Статті з періодичних видань за 2015 рік на допомогу студентам економічних спеціальностей



**Бюлетень включає** статті з періодичних видань, які стосуються теоретичних та практичних питань з маркетингу, інтернет-маркетингу, а також – маркетингових досліджень, реклами, бренду та логістики.

Матеріал з періодичних видань за 2015 р. розміщений в алфавітному порядку. Бібліографічний опис документів подано згідно ДСТУ 7.1-2006 «Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання».

Бюлетень рекомендований студентам економічних спеціальностей, які вивчають даний предмет, а також аспірантам та викладачам.

**2015 р.**

1. Алтухова Н. Ю. Политический маркетинг: концепция и технология [Текст] / Н. Ю. Алтухова // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 5-6 (224-225). – С. 26 – 31.
2. Андрейченко Э. Есть ли место маркетингу в отечественной политике [Текст] / Э. Андрейченко // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 5-6 (224-225). – С. 18 – 21.
3. Балашова, Е. HR-брендинг: пустые траты или долгосрочные инвестиции [Текст] / Е. Балашова // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 9-10 (228-229). – С. 38 – 40.
4. Безпалая, С. HR сегодня не управляет работой сотрудников компании, а управляет восприятием компании как бренда [Текст] / С. Безпалая // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 9-10 (228-229). – С. 28 – 29.
5. Бейкон Дж. Политический маркетинг пока не эффективен в привлечении молодых британцев [Текст] / Дж. Бейкон // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 5-6 (224-225). – С. 32 – 37.
6. Белоткач И. Маркетинг в агробизнесе: уже настоятельная необходимость [Текст] / И. Белоткач // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 7-8 (226-227). – С. 8 – 10.
7. Береза, Н. В период кризисна ценность HR-бренда особенно высока [Текст] / Н. Береза // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 9-10 (228-229). – С. 18 – 19.
8. Бернович П. Аудит товара на примере, или как избежать недопродаж [Текст] / П. Бернович // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 5-6 (224-225). – С. 38 – 42.
9. Білявська Ю. Матричний підхід до визначення життєвого циклу бренду [Текст] / Ю. Білявська // Вісник КНТЕУ. – 2015. – № 4. – С. 68 – 80.
10. Бойко М. Стратегічний маркетинг: базові принципи та пріоритети розвитку [Текст] / М. Бойко, О. Зубко // Вісник КНТЕУ. – 2015. – № 1. – С. 46 – 56.
11. Буднікевич, І. М. Маркетингове планування на підприємстві в умовах економічної кризи [Текст] / І. М. Буднікевич // Формування ринкових відносин в Україні. – 2015. – № 9. – С. 88 – 90.
12. Бухалова Н. Быть украинцем сегодня: мода, вынужденность или новая ценность? [Текст] / Н. Бухалова // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 4. – С. 4 – 11.
13. Величко Е. Кооперативный маркетинг в помощь аграриям [Текст] / Е. Величко // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 7-8 (226-227). – С. 14 – 15.
14. Вознюк, А. Малые бюджеты на маркетинг оправданы только уникальными предложениями [Текст] / А. Вознюк // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 11-12 (230-231). – С. 26 – 27.
15. Гаврилов, А. Маркетинговые исследования в условиях малого бюджета [Текст] / А. Гаврилов // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 11-12 (230-231). – С. 66 – 68.
16. Гермашев, С. В условиях кризиса клиенты все чаще используют малобюджетные инструменты [Текст] / С. Гермашев // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 11-12 (230-231). – С. 22 – 25.
17. Горонович С. Клиент всегда прав! Не суетитесь под клиентом [Текст] / С. Горонович // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 7-8 (226-227). – С. 25 – 27.
18. Емеленко, Е. Бесплатные инструменты для укрепления HR-бренда [Текст] / Е. Емеленко // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 9-10 (228-229). – С. 48 – 51.
19. Жебровська О. О. Тенденції розвитку інтегрованих маркетингових комунікацій в період трансформації світового економічного середовища [Текст] / О. О. Жебровська // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2014. – № 4 (75). – С. 92 – 98.
20. Залесов А. Как усилить долгосрочный эффект от промо-компаний [Текст] / А. Залесов // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 7-8 (226-227). – С. 56 – 62.
