Облікова картка ДіР

Image not found or type unknow

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0224U031546

Державний реєстраційний номер: 0124U002319

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 13-05-2024

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Формування стратегії інтернет-маркетингу суб'єкта господарювання в умовах цифрової трансформації суспільства

Початок етапу: 02.2024

Закінчення етапу: 04.2024

Вид звітного документа: Остаточний звіт

III. Відомості про виконавця ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Західноукраїнський національний університет

Код за ЄДРПОУ: 33680120

Місцезнаходження: вул. Львівська, буд. 11, м. Тернопіль, Тернопільський р-н., Тернопільська обл., 46009, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380352475051

IV. Відомості про співвиконавців ДіР

V. Відомості про замовника ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Боднаровська Наталія Олегівна

Код за ЄДРПОУ: 3369805686

Місцезнаходження: вулиця Гранична, 19, м. Чортків, Чортківський р-н., Тернопільська обл., 48501, Україна

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380953827294

VI. Джерела, напрями та обсяги фінансування ДіР

Підстава для проведення ДіР: 25 - договір з фізичною особою. Замовником НДР (ДКР) виступає фізична особа, за рахунок коштів якої виконується робота

Напрям фінансування: 2.7 - інше

Джерела фінансування

7705 - кошти інших джерел

Фактичний обсяг фінансування (тис. грн.): 55.000

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Формування стратегії інтернет-маркетингу суб'єкта господарювання в умовах цифрової трансформації суспільства

Назва роботи англійською:

Formulating an internet marketing strategy for a business entity amidst the digital transformation of society

Реферат українською:

Об'єкт дослідження – стратегія інтернет-маркетингу ФОП Боднаровської Н. О. Мета дослідження – обґрунтування практичних рекомендацій щодо формування стратегії інтернет-маркетингу суб'єкта господарювання в умовах цифрової трансформації. Методи дослідження – діалектичний, метод аналізу і синтезу, абстрактно-логічний, моделювання, розрахунковий, порівняльний і графічний, математико-статистичний ретроспективний аналіз. Теоретичні результати – дослідження теоретичних та практичних напрямів формування стратегії інтернет-маркетингу суб'єкта господарювання в умовах цифрової трансформації. Новизна – у результаті проведеного дослідження раніше проаналізовані положення дістали подальший розвиток. Зокрема: розкрито важливість синтезу штучного інтелекту та когнітивного маркетингу, як потужного інструменту для підвищення ефективності стратегії інтернет-маркетингу, що допоможе в аналізі даних щодо поведінки покупців та створенні персоналізованих стратегій маркетингу; запропоновано класифікацію стратегій різних бізнес-моделей для ФОП Боднаровській Н.О. в мережі Інтернет, що дозволить оптимізувати маркетинг-процеси, заощадити ресурси та максимально ефективно вести комунікацію зі цільовою авдиторією обрати стратегії інтернет-маркетингу; досліджено слабкі та сильні сторони, а також можливості та загрози для діяльності ФОП Боднаровської Н.О. на основі SWOT-аналізу та запропоновано формування ефективної стратегії для структурування всієї інформації з використання методології SMART, що дозволить чітко сформулювати цілі, які визначають кожний крок реалізації проєкту.

Реферат англійською:

Research subject - the internet marketing strategy of the sole proprietorship of Bodnarovska N. O. The aim of the research is to substantiate practical recommendations for forming the internet marketing strategy of an economic entity in the conditions of digital transformation. Research methods include dialectical, analysis and synthesis method, abstract-logical method, modeling, computational, comparative and graphical, mathematical-statistical retrospective analysis. Theoretical results include studying theoretical and practical directions for forming the internet marketing strategy of an economic entity in the conditions of digital transformation. Novelty lies in further developing previously analyzed positions as follows: emphasizing the importance of synthesizing artificial intelligence and cognitive marketing as a powerful tool for enhancing the effectiveness of internet marketing strategy, aiding in data analysis regarding consumer behavior, and creating personalized marketing strategies; proposing a classification of strategies for various business models for Bodnarovska N. O. in the Internet, enabling optimization of marketing processes, resource saving, and maximally effective communication with the target audience to select internet marketing strategies; exploring the strengths and weaknesses, as well as opportunities and threats for the activities of Bodnarovska N. O. based on SWOT analysis and proposing the formation of an effective strategy for structuring all information using the SMART methodology, allowing for clear formulation of goals that define each step of project implementation.

Індекс УДК: 339.187; 339.13; 339.146; 658.8

Коди тематичних рубрик: 06.81.55

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:Кульчицька Надія Євстахівна

Науковий ступінь: к. е. н.

Вчене звання: доц.

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

VIII. Наукова (науково-технічна) продукція (НТП)

Назва НТП українською: Стратегія інтернет-маркетингу

Назва НТП англійською: Internet marketing strategy

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: Методичні документи, Аналітичні матеріали

Галузь застосування: М 72 Наукові дослідження та розробки

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: Обґрунтовано можливості моделі «6Р», використання штучного інтелекту в SEO та SMM; сформовано стратегії розвитку на основі інтернет-маркетингу із врахуванням особливостей діяльності суб'єкта господарювання; досліджено вплив бізнес-моделей на формування стратегії вибору інструментів інтернет-маркетингу, що дозволить охопити нові канали просування, залучити клієнтів та забезпечити підвищення конкурентоспроможності та досягнення успіху на ринку.

Соціально-економічна спрямованість НТП: Підвищення конкурентоспроможності

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 02.2024

Закінчення етапу: 04.2024

Споживачі продукції: Підприємства, установи, організації

Перспективні ринки: Україна

Характер співробітництва з інвестором

Потрібний обсяг інвестицій, тис. грн.:

Права, що надаються інвестору після завершення роботи:

Наявність бізнес-плану:

Техніко-економічне обгрунтування:

Потенціальний обсяг продажу, тис. грн.:

Очікуваний термін окупності (років):

Додаткова інформація:

IX. Бібліографічний опис

Кульчицька Н.Є. та ін. Формування стратегії інтернет-маркетингу суб'єкта господарювання в умовах цифрової трансформації суспільства : Звіт про НДР. Тернопіль, ЗУНУ, 2024. 53 с.

X. Заключні відомості

Керівник юридичної особи

Десятнюк Оксана Миронівна
д. е. н., 08.00.08

Перелік осіб-виконавців

Дерманська Людмила Василівна
(к. е. н., 08.00.04)

Поляк-Свергун Мар'яна Миколаївна
(к.е.н.)

Відповідальний за підготовку облікових документів

Москаль Ю.В.

Телефон

+38 (035) 251-75-52

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності

