

пакети і т. і.);

- провокаційний маркетинг (має на меті здивувати або шокувати, щоб запам'ятатися);

- соціальні технології;

- масова реклама (банери, відеоролики, презентації).

Просування бренду у мережі Інтернет має свої особливості. Основні методи інтернет-брендінгу є такими:

1. Пошукова оптимізація та SEO – це виведення веб-ресурсу бренду на перші позиції у пошукових сайтах.

2. Контекстна реклама – відображається відвідувачам веб-сторінки, інтереси яких співпадають з її тематикою.

3. Медійна реклама – це текстова, звукова та графічна інформація, покликана привертати увагу цільової аудиторії.

4. Маркетинг у соціальних мережах.

5. PR-статті.

6. Управління репутацією в Інтернеті.

Також нерідко використовується вірусний маркетинг, консалтинг та аналітика, дослідження ринкової ніші та аудиторії.

В умовах глобалізації недостатньо створити висококласний продукт чи якісну послугу – необхідно правильно донести продукт до цільової аудиторії. Задача бізнесу зводиться до підвищення рівня впізнаваності та побудови певної репутації. Від бренду нерідко залежить, наскільки позитивною буде реакція споживача на продукт. Він дозволяє підтримувати запланований об'єм продажу та реалізовувати довгострокову програму зі створення та закріплення у свідомості споживачів образу товару. Бренд допомагає виробнику підтримувати стабільність та захищати споживачів, підтримуючи певну якість.

Хільковець Євген (Запоріжжя, Україна)

ПОДОЛАННЯ КРИЗОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗОВАНОГО СВІТУ

Слід поділити ставлення до кризи, як до об'єктивного процесу, що призводить до оптимізації системи або до її знищення у разі неспроможності адаптуватися до нових умов та розвиватися, адже це ставлення ґрунтується на діалектичній єдності основних тенденцій в існуванні системи – сталого функціонування та розвитку, що поступово змінюють одна одну.

Основні ознаки кризи: криза є переломним моментом в зміні подій і дій, що розвивається; криза створює ситуацію, при якій величезне значення грає своєчасність і невідкладність вживання відповідних заходів; загрозі схильна мета і цінності суб'єкта; наслідки носять важкий характер для майбутнього

задіяних в ньому учасників; криза вносить невизначеність в оцінку ситуації і вимагає розробки необхідних альтернатив з їх подолання; знижується контроль над подіями і їх впливом на господарський процес; до мінімуму скорочується час для ухвалення рішення, що викликає стрес і, часто, розгубленість у керівників підприємства; змінюються внутрішні і зовнішні економічні відносини, підвищується соціальна напруга серед персоналу.

У свою чергу, протилежні сили дужчають протягом певного часу, взаємно активізуються. А потім, досягнувши максимуму, починають убувати, поступаючись місцем своїй протилежності. Криза виникає не спонтанно, а має власний механізм свого "розвитку", основні властивості якого полягають у наступному: існує не один, а декілька ланцюгів (шляхів), по яких відбувається проходження імпульсу-каталізатора кризи та поширення кризових явищ у межах підприємства як економічної системи; існуючі ланцюги (шляхи) розгортання кризи не ізольовані один від одного, між ними існують зв'язки, через які імпульси розповсюджуються та взаємно посилюються; запуск імпульсу-каталізатора кризи обумовлюється не тільки впливом зовнішніх факторів, але насамперед внутрішніми властивостями господарської системи, якістю організації управління нею; поглиблення кризи відбувається кумулятивно, тобто швидкість наростання прояву кризи посилюється в часі.

У якості вихідних чинників можуть виступати численні і різноманітні за характером і силою початкового імпульсу економічні явища, що ініціюються агентами як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Передача імпульсів здійснюється по своєрідних "каналах зв'язку", що існують між агентами внутрішнього і зовнішнього середовища.

