

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Інститут модернізації змісту освіти МОН України
Інститут промислових та бізнес технологій (ІПБТ)
Українського державного університету науки і технологій (УДУНТ), м. Дніпро
Українська асоціація управління проектами «УКРНЕТ», м. Київ
Науково-дослідний інститут інтелектуальної власності (НДІВ)
Національної академії правових наук України (НАПрН України), м. Київ
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ
Національний технічний університет України «Харківський політехнічний інститут»
Національний технічний університет України «Київський політехнічний
університет імені Ігоря Сікорського», м. Київ
Одеський національний морський університет (ОНМУ), м. Одеса
Честоховський політехнічний університет, Польща
Uniwersytet Warszawski, Warszawa, Polska Rzeczpospolita, Польща;
Вища школа менеджменту у Варшаві, (WSM), Польща
Вища економіко-гуманітарна школа (WSEH) м. Бельсько-Бяла, Польща
Вища школа управління охороною праці в місті Катовіце, (WSZOP), Польща
Університет в Мішкольце, Угорщина
Інститут підвищення кваліфікації, Будапешт, Угорщина
Astana IT University, Kazakhstan
за підтримки:
Центр Українсько-європейського наукового співробітництва
Видавничий дім «Гельветика»
Дніпропетровський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр МВС України
Юридична компанія «ЮРСЕРВІС», м. Дніпро



ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції
МІСТ «КИЇВ-ДНІПРО»
«УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОЄКТНОГО ТА
НЕЙПРОМЕНЕДЖМЕНТУ, ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ,
ТЕХНОЛОГІЙ СТВОРЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ ПРАВА
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ, ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ»,
21-22 березня 2024 р.

ДНІПРО
УДУНТ
2024

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції
м. КИЇВ і ДНІПРО

**УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОЄКТНОГО ТА
НЕЙРОМЕНЕДЖМЕНТУ, ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ,
ТЕХНОЛОГІЙ СТВОРЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ ПРАВА
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ, ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ**

21-22 березня 2024 р.

ДНІПРО
УДУНТ
2024

УДК 005.8:[005.3+004.9+347.77]

У 67

Конференція запроваджена МОН України, лист Інституту модернізації змісту освіти
МОН України № 21/08-57 від 12.01.2024 року за № 90 у переліку.

Матеріали публікуються за оригіналами, наданими авторами.
Претензії до організаторів не приймаються.

Головний редактор д.т.н., проф. Петренко В. О.
Науковий редактор д.т.н., проф. Молоканова В. М.
Науковий редактор к.т.н., доц. Дорожка Г. К.

Управління проектами. Перспективи розвитку проектного та нейроменеджменту, інформаційних технологій управління, технологій створення та використання об'єктів права інтелектуальної власності, трансфер технологій : зб. наук. пр. VI Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (21–22 берез. 2024 р.) / за ред. В. О. Петренка, В. М. Молоканової, Г. К. Дорожка ; УДУНТ, УКРНЕТ, НДПВ НАПрН України. – Дніпро : Укр. держ. ун-т науки і технологій, 2024. – 796 с.

У збірнику наукових праць наведені матеріали VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Управління проектами. Перспективи розвитку проектного та нейроменеджменту, інформаційних технологій управління, технологій створення та використання об'єктів права інтелектуальної власності, трансферу технологій». Збірник наукових праць становить інтерес для наукових працівників, викладачів, фахівців з інтелектуальної власності та управління проектами, а також студентів.

УДК 005.8:[005.3+004.9+347.77]



Цей твір ліцензовано на умовах Ліцензії Creative Commons

[«Attribution-NonCommercial-ShareAlike» 4.0 International \(CC BY-NC-SA 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

[\(«Із зазначенням авторства – Некомерційна – Поширення на тих самих умовах» 4.0 Міжнародна\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

ISBN 978-617-7440-41-2

DOI 10.15802/978-617-7440-41-2

© Український державний університет науки і технологій, 2024

© Українська асоціація управління проектами, 2024

© Науково-дослідний інститут інтелектуальної власності
Національної академії правових наук України, 2024

