

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ РАДІОЕЛЕКТРОНІКИ

МАТЕРІАЛИ
XXIV МІЖНАРОДНОГО МОЛОДІЖНОГО ФОРУМУ

**«РАДІОЕЛЕКТРОНІКА ТА МОЛОДЬ
У XXI СТОЛІТТІ»**

7 – 9 квітня 2020 р.

**КОНФЕРЕНЦІЯ
«СУЧАСНІ МЕТОДИ ОБРОБКИ ЗОБРАЖЕНЬ»**

**КОНФЕРЕНЦІЯ
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
ЕКОНОМІЧНОЇ КІБЕРНЕТИКИ
ТА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ»**

**КОНФЕРЕНЦІЯ
«УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ
ТА КОНКУРЕНТНА РОЗВІДКА»**

Харків 2020

XXIV Міжнародний молодіжний форум «Радіoeлектроніка та молодь у XXI столітті». Збірник матеріалів форуму. Том 7/9/10 – Харків: ХНУРЕ. 2020. – 328 с. – pdf 6,1 Мб.

В збірник включені матеріали
XXIV Міжнародного молодіжного форуму
«Радіoeлектроніка та молодь у XXI столітті»

Видання підготовлено
факультетом інформаційно-аналітичних технологій та менеджменту
Харківського національного університету радіoeлектроніки

61166 Україна, Харків, просп. Науки, 14
тел./факс: (057) 7021397

E-mail: mref21@nure.ua

© Харківський національний університет
радіoeлектроніки (ХНУРЕ), 2020

Том 9

**КОНФЕРЕНЦІЯ
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
ЕКОНОМІЧНОЇ КІБЕРНЕТИКИ
ТА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ»**

Програмний комітет конференції

Полозова Т.В.	д.е.н., проф. кафедри ЕК ХНУРЕ
Костін Ю.Д.	д.е.н., проф. кафедри ЕК ХНУРЕ
Соколова Л.В.	д.е.н., проф. кафедри ЕК ХНУРЕ
Гришко С.В.	к.е.н., доц. кафедри ЕК ХНУРЕ
Кирій В.В.	к.е.н., доц. кафедри ЕК ХНУРЕ
Мурзабулатова О.В.	к.е.н., ст. викл. кафедри ЕК ХНУРЕ

ЕКОНОМІЧНА КІБЕРНЕТИКА

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Шемшура В. А.

Науковий керівник – д.е.н., проф. Соколова Л.В.

Харківський національний університет радіоелектроніки
(61166, Харків, просп. Науки, 14, каф. Економічної кібернетики та
управління економічною безпекою, тел. 38(057)7021490)

e-mail: vschemshura@gmail.com

Effective management of intangible assets, in particular, marketing assets, is a new source of growth in enterprise value. The use of information technology in marketing activities. Functional purpose of an integrated package of applied office programs in marketing activities. Increased marketing costs due to investments in IT. The need to assess investments in information technology in order to ensure business efficiency, product competitiveness, investment attractiveness of the enterprise.

Стрімкий розвиток інформаційного суспільства, прояв і широке поширення технологій мультимедіа, електронних інформаційних ресурсів, мережових технологій дозволяють використовувати інформаційні технології (ІТ) в будь-якій діяльності людини, в тому числі і в маркетингу.

Інформаційні технології – сукупність методів і програмно-технічних засобів, що об'єднані у технологічний ланцюжок; забезпечують збір, обробку, зберігання, розподіл та відображення інформації з метою зниження трудомісткості процесів використання інформаційних ресурсів, а також підвищення їх надійності та оперативності.

Основними властивостями інформаційних технологій є доцільність, наявність компонентів і структури, взаємодія з зовнішнім середовищем, цілісність, розвиток у часі. Метою інформаційних технологій є створення з інформаційного ресурсу якісного інформаційного продукту, що задовольняє вимоги користувачів [3].

Автоматизація маркетингової діяльності компаній, вибір конкретного програмного продукту або набору програмних засобів для вирішення маркетингових завдань залежать від характеру бізнесу, інфраструктури, сфери діяльності, масштабів підприємства.

В даний час цифрова реклама демонструє зростання у порівнянні з телевізійною рекламою, а ринки позитивно сприймають бренди, які роблять ставку на інновації та задоволення потреб клієнтів.

Маркетинг продовжує змінюватися і те, що працювало в 2019 році, може не спрацювати в 2020. Маркетологи все частіше звертаються до штучного

інтелекту і тим вигодам, які він зможе надати в області реклами. Найбільш популярними інформаційними технологіями у теперішній час є такі:

1. Чат-боти - це комп'ютерна програма, фактично віртуальний співрозмовник, який працює на основі встановлених правил і алгоритмів. Він вміє імітувати людську поведінку під час спілкування з потенційним клієнтом.

