

ЗМІСТ ЖУРНАЛУ «МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ» ЗА 2015 РІК

НОВИНИ УКРАЇНСЬКОГО МАРКЕТИНГУ

- Сергій Лилик**, Круглий стіл фахових організацій України: позиція учасників щодо захисту інтересів фахових спільнот, малого та середнього бізнесу №2 – с. 4-6
День інновацій у медіа №2 – с. 7
Виступи на XV ювілейної міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг в Україні»
Андрій Голіцин, Застосування методики «РАЕІ» при формуванні робочих команд №6 – с. 10-11
Лариса Яцишина, Бренд-менеджмент і маркетингові технології №6 – с. 12-13
Олена Лабурцева, Маркетинговий інструментарій зниження репутаційного ризику продуктових ритейлерів №6 – с. 14-15
Наталя Бухалова, Конгрес ESOMAR 2015: картинки с виставки №6 – с. 16-18

МОЛОДЬ ОПАНОВУЄ МАРКЕТИНГ: ВСЕ ПРО КОНКУРС

- В 2015 році відбувся Десятий ювілейний конкурс «Молодь опановує маркетинг» №3 – с. 4-33

МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ

- Олександр Зозульов**, Ринкові форми торгової марки №1 – с. 35-39
Олександр Дима, Сервісна політика посередницького підприємства на ринку легкових автомобілів України №1 – с. 40-45
Ірина Решетнікова, Маркетинг в прямих логістичних каналах: сучасні тенденції №1 – с. 46-52
Вікторія Кривещенко, Аналіз систем розміщення складської мережі №1 – с. 53-61
Олександр Зозульов, Критерії ефективного ринкового позиціонування товарів на споживчому ринку №2 – с. 39-45
Вікторія Залізнюк, Прогнозування експортних можливостей українських підприємств на основі аналізу світових ринків продукції сільського господарства №2 – с. 46-53
Олена Тарасенко, Оксана Черненко, Процес вибору атрибутів позиціонування товару №3 – с. 34-43
Вадим Пустотин, Омоложение украинских брендов: как правильней? № 4 – с. 24-30
Ольга Максименко, Через прозорі відносини до якості послуг: формування єдиних критеріїв оцінки управляючих компаній №4 – с. 31-37

Анна Добривечер , Медиаизмерения в Интернете	№4 – с. 38-41
Андрей Зюзиков , Как выстроить воронку продаж с помощью FACEBOOK	№4 – с. 42-45
Евгений Щирин , Секреты и «фишки» email - маркетинга. эффективные стратегии, доказывающие свою эффективность	№4 – с. 46-49
Василий Шишов , Рассылай и властвуй. как сделать письма в вашей рассылке максимально эффективными и продающими	№4 – с. 50-54
Коротєєва А.В., Кушевська Н.Ф., Малишев В.В. , Дослідження ринку нанопорошків: прогноз обсягу виробництва та розвитку, структура ринку, ціновий аналіз	№5 – с. 29-33
Світлана Ковальчук , Розвиток клієнтоорієнтованості засобами краудсорсингу	№5 – с. 34-48
Ольга Максименко , Належна якість надання житлово-комунальних послуг як складова захисту прав споживачів	№5 – с.49-51
Юлія Стрижкова , Просування бренду у соціальних мережах з метою формування лояльності клієнтів автомобільної компанії або як залучити цільову аудиторію покоління Y	№5 – с.52-57

ІНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ

Андрей Зюзиков , Рекламные возможности FACEBOOK - как увеличить свои продажи	№1 – с. 27-30
Андрей Зюзиков , Возможности ремаркетинга на FACEBOOK	№2 – с. 54-60
Андрей Зюзиков , Три кейса продаж с помощью Facebook	№6 – с. 51-57
Интернет вещей - революция, которая происходит прямо сейчас	№6 – с. 58-60

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Ірина Лилик , Ринок маркетингових досліджень в Україні 2014 рік: експертна оцінка та аналіз УАМ	№1 – с. 4-26
Юлія Стрижкова, Олена Гайдамаха , Формування драйверів бренду як ефективного інструменту стратегії підвищення лояльності клієнтів в період стагнації автомобільного ринку	№2 – с. 8-15
Віталій Ревчук , Отдельные вопросы исследования рынка автобусов	№2 – с. 16-22
Михаїл Бучак , Отдельные вопросы исследования рынка грузовых автомобилей	№2, – с. 23-29
Наталія Бухалова , Быть украинцем сегодня: мода, вынужденность или новая ценность?	№4 – с. 4-11
Індустрія маркетингових досліджень в Україні глазами компаний – клиентов	№4 – с. 12-13
Ірина Лылык , Социальные и маркетинговые исследования во время войны	№5 – с. 22-28

Міжнародна науково-практична конференція «Маркетинг в Україні»: історичний огляд	№6 – с. 4 -10
Мар'яна Лилик , Огляд результатів дослідження ESOMAR світової індустрії маркетингових досліджень	№6 – с. 19-28
Споживчі настрої в Україні, грудень 2015: індекс склав 53,1	№6 – с. 29-30
Михаил Сокол , Некоторые вопросы макроэкономики и их влияние на объемы рынка новых легковых автомобилей в Украине	№6 – с. 31-40