21. Звягінцева О. Протидіючий маркетинг [Текст] / О. Звягінцева, М. Каташинська // Вісник КНТЕУ. – 2015. – № 1. – С. 64 – 78.
22. Зинкевич А. Удержание клиентов: семь причин, чтобы остаться с вами [Текст] / А. Зинкевич // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 7-8 (226-227). – С. 28 – 32.
23. Зозульов О. В. Ринкові форми торговельної марки, їх соціально-психологічна природа та сутність активів [Текст] / О. В. Зозульов // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 7-8 (226-227). – С. 52 – 55.
24. Зубрицкий, А. Малобюджетные проекты имеют заведомо больше шансов [Текст] / А. Зубрицкий // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 11-12 (230-231). – С. 20 – 21.
25. Зюзиков А. Как выстроить воронку продаж с помощью Facebook [Текст] / А. Зюзиков // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 4. – С. 42 – 45.
26. Исследование основных факторов эффективности рекламы [Текст] // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 3 (70). – С. 42 – 53.
27. Іртлач М. О. Тенденції розвитку національного ринку телевізійних послуг [Текст] / М. О. Іртлач // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 7-8 (226-227). – С. 64 – 71.
28. Іртлач, М. О. Проблеми формування стратегії розвитку портфелів брендів підприємства [Текст] / М. О. Іртлач // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 11-12 (230-231). – С. 46 – 52.
29. Как изменилось поведение украинского интернет-пользователя в 2015 году [Текст] // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 4 (71). – С. 60 – 61.
30. Как маркетологу использовать Twitter [Текст] // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 7-8 (226-227). – С. 46 – 50.
31. Карапетян А. Социальные сети vs туристические компаний. Как выжить в эпоху цифровых технологий [Текст] / А. Карапетян // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 7-8 (226-227). – С. 40 – 43.
32. Карась Е. Таргетинг – один из видов стратегической рекламы [Текст] / Е. Карась // Журнал европейской экономики. – 2014. – Том 13 (№ 3). – С. 347 – 356.
33. Карбовська Л. О. Маркетинг як важливий інструмент регулювання ринку освітніх послуг [Текст] / Л. О. Карбовська // Формування ринкових відносин в Україні. – 2015. – № 4 – С. 141 – 145.
34. Кислов Д. Государственный маркетинг территории [Текст] / Д. Кислов // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 5-6 (224-225). – С. 22 – 24.
35. Ковальчук, С. Розвиток клієнтоорієнтованості засобами краудсорсингу [Текст] / С. Ковальчук // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 5. – С. 34 – 48.
36. Колядюк Р. Loft: Тест-формула утраченных возможностей бизнеса доктора Романа Колядюка [Текст] / Р. Колядюк // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 5-6 (224-225). – С. 48 – 51.
37. Колядюк Р. Антикризисные истории: война, маркетинг и успех [Текст] / Р. Колядюк // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 2 (221). – С. 18 – 23.
38. Компания «Следопыт». Основные принципы в выборе ценностей для построения корпоративного бренда [Текст] // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 1 (220). – С. 55 – 58.
39. Конончук, Е. Когда продукт важнее бренда: исследование потребительских предпочтений [Текст] / Е. Конончук, А. Грицай // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 6 (73). – С. 20 – 24.
40. Коротєєва, А. В Дослідження ринку нанопорошків: прогноз обсягу, структура ринку, ціновий аналіз [Текст] / А. В. Коротєєва, Н. Ф. Кущевська, В. В. Малишева // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 5. – С. 29 – 33.
41. Кропивка, Ю. Г. Етимологія категорії «маркетинг персоналу» [Текст] / Ю. Г. Кропивка // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 9-10 (228-229). – С. 20 – 24.
42. Кучина А. В агромаркетинге главное – построение персонализированных отношений [Текст] / А. Кучина // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 7-8 (226-227). – С. 12 – 13.
43. Лилик М. Огляд закордонних досліджень впливу зовнішньої реклами на безпеку дорожнього руху [Текст] / М. Лилик // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 4. – С. 14 – 23.
44. Мазаракі, А. А. Інтернет-маркетингові комунікації в програмах е-лояльності споживачів [Текст] / А. А. Мазаракі, Т. В. Дубовик // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 12. – С. 423 – 429.
45. Макаренко, М. Аутсорсинг HR-функций, или Взаимовыгодное сотрудничество [Текст] / М. Макаренко // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 9-10 (228-229). – С. 65 – 69.
