

МАРКЕТИНГ-МІКС

Бібліографічний список літератури

1. Артимонова І. В. Концепція маркетинг-микс як основа програмно-цільового підходу до організації маркетингової діяльності підприємства / І. В. Артимонова // Акт. пробл. економіки. - 2010. - № 4 (106). - С. 94 - 101.

2. У

Б20 Балабанова Л. В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств : монографія / Л. В. Балабанова, О. А. Бриндіна. - Донецьк : ДонДУЕТ, 2006. - 230 с.

3. Волошина Н. О рекламно-сувенирных коммуникациях B2B-маркетинга / Н. Волошина // Маркетинг и реклама. - 2011. - № 4. - С. 51 - 53.

4. Галян С. Анализ ассортимента : проблемы выбора / С. Галян, В. Кеворков // Дистрибуция и логистика. - 2010. - № 10. - С. 42 - 47.

5. У

Г49 Гінгстон П. Найкраща книжка про збут і маркетинг : практичний порадник для малого бізнесу / П. Гінгстон. - Л. : Сейбр-Світло, 1995.- 208 с. - (Біб-чка малого бізнесу).

6. Гольцев Д. Г. Модель позиционного маркетинга рынка сбыта качественных товаров / Д. Г. Гольцев // Акт. пробл. економіки. - 2011. - № 2 (116). - С. 61 - 68.

7. Громова О. Подарочный маркетинг - эффективный инструмент прямой коммуникации компании с потребителями / О. Громова // Маркетинг и реклама. - 2011. - № 5. - С. 24 - 25.

8. Гужвинская Л. Эффективная маркетинговая стратегия как дирижер маркетингового процесса / Л. Гужвинская // Маркетинг и реклама. - 2008. - № 2 (138). - С. 13 — 15.

9. Демків Я. В. Маркетингові стратегії на високотехнологічних ринках / Я. В. Демків // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". - Л., 2010. - № 669 : Логістика. - С. 171 - 180.

10. Демків Я. В. Методичні підходи до проведення досліджень споживчих потреб на ринках високотехнологічних товарів / Я. В. Демків // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. Політехніка". - № 698 : Проблеми економіки та упр. - Л., 2011. - С. 41 - 49.

11. Журило В. В. Інтегрований підхід до моделювання поведінки споживачів на українському ринку товарів високих технологій / В. В. Журило // Формування ринк. відносин в Україні : зб. наук. пр. - К., 2011. - № 7 - 8 (122 - 123).- С. 38 - 44.

12. Зозульов О. В. Модель вибору споживачем промислових товарів / О. В. Зозульов // Маркетинг и реклама. - 2011. - № 11 (182).- С. 64 - 69.

13. Кавтрева А. Б. Светлая ли неделя? : [практика маркетинга] / А. Б. Кавтрева, С. В. Сычев // Маркетинг и реклама. - 2011. - № 1. - С. 64 - 68.

14. Кирик С. Особенности процесса планирования стратегии продвижения инновационного товара на потребительском рынке / С. Кирик // Маркетинг и реклама. - 2010. - № 6 (166). - С. 65 - 69.

15. **(07)У**

К56 Ковальчук С. В. Маркетингова цінова політика : навч. посібник / С. В. Ковальчук, І. В. Гвоздецька, С. М. Синиця. - Л. : Новий Світ-2000, 2011. - 352 с. - (Вища освіта в Україні). - Літ.: с. 349 - 351 (33 назв.).

16. Колесникова А. Ю. Модели поведения потребителей : возможности прогнозирования спроса / А. Ю. Колесникова // Сб. науч. тр. Новосибирского гос. техн. ун-та. - Новосибирск, 2010. - № 1 (59).- С. 117 - 122.

17. Костенко О. П. Розробка математичної моделі вибору збуту продукції / О. П. Костенко, І. В. Ковалевська // Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво. - 2011. - № 2.- С. 107 - 113.

18. **У**

К734 Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер; пер. с англ. В. Б. Бобровой. - М. : Ростинтэр, 1996.- 704 с.

19. Красовська Т. В. Споживчий попит як основа формування товарної політики промислових підприємств / Т. В. Красовська // Інвестиції: практика та досвід. - 2010. - № 4. - С. 36 - 39.

20. **(07)У**

Л63 Лисица Н. М. Международный маркетинг : учеб. пособие / Н. М. Лисица, В. Д. Рогожин, В. В. Юрченко. - Х. : ИНЖЭК, 2004. - 176 с.

21. **(07)У**

Л84 Лук`янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій : навчальний посібник / Т. І. Лук`янець. - К. : КНЕУ, 2000. - 380 с.

22. Ненашев Д. Впечатления клиентов : эмоции, доверие, чувство контроля / Д. Ненашев, Е. Шибаловская // Маркетинг и реклама. - 2011. - № 9. - С. 37 - 39.

