

Видання Української Асоціації Маркетингу
Журнал заснований у травні 1998 р.
Виходить 1 раз на 2 місяці

МАРКЕТИНГ

в Україні

ЕФЕКТИВНІСТЬ САЙТУ: КОНВЕРСІЯ ВІДВІДУВАЧІВ

З розвитком ринку ефективність звичних підходів до просування сайту невпинно знижується. Власники сайтів потрапляють у ситуацію, коли значні показники відвідуваності не забезпечують достатнього обсягу продажу. Адекватною реакцією є пошук принципово нових методів у просуванні сайту.



... .стр. 11

СУЧАСНІ СТАНДАРТИ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ

Найбільш практичним у визначенні ризиків є підхід, зафіксований у Стандарті з ризик-менеджменту, підготовленому спільними зусиллями британської Асоціації страхування та ризик-менеджерів (AIRMIC), Інституту ризик-менеджменту (IRM) та Асоціації ризик-менеджерів місцевих органів влади.



... .стр. 36

ГЛОБАЛЬНЕ ІНТЕРНЕТ-ДОСЛІДЖЕННЯ

Глобальне Інтернет-дослідження, проведене мережею Proximity Worldwide, висвітлює темні куточки Інтернету і допомагає фахівцям думати не про "канал", а про "споживача". Такий підхід є природним, якщо врахувати, що споживачів в Інтернеті більше, ніж користувачів.



... .стр. 49

REX: РОЗШУКУЮТЬСЯ МАРКЕТОЛОГИ

Незважаючи на досить велику кількість ВНЗ, що готують маркетологів, знайти на ринку праці доброго спеціаліста досить важко. Вимоги до кандидатів висуваються жорсткі, оскільки їм, інколи від перших днів, доводиться стикатися з ринковими ребусами й працювати під постійним тиском мінливої ситуації.



... .стр. 59

ЄВРОМАРКЕТИНГ ЯК НАВЧАЛЬНИЙ ПРЕДМЕТ

Євроринок є настільки різноманітним, наскільки різноманітні культура, історичний досвід, рівень суспільного й економічного розвитку окремих країн Співтовариства. Це створює сприятливий ґрунт для наукових досліджень у царині ринкового регулювання, стратегій функціонування та розвитку підприємств, а також впливає на поведінку споживачів в європейському просторі. Ці елементи й становлять сутність євромаркетингу.



... .стр. 64

Київ, 2007

МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ

МАРКЕТИНГ в Україні

№ 5 (45), вересень-жовтень, 2007 рік
Передплатний індекс – 22942
ISSN 1606-3732

Редакційна колегія:

Павленко А. Ф., д.е.н., академік –
головний редактор

Лирик І. В., к.е.н., доцент –
заст. головного редактора

Бакушевич І. В., к.е.н.
Будзан Б. П., к.т.н.
Войчак А. В., д.е.н.
Заруба В. Я., д.е.н.
Каніщенко О. Л., к.е.н.
Кардаш В. Я., к.е.н.
Куденко Н. В., д.е.н.
Кравченко В. А., к.е.н.
Крикавський Є. В., д.е.н.
Крикунов М. В., к.т.н.
Мороз Л. А., к.е.н.
Онищенко В. П., д.е.н.
Паніотто В. І., д. філос.н.
Примак Т. О., д.е.н.
Решетнікова І. Л., д.е.н.
Решетілова Т. Б., д.е.н.
Романенко Л. Ф., д.е.н.
Старостіна А. О., д.е.н.
Циганкова Т. М., д.е.н.
Чурілов М. М., д. соц.н.
Яцишина Л.К., к.т.н.

«Маркетинг в Україні»
визнано фаховим виданням
з економічних дисциплін ВАК України.

Інформаційно-правову
підтримку надає ІАС
“Парус-Консультант”
<http://consultant.parus.ua>
тел.: (044) 565-55-77



КОМУНІКАЦІЇ: РЕКЛАМА, PR

Н. В. Головкіна

Рекламна аудиторія: чому важливо розуміти
поведінку покупця? 4

О. В. Фарат, Д. А. Лалак

Підвищення конверсії відвідувачів: ефективність сайту
з точки зору пошукової оптимізації 11

Н. Ю. Кочкіна

Оцінка ефективності рекламної кампанії:
вдосконалення наявної методики 16

А. М. Захаренко-Селезньова

Рекламні посередники на регіональному ринку товарів
та послуг 19

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Г. С. Решетнікова, А. Б. Жидков

Визначення профілю цільового сегмента
за допомогою дерева рішень 24

С. В. Ковальчук

Роль маркетингових досліджень у впровадженні сучасних
банківських технологій та технологій продажів
на нетрадиційних ринках збуту 28

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В. А. Кравченко

Сучасні стандарти ризик-менеджменту: основа дієвої
системи управління маркетинговими ризиками компанії 36

Н. І. Норіцина
Маркетингове ціноутворення як чинник прибуткової діяльності підприємства 41

УПРАВЛІННЯ БРЕНДАМИ

В. П. Пилипчук, В. Ю. Логвінова
Мультибрендовий формат торгівлі на ринку спортивних товарів України 44

І. В. Новикова
Девять життів споживача 49

МАРКЕТИНГ У СВІТІ

Г. В. Личова
Міжнародний імідж України очима американських експертів 51

С. В. Міхолап
Регіональні особливості зовнішньоекономічної діяльності підприємств республіки Білорусь 55

ВИКЛАДАННЯ МАРКЕТИНГУ

REX: засідання практикум-клубу УАМ "Розшукуються маркетологи" 59

Я. В. Віктор
Євромаркетинг як навчальний предмет на факультеті менеджменту і маркетингу в Польщі 64

НАШЕ ІНТЕРВ'Ю

А. О. Старостіна
Сучасні технології підготовки маркетологів в Україні 68

МАРКЕТИНГ
в Україні

Адреса редакції:

03057, Київ, пр. Перемоги, 54/1
тел./факс: 38(044)4560894
тел.: 38(044)4596209
http://uam.in.ua
E-mail: magazine@kneu.kiev.ua
uma@kneu.kiev.ua

Літературний редактор

Гориславець К.С.

Верстка, дизайн

Загорний К.В.

IT-менеджер

Погребний А.О.

Маркетинг-менеджер

Лилик М.С.

Засновник:

Всеукраїнська громадська організація "Українська Асоціація Маркетингу"
Свідоцтво про державну реєстрацію –
КВ № 5533 від 19 жовтня 2001 р.

Видавець:

Київський національний економічний університет

Рекомендовано до друку
Вченою радою КНЕУ.

Протокол № 3 від 25 жовтня 2007 р.
засідання Вченої ради КНЕУ.

Підписано до друку 26 жовтня 2007 р.
Надруковано в ПП "Демос Сервіс",
м. Київ, пр. Перемоги, 67.
Замовлення № 224.

Наклад 5000 прим.

Формат 60X80/16. Умов.-друк. арк. 5.

Повний або частковий передрук чи
запозичення матеріалів, надрукованих
у цьому виданні, допускається лише
з письмового дозволу редакції.

Відповідальність за зміст рекламних
матеріалів несе рекламодавець.

© Українська Асоціація Маркетингу