46. Максименко О. Через прозорі відносини до якості послуг: формування єдиних критеріїв оцінки управляючих компаній [Текст] / О. Максименко // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 4. – С. 31 – 37.
47. Малобюджетные маркетинговые акции: правила проведения и примеры [Текст] // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 11-12 (230-231). – С. 62 – 65.
48. Малони Дж. Четыре стратегии новой эпохи, которые должен освоить современный бренд [Текст] / Дж. Малони // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 7-8 (226-227). – С. 44 – 45.
49. Малык, И. Большой босс следит за тобой, или Нужен ли контроль рабочего времени сотрудников [Текст] / И. Малык // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 9-10 (228-229). – С. 44 – 46.
50. Маркетинг в соцсетях: прогнозы на 2015 год от Simply Measured [Текст] // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 1 (220). – С. 32 – 35.
51. Матвиив Н. Формирование концепции гостеприимства в инновационном маркетинге услуг ресторанных предприятий [Текст] / Н. Матвиив // Журнал европейской экономики. – 2014. – Том 13 (№ 3). – С. 326 – 346.
52. Моисеенко, Т. «Любимым» для персонала бренд становится благодаря внутрикорпоративной культуре [Текст] / Т. Моисеенко // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 9-10 (228-229). – С. 26 – 27.
53. Ніценко, В. С. Методичні підходи до формування раціональної збутової політики аграрних підприємств [Текст] / В. С. Ніценко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2015. – № 8. – С. 100 – 103.
54. Обзор рынка бытовой техники и электроники в Украине. Результаты «GFK TEMAX® Украины» за третий квартал 2015 г. [Текст] // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 6 (73). – С. 51 – 53.
55. Оклайдер, М. Централізація і концентрація – ключовий напрям удосконалення маркетингової освіти в Україні [Текст] / М. Оклайдер // Економіст. – 2015. – № 12. – С. 5 – 8.
56. Окландер М. Ретроспективний аналіз походження теорії маркетингової інформації [Текст] / М. Окландер, І. Педько // Економіст. – 2015. – № 4 – С. 13 – 18.
57. Окландер, М. Напрями модернізації маркетингової освіти в Україні [Текст] / М. Окландер // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 5. – С. 59 – 65.
58. Основные маркетингове тенденции 2015 года: какими их видять эксперты [Текст] // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 1 (220). – С. 18 – 19.
59. Основные тенденции современного маркетинга в социальных сетях [Текст] // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 5-6 (224-225). – С. 64 – 65.
60. Падение экономики и низкие зарплаты – главные причины трудовой эмиграции [Текст] // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 6 (73). – С. 34 – 35.
61. Панченко, А. Девять шагов к повышению доверия клиентов к ресурсу [Текст] / А. Панченко // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 11-12 (230-231). – С. 34 – 37.
62. Панченко, А. ТОП-15 психологических феноменов на вооружении у маркетологов [Текст] / А. Панченко // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 9-10 (228-229). – С. 52 – 54.
63. Партизанский маркетинг: 20 простых примеров из жизни [Текст] // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 11-12 (230-231). – С. 58 – 60.
64. Паттерны – один из главных трендов в веб-дизайне в 2015 году [Текст] // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 11-12 (230-231). – С. 42 – 45.
65. Портрет украинского интернет-покупателя [Текст] // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 2 (69). – С. 50 – 55.
66. Пустотин В. Омоложение украинских брендов: как правильней? [Текст] / В. Пустотин // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 4. – С. 24 – 30.
67. Пустотин, В. Да кому он нужен – этот твой ребрендинг? [Текст] / В. Пустотин // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 5. – С. 4 – 7.
68. Пять заблуждений об HR-брендинге [Текст] // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 9-10 (228-229). – С. 55 – 57.
69. Рейтинг популярности сайтов [Текст] // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 5 (72). – С. 52 – 54.
70. Рейтинги… Рейтинги… Рейтинги. Украина в зеркале рейтингов [Текст] // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 3 (70). – С. 62 – 65.
71. Рейтинги… Рейтинги… Рейтинги… Украина в зеркале рейтингов [Текст] // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 5 (72). – С. 58 – 64.
72. Рейтинги…Рейтинги…Рейтинги… Украина в зеркале мировых рейтингов [Текст] // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 1 (68). – С. 64 – 71.