2. Великі бренди вже потужно експериментують з віртуальною (VR), доповненою (AR) і змішаною реальністю (MR). Як приклад, у компанії ІКЕА є додаток ІКЕА Place, в якому можна віртуально помістити предмет меблів з асортименту компанії в інтер'єр користувача.

3. Технологія Beacon - схожа на GPS. Користувач повинен встановити додаток бренду. Після чого можна буде стежити за його переміщенням: визначати найпопулярніші відділи магазину або годинник, коли клієнт знаходиться поруч із закладом.

4. Інтерактивний відеоконтент - відео маркетинг має тенденцію до зростання протягом багатьох років. Але, в 2019 році уже з'явилися про інтерактивні відео [1].

5. Квантовий маркетинг. Такі компанії, як Unilever і Kraft, які раніше поклалися на маркетингові soft skills, отримують прибуток від технологій, створюючи команди обробки і аналізу даних, які тісно співпрацюють з маркетологами [2].

Таким чином, щоб залишатися конкурентоспроможними в умовах прогресивного еволюційного ринку, підприємствам необхідно використовувати всі переваги новітніх технологій. Інформаційні технології в маркетинговій діяльності можуть допомогти зробити будь-якій фірмі якісну рекламну кампанію, здатну просунути її бренд і продукцію в громадське суспільство.

Список використаних джерел:

1. Назарова Ганна. 5 найкращих маркетингових тенденцій 2019 року. 2019. URL: <https://convertmonster.ru/blog/marketing-blog/5-luchshih-marketingovyh-tendencij-2019-god/>.

2. Крицька Марина. 18 трендів в маркетингу в 2018 році. Інтернет-журнал «Контур». 2017. URL : <https://kontur.ru/articles/5015>.

3. Рожков І.В. Стан ринку програмного забезпечення автоматизації маркетингової діяльності. *Керуючі науки*. 2012. № 1 (2). С. 98-105.

АЛФАВІТНИЙ ПОКАЖЧИК

A	
Al-Fakore Eskander Suliman	
Salty	220
Alqraini Ahmad Osama	162

G	
Gohi David Elie Mozer	257

M	
Achibet Majda	202
Mamana Kangu Tanya	206

N	
Nicola Jenifer John	
Elia	261

A	
Алмакаєва А.Е.	10
Алзубі Лайт	176
Андрєєва А.Ю.	26
Антіпов О.С.	84
Аросланкін О.О.	127
Артьомова А.І.	275

Б	
Бакал А.О..	132
Бірюков М.О,	146
Белінський Я.В.	103
Берестеннікова А.О.	277
Бобков М.І	99
Бугаєвський М.С.	54
Бузецька Е.І.	136
Білозуб В.І.	192
Білоконь В.О.	244
Богдан Д.И.	66

В	
Вепренцева Т.І.	279
Висоцький Д.О.	56
Вовченко П.А.	121

Г	
Гайко С.І.	281
Гладуш Д.Б.	113
Гогіна А.А.	240
Гой Д.К.	283
Головко А.С.	285
Голубятнікова М.С.	248
Гончарова Л.А.	246
Горгуль К.Р.	140
Гордієвська Е.А.	194
Гуляєв Н.Ю.	142

Д	
Давіденко А.І.	164
Демидов А.О.	271
Деменчук В.О.	138
Деркач О.С.	111
Душепа В.А.	88

Е	
Евсюкова Е.А.	95

І	
Ілляшенко Л.Н.	91,97

Ж	
Житник О.В.	123

З	
Задесенец	252
Зарівчацький Р.М.	30
Зінченко М.Е.	182

К	
Калайчев Г.В.	115
Каліба Т.Т.	287
Калінін К.М.	160
Каплій А.В.	28

Капленко Н.В.	99
Карпушин Д.М.	76
Кит М.О.	125
Кісліченко А.П.	178
Кітченко Д.С.	289
Кобозєв В.К.	109, 134
Ковтуненко П.Р.	22
Колмикова І.В.	238
Коломийцев І.Г.	93
Коморний Д.С.	60
Копиця О.О.	184
Кравець Р.А.	82
Кравченко А.Г.	222
Красільщикова В.Д.	269
Криванич Д.О.	196, 198, 204
Кругліков Д.О.	291
Кулініч А.В.	228
Куценко Ю.А.	174

