

**Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Кафедра маркетингу та УІД
Сумський регіональний центр
інтелектуального розвитку
Українська асоціація маркетингу
Всеукраїнська спілка вчених-економістів**

**Збірник тез доповідей
ІХ Міжнародної
науково-практичної конференції**

**«МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ
І ІННОВАЦІЇ У МАРКЕТИНГУ»**

24-25 вересня 2015 року

Суми 2015

Брендівані серіали з'явилися завдяки широкій популярності звичайних серіалів. Використання сценарію, що містить повчальний, романтичний або кримінальний характер, має змогу привернути увагу споживача не одноразово, як звичайний відеоролик, а й з подальшим повторенням, або очікуванням виходу нових серій.

Брендівані комікси. Комікси завжди були популярними як серед дітей, так і серед дорослих. Головною перевагою даного контенту є значне охоплення аудиторії. В даному випадку, комікси є поєднанням інфографіки та Storytelling.

Відеоконтент. Перевага полягає у доступності відеоконтенту на всіх мобільних пристроях та гаджетах, не кажучи, про звичайні персональні комп'ютери. Компанії-гіганти цілеспрямовано витрачали чималі кошти на формування відео-контенту на власних сайтах протягом 2014 року.

Усі перераховані тренди взаємопов'язані, тому компаніям рекомендовано працювати відразу над декількома з них у комплексі. Потрібно пам'ятати, що головним модним диктатором всіх часів і сайтів був і буде користувач, тому в першу чергу on-line бізнес повинен орієнтуватися на його смаки, бажання та уподобання.

1. Kathleen Booth. How Much Should Your Company Invest In Digital Marketing? [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://www.business2community.com/digital-marketing/much-company-invest-digital-marketing-01022338>

Ілляшенко Н.С.
Сумський державний університет

ОСНОВНІ ФУНКЦІЙ ДОДАТКОВИХ ЕЛЕМЕНТІВ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ПОСЛУГ

Комплекс маркетингу послуг на відміну від маркетингу матеріальних товарів складається з 7 елементів, а саме: товарна, цінова, комунікаційна та збутова політики, фізичне оточення послуг, люди в системі управління послугами та процес надання послуг. Розглянемо більш детально, які саме функції і особливості притаманні трьом останнім складовим, що і формують особливість комплексу маркетингу послуг.

Процес надання послуг. До основних функцій даного елементу комплексу маркетингу послуг відносяться:

1. Аналіз та врахування факторів, що впливають на процес надання послуг.

2. Вибір методу/методів розробки та аналізу процесу взаємодії покупця та споживача. До основних з них належать: діаграмне проектування; точки дотику; споживчий сценарій; реінжиніринг.

3. Вибір моделі процесу надання послуг та врівноваження попиту і пропозиції.

4. Визначення технологій надання послуг.

Люди в процесі надання послуг. До головних функцій даного елементу відносяться:

1. Формування та управління поведінкою споживачів (зовнішній маркетинг). В процесі надання послуг головним є безпосередня взаємодія з клієнтами, яка має на увазі наступне: а) управління ключовими контактами; б) залучення клієнтів до процесу виробництва послуг; в) навчання споживачів обслуговуючим персоналом; г) робота з неадекватними споживачами.

2. Проведення внутрішнього маркетингу, що передбачає: а) введення культури обслуговування; б) розвиток маркетингового підходу до управління кадрами; в) поширення маркетингової інформації серед службовців; г) введення системи заохочення та нагородження; д) аудит внутрішнього маркетингу.

Фізичне оточення послуг. Головною функцією цієї складової є демонстрація якості послуг за допомогою фізичних свідчень та презентацій, до яких відносяться: зовнішній та внутрішній вигляд приміщення; зовнішній вигляд та поведінка персоналу; сировина, матеріали, комплектуючі та готові товари, які застосовують для надання послуг; засоби індивідуалізації; гарантія.

Ілляшенко С.М.

Сумський державний університет/

Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna w Bielsku-Białej

ЗАВДАННЯ МАРКЕТИНГУ У НАУКОВО-ОСВІТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ВНЗ

В останні роки спостерігається різке загострення конкуренції на вітчизняному ринку науково-освітніх послуг, що спричинено: політикою МОН спрямованою на різке зменшення кількості ВНЗ та підвищення формальних вимог до абітурієнтів, зокрема, через відміну дій сертифікатів ЗНО минулих років; зменшенням кількості потенційних абітурієнтів внаслідок спаду народжуваності у недалекому минулому спадна хвиля якої докотилась до ВНЗ, а також