73. Рейтинги…Рейтинги…Рейтинги…Города в зеркале рейтингов [Текст] // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 6 (73). – С. 64 – 68.
74. Решетілова Т. Ґендерні особливості сприйняття зовнішньої реклами [Текст] / Т. Решетілова, С. Довгань, К. Пілова // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 4. – С. 59 – 70.
75. Ромат Є. В. Бренди телеканалів у системі телевізійних брендів [Текст] / Є. В. Ромат, М. О. Іртлач // Статистика України. – 2015. – № 2 (69). – С. 52 – 55.
76. Ромат, Е. Государственная реклама в системе государственного маркетинга [Текст] / Е. Ромат // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 11-12 (230-231). – С. 28 – 33.
77. Самуэль, Дж. Исследования отношения потребителей и лояльности бренду [Текст] / Дж. Самуэль // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 6 (73). – С. 25 – 29.
78. Семенишин, В. Есть такая профессия: HR-маркетолог [Текст] / В. Семенишин // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 9-10 (228-229). – С. 62 – 64.
79. Скрибка, Т. Виды HR-стратегий, или Модели управления персоналом [Текст] / Т. Скрибка // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 9-10 (228-229). – С. 70 – 73.
80. Смирнов І. Г. Логістика виставкової діяльності: світовий та український досвід [Текст] / І. Г. Смирнов // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2014. – № 4 (75). – С. 62 – 71.
81. Смолокуров, А. Кадровый маркетинг, или Где водяться хорошие менеджеры [Текст] / А. Смолокуров // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 9-10 (228-229). – С. 30 – 33.
82. Тарасенко О. Процес вибору атрибутів позиціювання товару [Текст] / О. Тарасенко, О. Черненко // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 3 – С. 34 – 43.
83. Тарнавська, Н. Маркетингові інновації як пріоритетне джерело конкурентних переваг підприємств [Текст] / Н. Тарнавська, О. Голоднюк // Вісник ТНЕУ. – 2015. – № 3. – С. 79 – 92.
84. Тенденции в видеомаркетинге 2015 года [Текст] // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 3-4 (222-223). – С. 50 – 52.
85. Труш, Ю. Л. Комплекс заходів для удосконалення системи управління якістю продукції [Текст] / Ю. Л. Труш, Ю. Г. Левченко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2015. – № 9. – С. 106 – 109.
86. Хернандез-Брун А. Исследования рекламного креатива: не бойтесь быть непохожими на других [Текст] / А. Хернандез-Брун // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 2 (69). – С. 42 – 47.
87. Череп О. Г. Методи дослідження ефективності маркетингових досліджень [Текст] / О. Г. Череп, В. В. Мєрєнкова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2015. – № 4 – С. 96 – 98.
88. Чернова, А. Для эффективной работы HR-маркетинга нужно сначала отладить внутренние HR-процессы [Текст] / А. Чернова // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 9-10 (228-229). – С. 16 – 17.
89. Шаповалова Л. Маркетинговое исследование в некоммерческой организации [Текст] / Л. Шаповалова // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 3 (70). – С. 26 – 35.
90. Шинкарук А. Эффективный маркетинг для малого бизнеса [Текст] / А. Шинкарук // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 3-4 (222-223). – С. 66 – 69.
91. Шишов В. Рассылай и властвуй. Как сделать письма в вашей рассылке максимально эффективными и продающими [Текст] / В. Шишов // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 4. – С. 50 – 54.
92. Шишов, В. Коротко, быстро, прибыльно. SMS-рассылки – эффективный и выгодный бизнес-инструмент [Текст] / В. Шишов // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 5. – С. 12 – 15.
93. Щирин Е. Секреты и «фишки» email-маркетинга. Эффективные стратегии, доказавшие свою эффективность [Текст] / Е. Щирин // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 4. – С. 46 – 49.
94. Юрчак А. Модель продаж – этапы роста от 1.0 к 2.0 [Текст] / А. Юрчак // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 5-6 (224-225). – С. 44 – 47.
95. Юрчак А. Хотите повысить эффективность продаж? Начните считать затраты и доходы [Текст] / А. Юрчак // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 3-4 (222-223). – С. 58 – 60.
96. Юрчак, А. Нужно ли и как сделать маркетинг центром дохода организации? [Текст] / А. Юрчак // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 11-12 (230-231). – С. 38 – 41.

