

bankovskoj lykvydnostiju v sovremenn kh uslovyjakh. – Vestnyk Altajskoj akademyy ekonomyky y prava. – 2010. – No 4. – P. 63–69. **5.** Rudan V. Strateghija upravlinnja likvidnistju komercijnykh bankiv. – Ukrajinsjka nauka: mynule, suchasne, majbutnje. – 2010. – No 14. – P. 149–165 **6.** Faljuta A. Udoskonalennja systemy upravlinnja likvidnistju bankiv v Ukraini. – Formuvannja rynkovoji ekonomiky v Ukraini. – 2009. – No 19. – P. 471–476. **7.** Khoma I. B. Problemy upravlinnja likvidnistju u sferi bankivskoj dijalnosti v umovakh kryzy. – Tezy dopovidej II Vseukrajinsjkoji naukovo-praktyčnoji konferenciji «Upravlinnja u sferakh finansiv, opodatkuvannja, strakhuvannja i kredytu», prysvjachenoji 165-ričchju Nacionaljnogho universytetu «Ljvivsjska politehnika», 18–21 lystopada 2009 r. – Ljviv: Vydavnyctvo NU LP. – 2009. – P. 144–147. **8.** Dzijamulych M.I., Chyzhyk O.M. Zabezpečennja likvidnosti komercijnykh bankiv v umovakh finansovoji kryzy. – Ekonomichnyj prostir. – 2009. – No23/2. [Elektronnyj resurs] – Rezhym dostupu: <http://www.nbu.gov.ua>

(received) 04.06.2014

338.48

• • , • • , „ « »;
• • , , « »

[1].

»

«

[1].

(Guerilla Marketing: Secrets for Making Big Profits from Your Small Business), (« »), («PR »), (« »), .

. 1.

1 –

1	2
() ,	; ; - ;

1

1	2
Buzz- WOM, « (») ()	- ; - life placement – « »
	- ; - ; - (, , ,) , ; - - ; - ;
	- , - ;
	- , - ; - ; - ; - ; - ; - ; - PR
-	- QR- ;
	- , , ; - ,

[2, 3]

Veronis Suhler Stevenson, 2011 .

6 % 885 .
 .. « » 22 % (5 . .),
 – 51 % (350 . .),
 – 71 %, 78 . . [4, . 15].

, , buzz- , PR.

., SpyLOG,
 «E-commerce 2004. - « »
 (, 20% - « ») .

Wetpaint Altimeter Group ,

, 2011 . 18%,
6% [5]. 2012 .

70%

« » , Facebook Twitter, 65% – « » ,

« » [6].

Buzz-

[7],

GMIPool,

2005 .,

– 55,

– 58,

– 60,

– 64%.

– 40%,

Industries),

(Freitag),

(Evans
(Procter & Gamble, Sony

Ericsson, Puma, Hewlett-Packard, Mercedes-Benz).

B2B,

B. Buttle,

PR,

[8].

[9, . 81–95].

« – » ,

« » , « » , -

– « », « »

« R», -

« », « R», «

- ».

· ,

(«Procter & Gamble»), buzz-PR («Puma», «Mercedes-Benz»).

;

·

· , BuzzSpotte

–

·

Tuborg, Samsung, Boeing, Sony, Nestle, Microsoft, Google, Danone, Nokia,

MBA

1. []. - : <http://www.vuzlib.org/articles/1205>. 2. - 432 . 3. . 57 . - : , 2009. - 306 . 4. . . . , 2011. 5. // MediaRevolution. - []: : <http://www.mediarevolution.ru/advertiser/markets/2355.html>. 6. Doihasz M. Postawy studentow wobec reklamy szokujcej // Marketing miedzynarodowy. Uwarunkowania i kierunki rozwoju. Monografia. Red. naukowa J. Wiktor, A. Zbikowska. - Warszawa: PWE. - 2010. - S. 444-451. 7. ? : // BigBuzz: buzz- . - []:

: http://www.rosen.bigbuzz.ru/materials_ir.php. 8. Buttle F.B. Relationship marketing theory and practice / Paul Chapman. London, 1996. 9. . . . « » -
» // . - 2002. - 6. - . 81-95.

Bibliography (transliterated): 1. Moroz L. A. Viřusniy marketing yak specifiĉhna tehnologi'ya marketingovih komuniĉkaci'y. – [Elektronniy resurs]. – Rejim dostupu: <http://www.vuzlib.org/articles/1205>. 2 <<http://www.vuzlib.org/articles/1205.%202>>. Ul'yanovskiy A.V. Marketingovy'e kommunikacii: 28 instrumentov Milleniuma. – Moskow.:E'KSMO, 2008. – 432 p. 3. Mann I.B. Bez byudjeta. 57 e'ffektivny'h priemov marketinga. – Moskow: Mann, Ivanov i Ferber, 2009. – 306 p. 4. Hristoforov A.V. Formirovanie i razvitie kompleksa marketingovy'h kommunikaciy na predpriyatiyah sfery' uslug: Avtoref. dis. kand. e'kon. nauk. Moskow, 2011. 5. SCH'o strimue" vkladu u socmedi'a // MediaRevolution. – [Elektronniy resurs]: Rejim dostupu: <http://www.mediarevolution.ru/advertiser/markets/2355.html>. 6 <<http://www.mediarevolution.ru/advertiser/markets/2355.html.%206>>. Doihazs M. Postawy studentow wobec reklamy szokujqcej. – Marketing miedzynarodowy. Uwarunkowania i kierunki rozwoju. Monografia. Red. naukowa J. Wiktor, A Zbikowska. – Warszawa: PWE. – 2010. – P. 444-451. 7. Potrebitel' v vostorge? By't' molve: interv'yu s E'. Rouzenom. – BigBuzz: blog o buzz-marketinge. – [Elektronniy resurs]: Rejim dostupu: <http://www.rosen.bigbuzz.ru/materials_ir.php>. 8. Buttle F.B. Relationship marketing theory and practice. – Paul Chapman. London, 1996. 9. Arlancev A.V., Popov E.V. Matrica «e'ffektivnost'-izderjki» prodvijeniya tovarov // Marketing v Rossii i za rubejom. – 2002. – No 6. – P. 81–95.

(received) 05.06.2014

658:628.4.032

. . . , , « »

. i i

: , , , .

. ,

–

36

[1].

() –

, ,

, ,

[2].