

Давидчук Н.Н. SMM-продвижение. Исследование потребительских предпочтений социальных сетей / Н.Н. Давидчук // Экономика и современное общество: актуальные вопросы теории и практики: монография / Под ред. Г.Ю. Гуляева. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение», 2021. - С. 166-181.

**Аннотация:** данная работа посвящена некоторым теоретическим аспектам маркетинга в социальных медиа. На основе анализа анкетных данных в пакете Statistica произведено исследование потребительских предпочтений социальных сетей на территории Донецкой Народной Республики. Проведенные исследования позволили сделать вывод, что предприятиям следует брать на вооружение стратегии с использованием конкретных, заранее изученных программных сервисов маркетинга социальных медиа, поскольку существуют зависимости между отдельными категориями признаков таких как «Возраст» и «Социальные сети», «Социальное положение» и «Социальные сети».