабієв А., Шевченко А.В. Цифровізація маркетингового управління бізнес-процесами підприємства. Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення» (м. Київ, 20-25 травня 2022 р.). Том 1. К.: НАУ, 2022. С. 39-40.

Марчук В.В., Шевченко А.В. Мобільний додаток як інноваційне рішення у напрямку покращення customer experience. Маркетингові стратегії, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку Матеріали III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Київ, 27 жовтня 2022р. К., С. 92-94.

Філіппова Т.С., Фісун Ю.В. Застосування аналітики в маркетингу digital середовища на прикладі «Фокстрот». Збірник Державного університету телекомунікацій. «Підприємницька, торговельна, біржова діяльність: тенденції, проблеми та перспективи розвитку». 2023. С. 88-90.

Шевченко А.В. Вплив цифрових маркетингових технологій на споживчу поведінку та управління попитом. Innovative educational technologies: European experience and its application in training in economics and management : Proceedings of scientific and pedagogical internship (February 13 – March 26, 2023, Riga, Latvia). Riga, Latvia: "Baltija Publishing", 2023. 460 p. (P.415-418)

Філіппова Т.С., Петропавловська С.Є. Аналіз просування авіакомпаній на цифровому ринку. Збірник Національного авіаційного університету. «ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки». 2023. С. 28-29.

Фісун Ю.В., Марчук В.В. Концепція холістичного маркетингу: теоретичні аспекти та особливості практичного застосування. Соціально-економічні відносини в цифровому суспільстві. Volume 1 (47), 2023. С. 61-69. URL: <https://ser.net.ua/index.php/SER/article/view/480>

Olena Borysenko. Marketing Management System of an Industrial Enterprise. Innovative educational technologies: European experience and its application in training in economics and management : Proceedings of scientific and pedagogical internship (February 13 – March 26, 2023, Riga, Latvia). Riga, Latvia : «Baltija Publishing», 2023. 460 p. (pp. 32-35).

Філіппова Т.С., Петропавловська С.Є. Криптовалюта як новий інструмент позиціонування бренду серед споживачів. Збірник Національного авіаційного університету. «Бізнес-аналітика: моделі, інструменти та технології». 2023. С. 542-544.

Філіппова Т.С., Фісун Ю.В., Борисенко О.С. Реалізація стратегії холістичного маркетингу омніканального ритейлу на прикладі мережі «Фокстрот». Соціально-економічні відносини в цифровому суспільстві. 2023. №2 (48). С. 73-84.

Князева Т.В., Лісова К.М. Застосування комплексного підходу при формуванні позитивного іміджу бренду. Соціально-економічні відносини в цифровому суспільстві. № 2(48) 2023. С. 62-73.

Yuliia Fisun. Holistic marketing as the main component of the development of modern enterprises. Innovative educational technologies: European experience and its application in training in economics and management : Proceedings of scientific and pedagogical internship (February 13 – March 26, 2023, Riga, Latvia). Riga, Latvia : «Baltija Publishing», 2023. 460 p. (pp. 384-387).

Liudmyla Verbivska, Zhanna Zhygalkevych, Yuliia Fisun, Ihor Chobitok, Volodymyr Shvedkyi. Digital technologies as a tool of efficient logistics. Revista de la Universidad del Zulia. 3ª época. Año 14, № 39, 2023. pp. 492-508. URL: <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rluz/article/view/39481/44532>.

Iuliia Fisun, Marharyta Kucher, Nataliia Stebliuk, Yelyzaveta Saihak, Olha Prokopenko Modeling development strategy of tourism companies under the influence of external and internal environment: Evidence from Ukraine. Tourism and Travelling, Volume 4, pp. 1-15. 2022-2023. URL: [https://www.businessperspectives.org/images/pdf/applications/publishing/templates/article/assets/16204/TT\\_2022\\_01\\_Fisun.p](https://www.businessperspectives.org/images/pdf/applications/publishing/templates/article/assets/16204/TT_2022_01_Fisun.p)

Колесник М.В., Ярмолюк О.Я., Созінова І.В. Ефективність управління бізнес-процесами в ринковому середовищі цифрової інфраструктури. Цифрова економіка та економічна безпека. 2023 № 4(04), 97-103. DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.4-16>.

Ярмолюк О.Я., Петропавловська С.Є. Нейромаркетинг як засіб психологічного впливу в комунікаційній стратегії. ABIA-2023: матеріали XVI Міжнар. наук.-техн. конф., м. Київ, 18-20 квітня 2023р. Київ : НАУ, 2023. URL: <https://conference.nau.edu.ua/index.php/AVIA/AVIA2023/schedConf/presentations>

Ороховська Л.А., Сібрук В.Л., Сібрук А.В. Специфіка соціально-ринкових комунікацій у сфері інфлюенс-маркетингу. Інфраструктура ринку, 2022. № 67. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct67-33>

Oleksii Yarmoliuk. Approaches to Marketing Management of Internet Projects. Innovative educational technologies: European experience and its application in training in economics and management : Proceedings of scientific and pedagogical internship (February 13 – March 26, 2023, Riga, Latvia). Riga, Latvia : «Baltija Publishing», 2023. 460 p. (pp. 435-438).

Радченко О.А. Тенденції маркетингової діяльності в умовах цифрової економіки. Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики: Матеріали одинадцятої міжнар. наук.-практ. конф., 09-10 вересня 2022 р. Одеса: ОНЕУ, 2022. 576 с. (С. 273-276).