23. Окландер І. Хорор-маркетинг : модель впливу на споживачів / І. Окландер // Маркетинг в Україні. - 2010. - № 2 (60). - С. 10 - 12.
24. Ортынская В. Торговый маркетинг - компромиссы и синергия / В. Ортынская, Н. Бориславская // Маркетинг и реклама. - 2008. - № 4 (140). - С. 50 - 53.
25. Павлина С. "Штрих" к портрету современного потребителя / С. Павлина // Маркетинговые исслед. - 2010. - № 3. - С. 35 - 37.
26. **(07)У**
П24 Пелішенко В. П. Маркетинговий менеджмент : навч. посібник для ВНЗ / В. П. Пелішенко. - К. : ЦНЛ, 2003. - 200 с.
27. Полонець В. Реалізація маркетингових стратегій : проблемні зони та шляхи їх подолання / В. Полонець // Маркетинг в Україні. - 2008. - № 4 (50). - С. 7 - 11.
28. **(07)У**
П58 Попов Е. В. Продвижение товаров и услуг : учеб. пособие / Е. В. Попов. - М. : Финансы и статистика, 1999. - 320 с. : ил.
29. **658**
П693 Практическое руководство по организации сбыта продукции (работ, услуг) : В 2 т. / сост.: Р. Ф. Галимзянов, А. А. Храмов. - М. : Эксперт, 1999.
Т. 2: Органайзер.- М., 1999. - 224 с.
Т. 1: Методы и методики.- М., 1999. - 302 с.
30. Психология клиента : потребительское поведение // Маркетинг и реклама. - 2011. - № 7 - 8. - С. 64 - 66.
31. Пшенишнюк І. О. Оцінка мезосередовища підприємства при маркетинговому дослідженні ринку / І. О. Пшенишнюк // Економіка та держава. - 2011. - № 6. - С. 57 - 58.
32. Ромат Т. Маркетинг из засады : неожиданно и эффективно. Но законно ли? / Т. Ромат // Маркетинг и реклама. - 2010. - № 11. - С. 56 - 63.
33. Савельев В. В. Стратегія глобальної маркетингової діяльності та етапи формування / В. В. Савельев // Інвестиції: практика та досвід. - 2011. - № 9. - С. 70 - 72.
34. **(07)У**
С509 Смит Пол Р. Маркетинговые коммуникации: Комплексный подход / пер. со 2-го англ. изд. М. Ю. Зарицкой. - К. : Знання-Пресс, 2003.- 796 с. - (Европейский маркетинг).

35. Старицький Т. Мерчендайзинг як інструмент отримання додаткового прибутку / Т. Старицький, О. Старицька // Маркетинг в Україні. - 2008. - № 2 (48). - С. 34 - 38.

36. Старостіна А. Особливості мотивації та ринкової поведінки українських споживачів високотехнологічних товарів / В. Журило, А. Старостіна // Маркетинг в Україні. - 2010. - № 5. - С. 18 - 23.

37. **(07)У**

Т191 Тарасюк Г. М. Планування комерційної діяльності : навч. посібник для ВНЗ / Г. М. Тарасюк. - К. : Каравела, 2005. - 400 с.

38. Трусов Г. Психологія бонуса / Г. Трусов // Маркетинг и реклама. - 2008. - № 7 - 8. - С. 34 - 36.

39. **(07)У**

Ф338 Федосеев В. Экономико-математические методы и модели в маркетинге учеб.пособие / В. В. Федосеев, Н. Д. Эриашвили; под ред. В. В.Федосеева. - 2-е изд. перераб. и доп.- М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. - 159 с. - Лит.: с. 156 — 157 (18 назв.).

40. Френч Т. Сегодня все мы стали маркетологами. Привлечение клиентов сегодня требует усилий со стороны всей компании, а также пересмотра организации маркетингового процесса / Т. Френч, Л. Ляберж, П. Магилл // Маркетинг и реклама. - 2011. - № 10. - С. 60 - 65.

41. **У**

Х201 Хардинг Г. Маркетинг промышленных товаров : пер. с англ. / Г. Хардинг. - М. : Сирин, 2002. - 272 с .

42. Чертков Ю. Маркетинг в точке продаж / Ю. Чертков // Дистрибуция и логистика. - 2010. - № 8. - С. 23 - 29.

43. Чорна Л. О. Місце системи реалізації продукції в маркетинговій діяльності підприємств / Л. О.Чорна // Економіка та держава. - 2009. - № 1. - С. 38 - 40.

44. Шилова М. Директ-маркетинг в системі продаж компанії / М. Шилова // Маркетинг и реклама. - 2010. - № 9. - С. 61 - 70.

45. **(07)У**

Ш76 Шнайдер Д. И. Г. Введение в маркетинг технологий и высокотехнологических товаров производственного назначения : учеб. пособие для инженер. и эконом. спец. / Д. И. Г. Шнайдер ; рус. изд. под ред. А. И. Грабченко. - Х. : НТУ "ХПИ", 2003. - 454 с.

46. У

Ш737 Эстетика маркетинга : стратегия менеджмента, создания бренда и имиджа компании / Б. Шмит, А. Симонсон ; пер. с англ. Е. В. Швец. - М. : АСТ : Транзиткнига, 2005. - 395 с.

47. Этапы развития и перспективы украинского ивент-рынка // Маркетинг и реклама. - 2010. - № 11. - С. 26 - 27.

48. Юрчак О. Виклики маркетингу В2В в Україні / О. Юрчак // Маркетинг в Україні. - 2010. - № 5. - С. 67 - 70.

5.09.12

48 назв.

Укладач
тел. 5-46

Ткачова Ю. О.