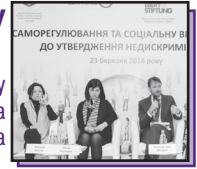


**Видання Української Асоціації Маркетингу
Журнал заснований у травні 1998 р.
Виходить 1 раз на 2 місяці**

МІЖНАРОДНА КОНФЕРЕНЦІЯ «ЧЕРЕЗ САМОРЕГУЛЮВАННЯ ТА СОЦІАЛЬНУ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ДО УТВЕРДЖЕННЯ НЕДИСКРИМІНАЦІЇ»

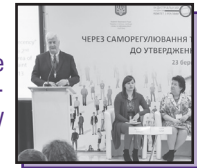
23 березня 2016 року в Києві була проведена міжнародна конференція «Через саморегулювання та соціальну відповідальність до утвердження недискримінації». Організаторами виступили Комітет ВРУ з питань свободи слова та інформаційної політики, Індустріальний Гендерний Комітет з Реклами, Представництво Фонду імені Фрідріха Еберта в Україні та Проект Ради Європи «Зміцнення свободи медіа та створення системи Суспільного мовлення в Україні»



4 стр.

ГЕНДЕРНІ ПИТАННЯ – ЄВРОПЕЙСЬКЕ БАЧЕННЯ

Питання відображення статі у рекламі знову і знову обговорюється європейським політикумом. Хоч ця тема не залишається поза увагою вже протягом десятиліть, останнім часом побоювання через збільшення прикладів використання гендерних стереотипів і сексуалізованих образів в рекламних комунікаціях призвело до безпрецедентного буму законодавчих заходів по всій Європі.



7 стр.

РИНОК МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В УКРАЇНІ 2015 РІК: ЕКСПЕРТНА ОЦІНКА ТА АНАЛІЗ УАМ

У 2015 році ринок склав близько 767 млн. гривень (\$35,9 млн.). У цьому випадку обсяг ринку у гривнях зріс приблизно на 51%, натомість у доларовому еквіваленті скоротився приблизно на 13%. Таким чином, у 2015 році продовжувався обвал ринку (у доларовому значенні), започаткований у 2014 році. Загальний обсяг ринку опустився на рівень показників 2006 року



12 стр.

ЯКА РІЗНИЦЯ МІЖ MYSTERY SHOPPING ТА КЛАСИЧНИМИ МАРКЕТИНГОВИМИ ДОСЛІДЖЕННЯМИ

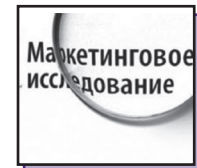
Mystery Shopping, або Таємний покупець, і класичні маркетингові дослідження є давно сформованими дослідницькими послугами, які допомагають компаніям і організаціям працювати ефективніше. Ці дослідницькі послуги мають спільні цілі у забезпеченні підприємств змістовною та різноманітною інформацією, яка має вирішальне значення для їхнього успіху



34 стр.

СТРАТЕГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Под стратегией исследования мы будем понимать основные подходы к достижению цели исследования. Как синоним используют также понятие стратегический план исследования



41 стр.

КАК ЛЕГКО СОЗДАТЬ РЕКЛАМУ В ИНСТАГРАМ ЗА 5 ШАГОВ

Сейчас набирает популярность реклама в социальной сети Instagram. И, если ядро вашей целевой аудитории – это женщины 25- 35 лет, то вам стоит серьезно рассмотреть этот канал привлечения клиентов



66 стр.

ЕКСПЕРТНА ЗУСТРІЧ «ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ДУАЛЬНОЇ ОСВІТИ У ПІДГОТОВКУ ФАХІВЦІВ З МАРКЕТИНГУ»

12 квітня 2016 року в рамках святкування 50-річчя кафедри маркетингу КНЕУ ім. Вадима Гетьмана викладачі маркетингу 14 провідних університетів України та представники бізнесу обговорили питання наближення маркетингової освіти до вимог ринку праці. Особливу увагу була приділена питанню як забезпечити різноманітні місця проходження практики майбутнього маркетолога



77 стр.

Київ, 2016

МАРКЕТИНГ

в Україні

№ 1-2 (94-95), січень - квітень, 2016 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.
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.
Овсянніков Г.Г.
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
до липня 2015 року.

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



ЗМІСТ

НОВИНИ УКРАЇНСЬКОГО МАРКЕТИНГУ

Конференція «Через саморегулювання та соціальну відповідальність до утвердження недискримінації»	4
Домінік Лейл Гендерні питання – європейське бачення	7
Ірина Лилик Громадські організації та бізнес: діалог 2015 року. Діяльність Індустріального Гендерного Комітету з Реклами	12
Діяльність Харківського Регіонального Представництва ІГКР	16
Регіональні представництва ІГКР	17

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Ірина Лилик Ринок маркетингових досліджень в Україні 2015 рік: експертна оцінка та аналіз УАМ	19
Світлана Ільїна Яка різниця між Mystery Shopping та класичними маркетинговими дослідженнями	34
Владимир Паниотто, Наталія Харченко Стратегія дослідження	41
Олександр Гладунов Результати дослідження «Оцінка діяльності органів місцевої влади та місцевого самоврядування»	58
Споживчі настрої в Україні, березень 2016: індекс склав 50,6	63
Зростання галузі прямого продажу за рік - майже 30%	65

ЗМІСТ

ІНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ

Андрей Зюзиков

Как легко создать рекламу в Инстаграм за 5 шагов. 66

Наталья Богданець

Ми започаткували форум електронної книги в Україні – E-BOOK FORUM 74

ЕКОНОМІКА ЗНАНЬ

Експертна зустріч «Впровадження системи дуальної освіти у підготовку фахівців з маркетингу». 77

ЗМІСТ ЖУРНАЛУ ЗА 2015

Зміст журналу «Маркетинг в Україні» за 2015 79

ПЕРЕДПЛАТА

Передплата 84

МАРКЕТИНГ в Україні

Адреса редакції:

03680, Київ, пр. Перемоги 54/1
тел./факс: 0677758561, 0939576852,
0506102112
тел. 044 456-98-73
<http://www.uam.in.ua>
E-mail: umaukr@mail.ru

Верстка

Гаращук 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 № 4 від 28 квітня 2016 р.
засідання Вченої ради КНЕУ.

Підписано до друку 28 квітня 2016 р..

Надруковано в ФОП Глушко О.І.,

вул. Краснова, 33, м. Київ

Замовлення № 2704-1

Наклад 1000 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 ®