

Зміст

ВСТУП.....	5
Тема 1. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг як складова маркетингової стратегії підприємства	7
1.1. Визначення основних понять.....	7
1.2. Суть інформаційного маркетингу на підприємстві	15
1.3. Об'єкти і суб'єкти маркетингу	20
1.4. Маркетингове середовище.....	23
1.5. 4Р	32
Питання для самоконтролю	34
Тема 2. Інформаційний продукт як товар, що надається суб'єктам ринку	35
2.1. Інформація – основний атрибут діяльності інформаційного маркетингу	35
2.2. Характеристика та класифікація інформаційних продуктів і послуг.....	44
2.3. Життєвий цикл продукту	58
2.4. Методи дослідження маркетингової комунікації	63
Питання для самоконтролю	70
Тема 3. Ринок Інформаційних продуктів і послуг	72
3.1. Характеристика інформаційного ринку	72
3.2. Типи організаційних структур на ринку.....	88
3.3. Стратегії маркетингу	94
Питання для самоконтролю	100
Тема 4. Планування маркетингової діяльності в інформаційній галузі	101
4.1. Продуктова інновація як основний метод конкурентної боротьби	101
4.2. Організація збуту інформаційного продукту	102
4.3. Просування інформаційних товарів на ринок.....	108
4.4. Стратегії боротьби за споживачів	117
4.5. Планування маркетингової діяльності.....	131
Питання для самоконтролю	137

Тема 5. Сегментування ринку та позиціонування	139
5.1. Критерії сегментації.....	139
5.2. Методи сегментації	141
5.3. Вибір цільового ринку та стратегії його охоплення	142
5.4. Вибір цільового сегмента та стратегії його охоплення	143
5.5. Позиціонування товару.....	146
Питання для самоконтролю	148
Тема 6. Рекламна діяльність для стимулювання збуту інформаційних продуктів і послуг	149
6.1. Формування іміджу інформаційного підприємства і його товару	149
6.2. Сутність і функції реклами.....	154
6.3. Канали розповсюдження рекламного повідомлення	168
6.4. Основні засоби розповсюдження реклами.....	170
Питання для самоконтролю	183
Тема 7. Рекламне звернення: його зміст і структура.....	184
7.1. Рекламне звернення як інструмент досягнення мети рекламної діяльності	184
7.2. Процес створення рекламного звернення	188
7.3. Створення рекламних заголовків.....	192
Питання для самоконтролю	195
Тема 8. Інтернет-маркетинг.....	196
8.1. Використання Internet у маркетинговій діяльності фірми	196
8.2. Використання Internet у збутовій діяльності фірми	202
Питання для самоконтролю	206
Тема 9. Маркетинг в соціальних мережах.	207
9.1. Основи Social Media marketing.....	207
9.2. Моніторинг соціальних мереж і блогів.....	212
9.3. Оцінка ефективності.	217
9.4. Реалізація SMM-кампанії	221
Питання для самоконтролю	224
ПРАКТИЧНІ РОБОТИ.....	225
Термінологічний словник	256
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	268