© Колектив авторів збірника, 2024

РОЛЬ ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ МАРКЕТИНГУ

О. Н. Романюк

д.т.н., професор, завідувач кафедри програмного забезпечення Вінницького національного технічного університету (м. Вінниця)

ORCID [0000-0002-2245-3364](https://orcid.org/0000-0002-2245-3364)

О. М. Ціхановська

к.е.н, доцент кафедри економіки, обліку та оподаткування Вінницького навчально-наукового інституту економіки (м. Вінниця)

ORCID 0000-0002-1276-9891

Анотація. Визначено роль ІТ-технологій для маркетингу. Розглянуто можливості ІТ-технологій для предметної галузі. Проаналізовано пакети прикладних програм для маркетингу. цілей і підвищення конкурентоспроможності своїх компаній на ринку.

Ключові слова: маркетинг, інформаційні технології, програмні продукти для маркетингу.

THE ROLE OF IT TECHNOLOGIES FOR MARKETING

O. N. Romanyuk

Ph.D., professor, head of the software department of the Vinnytsia National Technical University (Vinnytsia)

ORCID 0000-0002-2245-3364

O. M. Tsikhanovska

Doctor of Economics, Associate Professor of the Department of Economics, Accounting and Taxation, Vinnytsia Educational and Scientific Institute of Economics (Vinnytsia)

ORCID 0000-0002-1276-9891

Abstract. The role of IT technologies for marketing is determined. The possibilities of IT technologies for the subject industry are considered. The packages

of application programs for marketing were analyzed. goals and increasing the competitiveness of their companies on the market.

Keywords: marketing, information technologies, software products for marketing.

Роль ІТ для маркетингу є важливою у сучасному бізнес-середовищі. ІТ-технології [1-6] надають маркетологам доступ до широкого спектру інструментів і можливостей для збору, аналізу та використання даних про споживачів. ІТ дозволяють збирати великі обсяги даних з різних джерел, включаючи веб-сайти, соціальні медіа, електронну пошту та інші джерела, та аналізувати їх для зрозуміння поведінки клієнтів, виявлення тенденцій та прогнозування результатів маркетингових кампаній.

Інформаційні технології дозволяють маркетологам взаємодіяти з клієнтами через електронну пошту, соціальні медіа, месенджери та інші канали, швидко реагуючи на їхні запити.

ІТ-платформи для маркетингу надають можливості автоматизації таких процесів, як розсилка електронних листів, сегментація аудиторії, ведення кампаній у соціальних мережах, вимірювання ефективності та багато іншого.

За допомогою ІТ-інструментів маркетологи можуть створювати персоналізований контент для кожного клієнта на основі їхніх інтересів, поведінки та інших даних.

ІТ-системи CRM дозволяють маркетологам ефективно керувати взаємодією з клієнтами, зберігати інформацію про них, відстежувати історію взаємодії та аналізувати дані для покращення стратегій маркетингу.

В цілому, ІТ відіграють ключову роль у вдосконаленні маркетингових стратегій, забезпечуючи маркетологам доступ до інструментів, які допомагають залучати, зберігати та збільшувати клієнтську базу, підвищувати ефективність кампаній та покращувати відносини з клієнтами.

Інформаційні технології дозволяють маркетологам проводити детальну сегментацію аудиторії на основі різних критеріїв, таких як вік, регіон, інтереси

тощо. Це дозволяє створювати спеціалізовані маркетингові кампанії, спрямовані на конкретні групи клієнтів, що збільшує ефективність комунікації та знижує витрати на рекламу.

За допомогою IT-інструментів маркетологи можуть вимірювати ефективність своїх маркетингових кампаній, враховуючи такі метрики, як конверсія, ROI, відкриття листів, кліки на оголошення тощо. Це дозволяє вдосконалювати стратегії маркетингу на основі зібраних даних.

IT-системи також грають важливу роль у забезпеченні безпеки конфіденційної інформації про клієнтів та бізнес-процесів. Вони допомагають захищати дані від несанкціонованого доступу, атак з боку хакерів .

