

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВГО «УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ МАРКЕТИНГУ»
НАУКОВИЙ ПОРТАЛ «ЕКОНОМІКА: РЕАЛІЇ ЧАСУ»
УНІВЕРСИТЕТ ПРИКЛАДНИХ НАУК (ФРН)

***МАРКЕТИНГ
І ЦИФРОВІ
ТЕХНОЛОГІЇ***

Збірник матеріалів
І Міжнародної науково-
практичної конференції
29-30 травня 2014 р.

**Одеса
ТЕС
2014**

УДК 658.8
ББК 65.29
М 50

Редакційна колегія:

Голова редакційної колегії: Оборський Г.О., д.т.н., проф.
Члени редакційної колегії: Філіппова С.В., д.е.н., проф.
Окландер М.А., д.е.н., проф.
Секретар редакційної колегії: Чукурна О.П., к.е.н., доц.

**Редакційна колегія може не поділяти думку авторів.
Відповідальність за добір і викладення матеріалів несуть автори**

Маркетинг і цифрові технології: зб. матеріалів I Міжнар. наук.-практ. конф. 29-30 травня 2014 р./ Г.О.Оборський, С.В.Філіппова, М.А.Окландер; Одеськ. нац-ний політехнічний ун-т. - Одеса: ТЕС, 2014. — 230 с.
ISBN 978-617-7054-29-9

Матеріали, розміщені у збірнику, розкривають сутність модернізації маркетингу в умовах постіндустріальної економіки. Обґрунтовано, що основною тенденцією є поєднання маркетингової діяльності з використанням цифрових технологій. Сучасною формою маркетингу стає цифровий маркетинг і завданням підготовки маркетологів повинно стати оволодіння компетенціями в області цифрового маркетингу.

I Міжнародна науково-практична конференція «Маркетинг і цифрові технології» внесена до Плану проведення наукових конференцій та семінарів Міністерства освіти і науки України на 2014 рік (Лист МОН України №1/9-110 від 14.02.2014 р., п. 244).

Кафедра маркетингу Одеського національного політехнічного університету
Режим доступу:



ISBN 978-617-7054-29-9

© Одеський національний політехнічний університет, 2014