ЕКОНОМІКА ЗНАНЬ

Александр Юрчак , Портреты менеджеров по маркетингу и продажам 2015	№ 1 – с. 67-68
Всеукраїнське студентське кейс-змагання з маркетингу RISING INDUSTRIAL MARKETING STARS	№2 – с. 68-69
Практика з практиками - майбутнє онлайн освіти	№2 – с. 70
Третій міжнародний бізнес-форум у КНЕУ	№3 – с. 52-53
Міжнародний форум: принципи дуальної освіти: можливості впровадження в систему освіти в Україні	№ 3 – с. 54-59
Украинцы не удовлетворены средним и средним специальным образованием в Украине	№5 – с. 58
Михайло Окландер , Напрямки модернізації маркетингової освіти в Україні	№5 – с. 59-65
Мария Губаренко, Леся Кривослицкая . Исследователь по версии GfK Ukraine	№5 – с. 66-68
Можливість організації «дуального університету» в Україні	№5 – с. 69-70
Застосування маркетингових інноваційних технологій та добросовісної реклами в діяльності підприємств	№5 – с. 71
Уровень конкуренции при поиске работы у маркетологов один из самых низких - на две вакансии претендует три соискателя	№6 – с. 61-65
Інтерв'ю з Зузаною Зламаловой , Международная сертификация образования: кто и зачем?	№6 – с. 66
Ольга Максименко , Сертификация у системі освіти як інструмент взаємодії вищої освіти із ринком праці	№6 – с. 68 - 69

КОМУНІКАЦІЇ: РЕКЛАМА, PR

Юлія Белікова , Гендерні особливості Інтернет реклами	№1 – с. 31-34
Мониторинг наружной рекламы относительно наличия случаев дискриминации и сексизма	№2 – с. 30
Ирина Златова , Маркетинговые исследования рекламы в Одессе на предмет наличия гендерной дискриминации	№2 – с. 31-38
Андрей Федоров , То, что у нас считается провокацией, на самом деле - отсутствие вкуса и жлобство	№3 – с. 44-47

Громадський моніторинг виявив в Україні 35 рекламних кампаній, у продукції яких наявні ознаки сексизму	№ 3 – с. 48-51
Мар'яна Лилик , Огляд закордонних досліджень впливу зовнішньої реклами на безпеку дорожнього руху	№4 – с. 14-23
Вадим Пустотин , Да кому он нужен - это твой ребрендинг?	№5 – с. 4-7
Евгений Щирин , Пишем письма, которые продают	№5 – с. 8-11
Василий Шишов , Коротко, быстро, прибыльно	№5 – с. 12-15
Юлія Белікова , Гендерна специфіка соціальних мереж в Україні як основа для СММ	№5 – с. 16-21
Максим Лазебник , Объем рекламного рынка Украины 2015 и прогноз объемов рынка 2016. Экспертная оценка Всеукраинской рекламной коалиции.	№6 – с. 41-47
Олена Давліканова, Альона Євдокимова , Міжнародні практики протидії дискримінації за ознакою статі в рекламі через саморегулювання рекламного ринку	№6 – с. 48-50

ДІЯЛЬНІСТЬ ІНДУСТРІАЛЬНОГО ҐЕНДЕРНОГО КОМІТЕТУ З РЕКЛАМИ

Робоча сесія. Регіональні представництва Індустріального Гендерного Комітету з Реклами: моніторинг гендерної політики»	№4 – с. 55
Кампанія «ДО» ТА «ЗАРАЗ»	№4 – с. 56-58
Тетяна Решетілова, Сергій Довгань, Катерина Пілова , Гендерні особливості сприйняття зовнішньої реклами	№4 – с. 59-70
Регіональні представництва ІГКР	№4 – с. 71

СОЦІАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ

Ірина Федоришина , Місія у структурі корпоративної відповідальності сучасного підприємства	№1 - с. 62-66
Наталія Богданець , Слово в цифрі: про сучасний стан цифрової літератури в Україні та невтомні пошуки сонця	№ – с. 61-63
Три чверті споживачів вважають, що компанії мають бути екологічно свідомими	№ 2 – с. 64-67

КЕЙСИ

Віталій Надашкевич , Перший український стоматолог - мільйонер. харизма, стандарти і франчайзинг	№3 – с. 60-70
ЗМІСТ ЖУРНАЛУ МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ ЗА 2014 РІК	№1 – с. 69-71

КОНФЕРЕНЦІЯ НАЙКРАЩИХ МАРКЕТИНГОВИХ ПРАКТИК

BEST MARKETING PRACTICES

26-27 ТРАВНЯ 2016

best-marketing.com.ua

Думка суб'єктивна, рейтинг об'єктивний

17 

**КИЇВСЬКИЙ
МІЖНАРОДНИЙ
ФЕСТИВАЛЬ
РЕКЛАМИ**

**27 ТРАВНЯ 2016
ЦЕРЕМОНІЯ
НАГОРОДЖЕННЯ
ПЕРЕМОЖЦІВ**



kiaf.com.ua

РЕКЛАМА