

ЭКОНОМИКА
(специальность 08.00.05)

Третьякова Т.С. Технология buzz-маркетинга в системе малобюджетных технологий маркетинговых коммуникаций

Рассматривается проблема осуществления маркетинговой коммуникационной деятельности посредством использования технологии buzz-маркетинга. Обосновано категориальное выделение buzz-маркетинга в качестве технологии комплекса малобюджетных маркетинговых коммуникаций. Раскрыта сущность слуха, как разновидности неформальных коммуникаций, определены основные отличительные особенности данной технологии. Особое внимание уделено разработке алгоритма технологии распространения слуха и выделению ключевых факторов успешного использования технологии buzz-маркетинга как составляющей малобюджетных маркетинговых коммуникаций. Результативность применения рассматриваемой технологии проиллюстрирована на примере компании «Офисный мир КМ» (г. Ростов-на-Дону).

Ключевые слова: малобюджетные маркетинговые коммуникации, вирусный маркетинг, buzz-маркетинг, маркетинг слухов, лидеры мнений.

***Южный федеральный
университет***

3 марта 2012 г.
