

<b>ЗМІСТ</b>		<i>CONTENT</i>	
<b>Оборський Г.О.</b> Привітальне слово ректора	4	<i>Oborskyy H.</i> <i>Welcome speech by the rector</i>	4
<b>Окландер М.А.</b> Вступне слово головного редактора	5	<i>Oklander M.</i> <i>Introductory speech by the editor-in-chief</i>	5
<b>Ілляшенко С.М.</b> Сайт наукового журналу як інструмент Інтернет-маркетингу знань науково- освітніх установ	6	<i>Illiashenko S.</i> <i>The website of a scientific journal as a tool of knowledge Internet marketing at scientific and educational institutions</i>	6
<b>Савицька Н.Л.</b> Маркетинг у соціальних мережах: стратегії та інструменти на ринку B2C	20	<i>Savytska N.</i> <i>Social media marketing: strategies and tools in the B2C market</i>	20
<b>Ковальчук С.В., Забурмеха Є.М.</b> Маркетингові цифрові технології у дослідженні споживачів органічної продукції	34	<i>Kovalchuk S., Zaburmekha Y.</i> <i>Marketing digital technologies for organic product consumers' research</i>	34
<b>Фролова Л.В., Наторіна А.О.</b> Ключові аспекти проектування цифрової бізнес-моделі	52	<i>Frolova L., Natorina A.</i> <i>Key aspects of the digital business model design</i>	52
<b>Янковий О.Г., Гура О.Л.</b> Моделювання та прогнозування життєвого циклу товару на основі S- подібних кривих	63	<i>Iankovyi O., Hura O.</i> <i>Modeling and prognosing the product life cycle on the basis of `S`- like curve</i>	63
<b>Сагайдак М.П., Лавренюв Н.К.</b> Використання маркетингових інструментів і цифрових технологій у просуванні металургійної продукції	83	<i>Sahaidak M., Lavrenov N.</i> <i>Usage of marketing tools and digital technologies in the promotion of steel products</i>	83
<b>Шафалюк О.К.</b> Методологічні проблеми і можливості розвитку Інтернет-маркетингу	107	<i>Shafalyuk O.</i> <i>Methodological problems and possibilities of Internet marketing development</i>	107