

Видання Української Асоціації Маркетингу
Журнал заснований у травні 1998 р.
Виходить 1 раз на 2 місяці

МАРКЕТИНГ в Україні

РИНОК МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ 2010

У січні-лютому 2010 р. УАМ восьмий раз поспіль здійснила експертну оцінку розвитку ринку маркетингових досліджень в Україні у 2010 р. (виконаних маркетинговими дослідницькими агенціями на замовлення, без власних досліджень, що проводяться маркетинговими відділами чи службами підприємств-товаровиробників та операторів ринків), а також перспектив розвитку сектору на 2011 р



.стор.

ВИЩА ОСВІТА УКРАЇНИ: ІЛЮЗІЯ РЕФОРМ

Найслабшими сторонами вітчизняної системи забезпечення якості освіти є її індивідуальність до інтересів споживачів освітніх послуг, тотальне одержавлення, формалізм і конфлікт інтересів



.стор.

ПОЗИЦІОНУВАННЯ БРЕНДУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

Соціальні мережі - модний тренд останніх років. Кожна компанія, кожен бізнес, знайомий з Інтернетом, рано чи пізно доходить висновку, що потрібно відкривати своє представництво у соціальних мережах. Існує усталена думка, не позбавлена істини, що соціальне просування відмінно підходить для B2C бізнесу і не підходить для B2B



.стор.

МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ НА «ФУТБОЛЬНОМУ ПОЛІ»

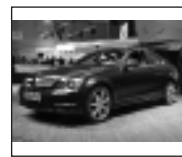
У широкому розумінні поняття "фан-маркетинг" - це так званий процес відповідної роботи маркетингологів з аудиторією глядачів, спрямований на забезпечення стабільного попиту на продукцію професійного спортивного клубу, у тому числі з їх безпосередньою допомогою та за активної участі у вказаній роботі



.стор.

ОГЛЯД «ТОПОВИХ» АВТОМОБІЛІВ Й АВТОСАЛОНІВ КЛАСУ D

У сегменті автомобілів від 24 до 36 тис. дол. класу D мій вибір зупинився на чудовій, улюбленій мною і такій, що завоювала загальну повагу Honda Accord 7-го покоління. За відгуками знайомих і на інтернет-форумах, я виявила пристойну кількість порівнянь Accord 7-го покоління із 8-м. Причому ці відгуки виявились не на користь останньої. Вирішивши розібратися в цьому докладніше, я встановила прямих конкурентів Honda



.стор.

УКРАЇНА: ПЕРШИЙ ПРИКЛАД СЕРТИФІКАЦІЇ НА ВІДПОВІДНІСТЬ ВИМОГАМ ISO 20252

Міжнародний Стандарт ISO 20252:2006 "Market, opinion and social research – Vocabulary and service requirements" («Ринок, опитування громадської думки та соціологічні дослідження») розроблений за ініціативою Європейської федерації асоціацій організацій маркетингових досліджень (EFAMRO) і Всесвітньої асоціації дослідження громадської думки (WAPOR), у взаємодії із Всесвітньою асоціацією професіоналів-дослідників (ESOMAR). На сьогоднішній день міжнародний стандарт ISO 20252:2006 прийнятий національним галузевим стандартом в Австралії, Великобританії, Іспанії, Нідерландах, Франції і Швеції; також існують національні версії цього стандарту в Італії та Мексиці. З червня 2010 року цей стандарт визнано національним і в Україні



.стор.

Київ, 2011

МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ

МАРКЕТИНГ в Україні

№ 2 (66), березень - квітень, 2011 рік
Передплатний індекс - 22942
ISSN 1606-3732

Редакційна колегія:

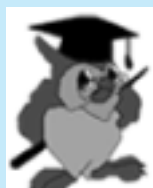
Павленко А. Ф., д.е.н., академік -
головний редактор

Лилик І. В., к.е.н., доцент -
заст. головного редактора

Бакушевич І. В., к.е.н.
Будзан Б. П., к.т.н.
Заруба В. Я., д.е.н.
Каніщенко О. Л., д.е.н.
Кравченко В. А., к.е.н.
Куденко Н.В., д.е.н.
Крикавський Є. В., д.е.н.
Крикунов М. В., к.т.н.
Мороз Л. А., к.е.н.
Онищенко В. П., д.е.н.
Окландер М.А., д.е.н.
Паніотто В. І., д. філос.н.
Примак Т. О., д.е.н.
Решетнікова І. Л., д.е.н.
Решетілова Т. Б., д.е.н.
Романенко Л. Ф., д.е.н.
Старостіна А. О., д.е.н.
Циганкова Т. М., д.е.н.
Чурилов М. М., д. соц.н.
Яцишина Л.К., к.т.н.

