

Касяненко Ю.О., Україна, Харків

УПРАВЛІННЯ РЕКЛАМОЮ ПРИ ПРОСУВАННІ ТОВАРУ

У доповіді розглянута проблема просуванням нового товару на основі класичної моделі Басса з урахуванням рекламних витрат. Проаналізовані загальні підходи до управління рекламним бюджетом. Розроблена модель оптимізації рекламного бюджету залежно від стадії життєвого циклу товару. Розроблено оптимальний рекламний бюджет для товару впродовж всього життєвого циклу.

Касяненко Ю.А., Україна, Харків

УПРАВЛЕНИЕ РЕКЛАМОЙ ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ ТОВАРА

В докладе рассмотрена проблема продвижения нового товара на основе классической модели Басса с учетом рекламных затрат. Проанализированы общие подходы к управлению рекламным бюджетом. Разработана модель оптимизации рекламного бюджета в зависимости от стадии жизненного цикла товара. Разработан оптимальный рекламный бюджет для товара на протяжении всего жизненного цикла.

Kasyanenko Y.A., Ukraine, Kharkov

MANAGEMENT OF THE ADVERTISING OF ADVANCEMENT OF COMMODITY

In report is considered a problem on the basis of the management of advancement of new commodity the classic model of Bass taking into account advertising expenses. General approaches are analyzed to the management of the advertising budget. The model of optimization of advertising budget is developed depending on the stage of life cycle of commodity. The optimum advertising budget is developed for the commodity during all life cycle.