Глибина кризового стану і тривалість періоду, протягом якого він настає, залежить від: співвідношення кількості і сили вихідних економічних явищ; числа і ступеня впливу агентів зовнішнього і внутрішнього середовища; інтенсивності процесу виникнення проміжних економічних явищ; співвідношення і сили проміжних явищ по кожному чиннику стану підприємства; значимості кожного чинника стану підприємства конкретно для даного підприємства і даної галузі національної економіки.

Сутність механізму виникнення кризового стану наводить на думку про те, що кожне наступне економічне явище в ланцюжку, утвореному певним каналом зв'язку, дає, як правило, сигнал більшої сили і тієї ж спрямованості, що і попереднє.

Проте така проста залежність навряд чи відбиває істотно більш складні і суперечливі процеси, що відбуваються в реальному житті. Тому, метою антикризового керування є розробка і першочергова реалізація заходів, спрямованих на нейтралізацію найбільш небезпечних чинників, які інтенсивно впливають на завершальне явище, що призводять до кризового стану.

Література:

1. Andriukaitiene Regina, Voronkova Valentyna, Kyvliuk Olga, Maksimenyuk Marina and Aita Sakun. Theoretical insights into expression of leadership competencies in the process of manageme / Problems and Perspectives in Management, Міжнародний науковий журнал. Том 15(1), 2017. - P. 220-226. [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.15\(1-1\)](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.15(1-1)).
2. Бак Мирослав. Філософія інформатизації освіти / Мирослав Бак; мін-во освіти і науки України; Нац. пед. ун-т імені М.П.Драгоманова.- Київ: Вид-во НПУ імені М.П.Драгоманова, 2015. – 503 с.
3. Кивлюк О. П. Моделювання інформаційних процесів в контексті інформатизації суспільства / О. П. Кивоюк // Гілея : науковий вісник : [зб. наук. пр.]. – К. : Вид – во УАН ТОВ «НВП» «ВІР», 2014. – Вип.80. – С.222 –226.
4. Кивлюк О. П. Глобалізація та інформатизація освіти в предметному полі філософії освіти / Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: [зб. наук. пр.]. – 2014. – Вип. 57. – С. 192–200.
5. Старовойт О.В. Концепція інноваційної особистості як соціокультурного феномену / О.В.Старовойт // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: [зб. наук. пр.] – Запоріжжя: Вид - во ЗДІА, 2017. – Вип. 69. – С.147-152.
6. Старовойт О.В. Інноваційний виклик розвитку людини в епоху глобалізації / О.В.Старовойт // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: [зб. наук. пр.] – Запоріжжя: Вид - во ЗДІА, 2015. – Вип. 62. – С.140-146.

Хлебнікова Альона (Запоріжжя, Україна)

**СОЦІАЛЬНА МЕРЕЖА ЯК ВИЯВЛЕННЯ БАГАТОМАНІТНИХ
КОМУНІКАТИВНИХ КОНФІГУРАЦІЙ ІНФОРМАЦІЙНОГО СОЦІУМУ**

Проблемна ситуація, на яку направлений соціально-філософський аналіз,- комунікативна мережа як особливий ресурс управління в умовах інформаційного суспільства, що може розгортатися в інформаційному просторі як необмежена послідовність процесів самоорганізації, в результаті чого система або втрачає стійкість, або переходить у відносно інший стан. Причинами, які викликають втрату стійкості, можуть бути зміни внутрішнього стану чи зовнішні чинники, а біфуркація, яка зумовлена новим елементом у системі чи впливом на управлінський параметр, запускає інформаційний ресурс, який приводить до подальшої самоорганізації системи.

По завершенню процесу самоорганізації завдяки інформаційному ресурсу система переходить у новий, відносно стійкий стан. Синтез ціннісного (аксіологічного) і компаративного (порівняльного) підходів дозволяє адекватно виявити висхідні параметри комунікативного ресурсу, у якому відбувається спілкування. Завдяки використанню компаративно-аксіологічного методу вирішення задач міжособистісного, мікро-і макрогрупового спілкування зумовлено у теперішній час ще й фактом зростання частоти, регулярності і швидкості комунікативних транзакцій у сучасному світі внаслідок розгортання інформаційної революції і пов'язаної з нею глобалізації. Сучасні процеси