

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

МАРКЕТИНГ в Україні

САМОРЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Питання саморегулювання ринку маркетингових досліджень залишаються у центрі уваги фахових організацій. Сьогодні найбільш активно у цьому напрямі у світі діють дві організації: ESOMAR та EFAMRO, в Україні - УАМ, ВРК, УАДМ. Останні декілька років ESOMAR розпочала ревізію своїх Директив та Керівництв. Деякі документи були переглянуті дуже ґрунтовно



...стор.4

ISO І МАРКЕТИНГ

Маркетинг як орієнтація на споживача і якість як основна характеристика продукції завжди були взаємопов'язані: неможливо уявити споживача, який не цікавився б якістю продукції. В цьому розумінні «Маркетингові дослідження» не є виключенням



...стор.13

ПРАВИЛА МАРКЕТИНГОВОГО РУХУ

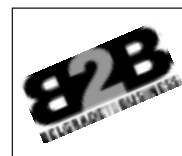
Прочитавши ці правила, перевірте себе на наступний день, скільки з них ви запам'ятали. Чим більше будете запам'ятовувати, тим частіше будете їх застосовувати, й тим ефективніше вони будуть працювати на Вас. Хай вони стануть частиною Вашого життя



...стор.29

ЯК ПОДВОЇТИ ЕФЕКТИВНІСТЬ ДИРЕКТ-МАРКЕТИНГУ, НЕ ВИТРАТИВШИ АНІ

Проблема полягає у тому, що сучасному маркетологу з кожним днем усе складніше та складніше пам'ятати про базовий маркетинговий інструментарій. Навколо стільки спокус у вигляді digital-новинок, різноманітних соціальних мереж, блогів та інших новацій. Маркетологи забули, як відрізнити той маркетинг, що працює, від того, який НЕ працює? Давайте згадаємо



...стор. 35

БРЕНДИ, ПРО ЯКІ ВИ НЕ ЗНАЛИ

Зглядаючи у Європу, не варто кидатися на «Найкі» й «Кевени Кляйни», вважаючи, що це буде дешевше і вище якістю. Це не так. Місцеві бренди тримають ринок міцніше, а їх історія та маркетингова політика значно цікавіші



...стор.45

ПРОГРАМА САМОРЕГУЛЮВАННЯ ЩОДО ДИТЯЧОЇ РЕКЛАМИ

Програма саморегулювання CARU встановлює високі стандарти у цій індустрії з метою гарантувати, що реклама, спрямована на дітей, не є оманлива, нечесна або ж така, що не відповідає визначеній цільовій аудиторії. Розроблені стандарти враховують особливі вразливі риси дітей, наприклад, їх недосвідченість, незрілість, піддатливість до введення в оману або потрапляння під занадто сильний вплив, а також нестачу у них пізнавальних навичок, необхідних для оцінки достовірності реклами



...стор. 57

Київ, 2011

МАРКЕТИНГ в Україні

№ 3 (67), травень - червень, 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



МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

І.В. Лилик

Саморегулювання ринку маркетингових досліджень:
сучасний світовий досвід 4

Маркетингові і соціологічні дослідження:

ISO сертифікація в Україні 10

О.М.Плахтій, О.Л. Максименко

ISO і Маркетинг. Дослідження та Якість 13

Результати дослідження компанії «QuickStart»

Заробляти не можна втрачати – як роблять
Mystery shopping в Україні 15

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

О.І. Андрієнко

Сучасні маркетингові екологічні стратегії підприємств 18

Н.Й. Радіонова

Застосування процесно-орієнтованого підходу для
підвищення ефективності діяльності підприємства 22

ДИРЕКТ-МАРКЕТИНГ

В. Ширяєв

Правила маркетингового руху 29

Д. Гридін

Спліт-тестування: як подвоїти ефективність
директ-маркетингу, не витративши ані копійки... 35

УПРАВЛІННЯ БРЕНДАМИ

В.В. Смілянець
Технології формування власної торговельної марки 39

І.К. Шрамко
Бренди, про які ви не знали і навіть не було у кого запитати 45

ІМІДЖ ДЕРЖАВИ

А.О. Старостіна, В.А. Кравченко, Г. В. Личова
Міжнародний імідж країни: практичні аспекти аналізу 47

МАРКЕТИНГ У СВІТІ

Програма саморегулювання щодо дитячої реклами 57

ДІЯЛЬНІСТЬ УАМ

Форум “Стандарти недискримінаційної
реклами за ознакою статі.” 64

Школа-студія професійних тренерів та консультантів
з питань гендерної рівності та соціальної
справедливості в соціо-економічній сфері
(сертифікаційний рівень) 68

План роботи УАМ на 2010 - 2012 маркетинговий рік 69

МАРКЕТИНГ

в Україні

Адреса редакції:

03057, Київ, вул. Желябова 2, корпус 2,
офіс 401

тел./факс: 0677758561

<http://www.uam.in.ua>

Е-mail: magazine@kneu.kiev.ua
uma@kneu.kiev.ua

Верстка

Гарашук Г.Є.

Дизайн обкладинки

Щирін Е.Л.

Компанія ТОВ «Юджес Груп»

тел.: +38(044) 221-55-66

сайт: www.yudjes.com.ua

**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 № 1 від 31 серпня 2011 р.
засідання Вченої ради КНЕУ.

Підписано до друку 1 вересня 2011 р.

Надруковано в ПП “Сьома грань”,
м. Київ, пр. Перемоги, 67.

Замовлення № 1144

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®