

# ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ ПРОСУВАННЯ НАУКОВОГО ЖУРНАЛУ

Ілляшенко С.М.,  
д.е.н., професор, Сумський державний університет

Ключові слова: науковий журнал, ринок науково-освітніх послуг, просування, інтернет-маркетинг.

Key words: scientific journal, market of scientific and educational services, promotion, Internet marketing.

Одними із ефективних інструментів просування наукових знань, а також визначення найбільш перспективних напрямів їх продукування є наукові видання, зокрема, наукові журнали [1]. Практика свідчить, що для просування наукових журналів доцільно застосовувати інтернет-технології які дозволяють швидко і з мінімальними витратами просунути журнали (за умов видання англійською мовою) на самі віддалені ринки, забезпечити широке охоплення цільової аудиторії і одночасно - високу адресність впливу на цільові групи споживачів [2].

З цих позицій автором було проведено аналіз, що розкриває специфічні особливості застосування інтернет-технологій для просування наукового журналу «Маркетинг і менеджмент інновацій», який видає кафедра маркетингу і управління інноваційною діяльністю СумДУ на національному і світовому ринку наукових видань. Узагальнення семирічного досвіду видання кафедрою електронної версії журналу дозволило виділити основні фактори, що впливають на ефективність його просування в інтернет-просторі. Основними з них є:

1. Регулярність виходу (в останній тиждень кварталу), завдяки якій відвідувачі сайту журналу точно знають коли вони можуть ознайомитися з новими статтями, не витрачають час на безрезультатні візити на сайт, відчують турботу про них тощо.

2. Відомість серед широкого загалу науковців членів редакційної колегії, їх високий науковий і особистісний авторитет.

3. Цікаві, якісні статті які висвітлюють проблеми і перспективи розвитку науки відповідно до тематичної спрямованості журналу. Це досягається ретельним доббором статей шляхом: перевірки на плагіат, подвійного сліпого рецензування, залученням у якості рецензентів відомих вітчизняних і зарубіжних науковців.

4. Присутністю журналу у національних і міжнародних базах реферування і індексування (переважно відкритого доступу), завдяки чому електронні версії статей, посилення на них швидко індексуються і обраховуються.

5. Індексуванням журналу у Web of Science (з 2015 р.), що враховуючи нормативні вимоги до рівня наукових публікацій багатьох країн, різко

збільшує інтерес науковців до публікації статей у журналі, перегляду їх змісту, перегляду інформації для авторів на сайті журналу яка викладена у відкритому доступі тощо.

6. Періодичне інформування у Fesebook (у групі кафедри) широкого загалу науково-педагогічних працівників України та інших країн про різні аспекти редакційної політики, показники індексування журналу і його окремих статей, найбільш цікаві статті.

7. Стимулювання посилення на статті журналу (опосередковане) у інших виданнях. Стимулювання до публікації у журналі відомих науковців з високим індексом цитування.

8. Мовна політика журналу яка передбачає видання статей українською, англійською та англійською мовами, зі збільшенням частки останньої. Як показали проведеного аналізу вітчизняні науковці більше цитують україномовні та російськомовні статті, зарубіжні – англійськомовні. Це вимагає дотримання певних пропорцій у мовній політиці, зокрема обов'язкової наявності розширеної англійськомовної анотації статей, що написані українською чи російською мовами. .

9. Забезпечення присутності журналу у електронних бібліотеках провідних університетів світу, зокрема Стенфордського та ін.

10. Регулярний аналіз комунікативної ефективності політики просування журналу у інтернет-просторі за допомогою засобів Google-Analitik, Яндекс-Метрика та ін. і внесенням у неї відповідних коректив [3].

Результати проведеного аналізу можуть бути використаними як методична допомога при розробленні стратегії і тактики просування наукових розробок вітчизняних вчених на ринках науково-освітніх послуг, стимулювання до них інтересу зі сторони науково-дослідних та науково-виробничих установ як вітчизняних, так і (переважно) зарубіжних. У перспективі це сприяє формуванню передумов становлення і розвитку в Україні економіки знань.

### **Список використаної літератури**

1. Ілляшенко С.М. Сайт наукового журналу як інструмент інтернет-маркетингу знань науково-освітніх установ / С.М. Ілляшенко // Маркетинг і цифрові технології. – 2017. – № 1. – С. 6-19.

2. Ілляшенко С.Н. Применение методов и инструментов маркетинга в управлении знаниями / С.Н. Ильяшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій, 2013. – № 2. – С. 13-23.

3. Ілляшенко С.М. Комунікаційна ефективність сайту журналу "Маркетинг і менеджмент інновацій" як інструменту маркетингу знань / С.М. Ілляшенко, К.Б. Ступнікова, А.О. Дериколенко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. Т. 2. - 2016. - №3. - С. 233-238.

Ілляшенко С.М. Особливості застосування інтернет-технологій просування наукового журналу / С.М. Ілляшенко // Реклама: інтеграція теорії та практики : тези доп. XI Міжн. наук.-практ. конф. (м. Київ, 23 листоп. 2017 р.) / відп. ред. Є.В. Ромат. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – С. 157-158.