Ось деякі з найновіших програм [4] для маркетингу, які можуть бути корисними для бізнесу:

SendPulse і Creatio: Інтеграція цих двох сервісів дозволяє надсилати масові повідомлення та розсилки, а також проводити рекламні кампанії. endPulse - це платформа, що пропонує широкий спектр інструментів маркетингу, включаючи електронну розсилку, маркетингові повідомлення SMS, сповіщення на веб-сайті та чат-боти. Вона дозволяє підприємствам взаємодіяти зі своєю аудиторією через кілька каналів ефективно. SendPulse дозволяє користувачам створювати рекламні кампанії по електронній пошті, автоматизувати маркетингові процеси та аналізувати результати кампаній.

Creatio (раніше відома як bpm'online) - це комплексна платформа CRM (управління взаєминами з клієнтами) і BPM (управління бізнес-процесами). Вона допомагає підприємствам керувати взаємодіями з клієнтами, автоматизувати процеси продажів, маркетингу та обслуговування, а також покращувати загальну ефективність. Creatio пропонує такі функції, як управління потенційними клієнтами, управління можливостями, автоматизація обслуговування клієнтів та аналітика.

Mindbox - це хмарна платформа автоматизації маркетингу, яка допомагає збирати та обробляти дані про клієнтів з онлайн та офлайн, автоматизувати комунікації, керувати ними з одного вікна та збільшувати виручку маркетингу.

У центрі продукту Mindbox - CDP, єдиний клієнтський профіль, в який збираються дані з IT-систем. На основі цих даних побудовано цільовий, тобто персоналізований маркетинг. Використовуються чотири модулі: розсилки, персоналізація сайту, управління лояльністю та медіа. В кожному з модулів працюють алгоритми машинного навчання, що підвищують їхню ефективність. Mindbox вже використовують понад 200 великих компаній із СНД та ЄС, такі як Burger King, OBI, Danone, L'Oreal, Oriflame, O'stin, Natura Siberica, Panasonic.

Україна відзначила появу першого комплексного сервісу для управління бізнесом під назвою OrgLinker. Цей сервіс об'єднує в собі CRM, маркетингове управління, архівування файлів, корпоративний блог, керування завданнями та проектами, управління людськими ресурсами, документообіг, управління веб-сайтом, торгівлю, фінансами, інтеграцію з доставкою та платіжними системами. Розробники рекомендують свій продукт, особливо компаніям, що діють у сфері електронної комерції.

Google оголосив про запуск в Україні інструменту AdWords Express, призначеного для малого бізнесу, який дозволяє створювати та налаштовувати рекламні оголошення всього за 15 хвилин, без залучення фахівців з маркетингу. Для створення кампанії за допомогою AdWords Express від користувача потрібно лише написати текст оголошення, описавши, чим займається компанія, вибрати вид її діяльності та задати щомісячний рекламний бюджет. Якщо користувач не має точного уявлення про оптимальний обсяг витрат, система сама запропонує орієнтовний кошторис на основі аналізу того, скільки витрачають та отримують кліків схожі компанії. Результати кампанії можна відстежувати у мобільних додатках сервісу.

В цілому, IT є невід'ємною частиною сучасного маркетингу, що дозволяє маркетологам ефективно використовувати дані та технології для досягнення своїх цілей і підвищення конкурентоспроможності своїх компаній на ринку.

Література

1. Білоусько Т.В. Інформаційні технології в маркетинговій діяльності. Економіка та суспільство. 2023. № 53.

2. Лужаниця Н. Д., Костинець Ю. В. Використання сучасних інформаційних комп'ютерних технологій, як головна умова прийняття ефективних маркетингових рішень. Актуальні проблеми економіки. 2020. № 11 (232). С. 81–87.

3. Оксанич А. П., Петренко В. Р., Костенко О. П. Інформаційні системи і технології маркетингу. Київ : «Видавничий дім «Професіонал», 2018. 320 с.. Проскурніна Н. Штучний інтелект у маркетинговій діяльності. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2020. № 4. С. 129–140.

4. Топ 10: Програми для маркетингу (для України). https://www.livebusiness.com.ua/ua/tags/programmy_dlja_marketinga/