«Маркетинг в Україні»
визнано фаховим виданням
з економічних дисциплін ВАК України.

Інформаційно-правову
підтримку надає ІАС
“Парус-Консультант”
<http://consultant.parus.ua>
тел.: (044) 565-55-77



НОВИНИ УКРАЇНСЬКОГО МАРКЕТИНГУ

**Засідання професійного клубу дослідників
ринку і споживачів MRP CLUB при
Українській асоціації маркетингу** 4

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

І.В. Лилик
Ринок маркетингових досліджень в Україні 2010:
експертна оцінка та аналіз УАМ 7

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

О.В. Окунєва
Сегментація працівників як внутрішніх клієнтів підприємства
(макропідхід на прикладі галузі виробництва
та обслуговування) 14

М.В. Устименко
Формування міжнародних каналів розподілу на
фармацевтичному ринку центральної і східної Європи 22

КОМУНІКАЦІЇ: РЕКЛАМА, PUBLIC RELATIONS

InTrends.
Топ-10 медіа-трендів молодіжного маркетингу
Ера «Багато багатьом» – нова комунікаційна модель
і 10 молодіжних трендів нового періоду 26

Т.Дупляк
Оцінка ефективності управління підприємствами
виставкової діяльності. 29

УПРАВЛІННЯ БРЕНДАМИ

В. Пустотін
Кількісні показники сили бренду 35

ЕКОНОМІКА ЗНАНЬ

О. Заплотинська
Вища освіта України: ілюзія реформ 37

Л.В. Дробиш
Проблеми професійної адаптації молодих фахівців на
ринку праці регіону 41

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

А. Чумаченко
Важливість правильного позиціонування бренду в
соціальних медіа 46

Н.В. Язвінська, Я.О. Касперович
Маркетингова веб-стратегія підприємства – данина моді
чи вимога сучасності? 51

СПОРТИВНИЙ МАРКЕТИНГ

С. Островерх
Фан-маркетинг у системі спортивного маркетингу 55

АВТОМАРКЕТИНГ

А. М. Сафоненко
Сервіс з національним присмаком, або як руйнується актив
автобрендів 60

Ю. Овсяннікова
Огляд «топових» автомобілів і автосалонів класу D 64

ДІЯЛЬНІСТЬ УАМ

“Стратегічний маркетинг для навчальних закладів”
Філіпа Котлера і Карен Фокс – в Україні 68

МАРКЕТИНГ

в Україні

Адреса редакції:

03057, Київ, пр. Перемоги, 54/1

тел./факс: 38(044)4560894

<http://www.uam.in.ua>E-mail: magazine@kneu.kiev.uauma@kneu.kiev.ua**Літературний редактор**

Македон В.Є.

Верстка, дизайн

Гарашук Г.Є.

Маркетинг-менеджер

Лилик М.С.

Засновник:

Всеукраїнська громадська організація
“Українська Асоціація Маркетингу”
Свідоцтво про державну реєстрацію –
КВ № 5533 від 19 жовтня 2001 р.

Видавець:

Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана

Рекомендовано до друку

Вченою радою КНЕУ.

Протокол № 10 від 31 травня 2011 р.
засідання Вченої ради КНЕУ.

Підписано до друку 1 червня 2011 р.
Надруковано в ПП “Сьома грань”,
м. Київ, пр. Перемоги, 67.

Замовлення № 712.

Наклад 5000 прим.

Формат 60X80/16. Умов.-друк. арк. 5.

Повний або частковий передрук чи
запозичення матеріалів, надрукованих у
цьому виданні, допускається лише з
письмового дозволу редакції.

Відповідальність за зміст рекламних
матеріалів несе рекламодавець.

Українська Асоціація Маркетингу®