Войченко Т., Радченко О. Технологічний розвиток маркетингу з використанням штучного інтелекту і машинного навчання. Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «Бізнес-аналітика: моделі, інструменти та технології». 1-3 бер. 2023. – К.: НАУ, 2023. – 548 с. (С. 33-38).

Полоус О.В., Ридкіна А.В. Маркетингові технології просування стрімінгового сервісу в умовах інтенсифікації цифрової конкуренції. Науково-виробничий журнал «Бізнес-Навігатор». Випуск 2 (72), 2023. С. 75-81. DOI: <https://doi.org/10.32782/business-navigator.72-11>

Baraniuk A. Innovatization and informatization of marketing support for the engineering services` provision. Підприємництво, торгівельна, біржова діяльність: тенденції, проблеми та перспективи розвитку: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 17 лютого 2023 року). Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва ДУТ. Київ, 2023. С. 130-132.

Hrebelyuk O. International experience in using company`s socially oriented marketing model. Тези доповідей XXIII Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Політ. Сучасні проблеми науки економіка та бізнес-адміністрування в авіації. С. 60-61.

Polous B. Features of intelligent marketing technologies usage in HR branding. Економіко-правові аспекти господарювання: сучасний стан, ефективність та перспективи: матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 22-23 вересня 2023 р.). Одеса, 2023. С. 312-313.

Фісун Ю. В., Ярмолюк О. Я., Грабар Д. Е. Проблеми екологічного маркетингу в інтернет середовищі. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». Випуск 4(110), 2023. С. 107-113.

Фісун Ю.В., Борисенко О.С., Соболева А.В. SMM-копірайтинг як дієвий інструмент привернення уваги споживачів до контенту. Київський економічний науковий журнал. № 3, 2023. С. 143-150.

Chorna D., Fisun Yu. Innovative marketing technologies in the global digital space. Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення». 16 листопада 2023 р. К.: НАУ, 2023. 594 с.

Борисенко Д.В., Фісун Ю.В. Сучасні тенденції застосування інтернет-технологій в маркетинговій діяльності підприємств. Міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення». 16 листопада 2023 р. К.: НАУ, 2023. 594 с.

Князева Т.В., Пересунько М.М. Цифровий маркетинг: типи, проблеми та необхідні навички. Бізнес-аналітика: моделі, інструменти та технології: за матер. IV Міжнародної науково-практ. конф., (м. Київ, 1-3 березня 2023 року). К.: НАУ, 2023. С.432-437.

Токар Ю. Бар'єри маркетингового забезпечення діджиталізації розвитку бізнес-середовища. Економіко-правові аспекти господарювання: сучасний стан, ефективність та перспективи: матер. IX Міжн. наук.-практ. конф., м. Одеса, 22-23 вересня 2023 р.: Одеса, 2023. С. 513-515.

Токар Ю. DESI як показник цифрової трансформації країн Європи. Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення: матер. IV Міжн. наук.-практ. конф., м. Київ, 16 листопада 2023 р. К.: НАУ, 2023. С. 124-125.

Князева Т.В., Казанська Т.В. Маркетингова стратегія: виклики та можливості в умовах цифровізації. Економіка та суспільство, 2022, №46. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-46-21>

Смілянець В.В. Організаційно-економічні особливості впровадження інновацій на авіаційний підприємствах. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Управління розвитком економічного середовища в умовах глобальних трансформацій» (м. Харків, 23-25 травня 2023 р.). Харків, УПА. С. 168-171.

Шевченко А.В., Крушинський А.В. Методи інноваційного маркетингу реалізації маркетингової стратегії підприємства. Наукові інновації та передові технології (Серія «Державне управління», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Психологія», Серія «Педагогіка»): журнал. 2023. № 3(17) 2023. С. 251-261. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-3\(17\)-251-261](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-3(17)-251-261)

## **8. Звітна документація**

**Кількість сторінок в звіті:** 52

**Мова звіту:** Українська

**Кількість файлів у звіті:** 1

## **9. Заключні відомості**

### **Перелік осіб-виконавців**

Баранюк Андрій Юрійович

Борисенко Дар'я Вікторівна

Борисенко Олена Сергіївна (к. е. н., доцент)

Грабар Даніела Ервінівна

Гребельник Олександр Анатолійович

Казанська Олена Олександрівна (доц.)

Князева Тетяна В'ячеславівна

Крушинський Артем Вікторович

Лісова Карина Михайлівна

Левковська Тетяна Андріївна

Марчук Валерія Василівна

Михальченко Інна Григорівна (к.е.н., доцент)

Ороховська Людмила Анатоліївна

Пересунько Михайло Михайлович

Петропавловська Світлана Євгеніївна

Полоус Богдан Вікторович

Полоус Ольга Вікторівна (д.е.н., доц.)

Радченко Олена Андріївна

Сібрук Віктор Леонідович (к. е. н., доц.)

Смілянець Віталій Вікторович

Соболева Аліна Віталіївна

Созінова Ірина Валентинівна

Токар Юрій Ігорович

Філіппова Тетяна Сергіївна

Фісун Юлія Володимирівна (к.е.н., доц.)

Хайдарова Тетяна Миколаївна

Чорна Діана Олексіївна

Шевченко Анна Валеріївна

**Керівник організації:**

Шульга Володимир Петрович (д. і. н., с.д.)

**Керівники роботи:**

Ярмолюк Олексій Ярославович (к. е. н., доц.)

**Керівник відділу реєстрації наукової діяльності  
УкрІНТЕІ**



Юрченко Т.А.