Л

Лапченко В.О.	58
Легка Д.К.	293
Леонов М.С.	46
Литвинов А.В.	200
Литвин А.А.	267
Луцива Д.В.	68

М

Магомет А.В.	32
Малахов К.С.	295
Матвієнко Ю.В.	148
Мірошніченко Д.Д.	259
Монаков В.О.	298
Монастирський В.Р.	78
Моргун М.К.	300
Московченко Є.С.	64
Муравльова С.О.	117

Н

Наконечна І.І.	302
Новічонок М.С.	16
Норматова Т.В.	14

О

Огородник В.А.	216
Обєїд Лара Ходор	255
Обруснік Л.В.	304

П

Павлова М.О.	18
Пархоменко Н.О.	263
Переплюкова О.В.	242
Пилипенко П.В.	20
Піунова Є.Д.	150
Пілецька П.С.	152
Педан Р.В.	86
Петренко М.А.	168, 172
Подлипян І.В.	234
Пономаренко Т.С.	12
Пригодій А.І.	24
Приходнюк В.В.	281

Р

Рабеах Мохаммад	
Рідха Салман	180
Резник М.В.	72
Рибалко М.О.	48
Романцов Д.В.	144
Романюк О.І.	40

С

Савченко Д.Ю.	186
Самокіш А.В.	127
Санжаровський А.В.	8
Селевко О.В.	34
Семикіна А.А.	109, 134
Сергєєв Я.С.	50
Сівакова О.А.	232
Сіденко О.О.	188
Сіладі К.Б.	230
Сірик Т.О.	36
Сидоренко Д.І.	273
Смоковський Р.С.	101
Соколов О.Є.	218
Солянік М.М.	306
Соснін О.В.	308

Степаненко Ю.С.	107, 208
Стрижак О.Є.	310
Ступак О.М.	170
Стребков Г.С.	44
Сукшин О.Д.	312
Серкова Н.В.	250

Т

Танянський О.С.	42
Тарапата Д.Р.	38
Таскаєв В.О.	74
Татченко О.А.	236
Ткаченко Є.Л.	190
Ткаченко Д.А.	52
Ткаченко І.М.	103
Ткаченко В.О.	314
Товстолєс Д.Ю.	6
Тютюнник Ю.С.	105
Тягнєрядно Е.А.	88

У

Уткіна А.Д.	156
-------------	-----

Ф

Федорищева В.А.	316
Фоменко В.М.	224

Х

Холодный А.А.	318
---------------	-----

Ч

Чащина М.К.	226
Чемерис І.С.	320
Чепков Р.І.	310
Чугайов О.О.	70
Чумак А.Ю.	214

Ш

Шабратко Є.Ю.	119
Шаповалов О.В.	158, 166
Шець А.В.	322
Шевченко М.С.	80
Шелефонтюк В.Р.	210

Шемшура В.А.	212
--------------	-----

Щ

Щуров О.С.	295
------------	-----

Є

Єрьоменко В. М.	62
-----------------	----

ЗМІСТ

СУЧАСНІ МЕТОДИ ОБРОБКИ ЗОБРАЖЕНЬ	3
Математичні моделі і методи нормалізації та аналізу мультимедійних даних.....	5
Математичне і комп'ютерне моделювання складних систем.....	90
 АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ КІБЕРНЕТИКИ ТА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ.....	 129
Економічна кібернетика.....	131
Управління фінансово-економічною безпекою.....	254
 УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ ТА КОНКУРЕНТНА РОЗВІДКА	 265
 Алфавітний показчик.....	 324

«РАДІОЕЛЕКТРОНІКА ТА МОЛОДЬ У ХХІ СТОЛІТТІ»

Матеріали XXIV Міжнародного молодіжного форуму

Відповідальний за випуск В.О. Дорошенко

Комп'ютерна верстка О.В. Мурзабулатова

Матеріали збірника публікуються
в авторському варіанті без редагування

План 2020 (перше півріччя), поз. _____

Підп. до використання 02.04.2020 Формат pdf. Об'єм даних 6,1 Мб

Підп. до друку 02.04.20. Формат 60x84 _{1/16}. Спосіб друку – ризограф.

Умов.друк.арк. 19,3. Облік. вид.арк. 17,1. Тираж 175 прим.

Ціна договірна Зам № _____

ХНУРЕ. Україна. 61166, Харків, просп. Науки, 14, E-mail: info@nure.ua

Підготовлено в редакційно-видавничому відділі ХНУРЕ
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК №1409 від 26.06.2003

Віддруковано в редакційно-видавничому відділі ХНУРЕ
61166, Харків, просп. Науки, 14