

Комп'ютерний практикум «Цифрові сервіси маркетингу промислових підприємств»

Кафедра інформаційної економіки, підприємництва та фінансів

Лектор:

ГЛУЩЕВСЬКИЙ В'ячеслав Валентинович

Змістовий модуль 1.

Сутність цифрового маркетингу та загальні
засади формування інформаційних систем
маркетингу промислового підприємства

Лекція 1

Парадигма стійкого розвитку економічної
системи України в умовах цифрових
трансформацій

Стійкий Розвиток (СР) та Цифровізація

- Стійкий розвиток (СР) вимагає балансу між економічними, соціальними та екологічними цілями.
- Цифрова трансформація є критичним каталізатором СР, забезпечуючи інструменти для підвищення ресурсної ефективності та прозорості.
- Концепція цифрового маркетингу інтегрується у СР як засіб комунікації екологічних та соціальних досягнень підприємства.

Цифрові Технології як Основа Трансформації

1. Ключові технології (IoT, Big Data, AI) дозволяють промисловим підприємствам оптимізувати виробничі процеси.
2. Приклади: IoT-сенсори для контролю енергоспоживання, Big Data для прогнозування та мінімізації відходів.
3. Це забезпечує не лише економічну ефективність, а й екологічну безпеку.



Інформаційні Відносини та Глобальний Ринок

1. Цифровізація кардинально змінює інформаційні відносини у суспільстві, вимагаючи повної прозорості даних.
2. Формування стійкої конкурентної переваги на глобальному ринку неможливе без демонстрації відповідності міжнародним стандартам СР через цифрові канали.
3. Цифровий маркетинг дозволяє оперативно інформувати інвесторів та стейкхолдерів про корпоративну соціальну відповідальність (КСВ).

Висновки та Перспективи

Інтеграція ЦМ у стратегію СР є необхідною умовою для підвищення міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств.

Потрібне системне впровадження інформаційних систем маркетингу для безперервного моніторингу та оцінки впливу на навколишнє середовище.

Дякую за увагу!