

{gallery alignment=left-float margin=5 deftitle='Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. Частина 2' defdescription='Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. Частина 2' crop=0 width=200 height=284}bookimg3/210722_220_1879.jpg{/gallery}

Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. Частина 2 : монографія / за науковою редакцією Н. В. Карпенко. – Полтава : ПУЕТ, 2021. – 344 с. – [Кол. авт.: Н. С. Педченко, Н. В. Карпенко, О. І. Олексюк, О. К. Шафалюк, Л. О. Іванова, О. М. Вовчанська, М. М. Іваннікова, О. І. Кліпкова, В. І. Куцик, Н. І. Яловега, В. М. Трайно, О. А. Івасенко, А. М. Захаренко-Селезньова].

ISBN 978-966-184-419-2

У монографії представлені результати дослідження теоретичних положень та розробки практичних рекомендацій щодо поглиблення використання цифрового маркетингового інструментарію сучасними підприємствами відповідно до вимог та викликів сучасності з метою підсилення конкурентних позицій та пізнаваності бренду.

Монографія розрахована на вітчизняних науковців і фахівців у галузі маркетингу, викладачів, аспірантів і студентів економічних спеціальностей закладів вищої освіти.

