

# Маркетинг и реклама

Первый в Украине маркетинговый журнал

Тема номера:

## КОММУНИКАЦИИ БРЕНДА: НОВЫЕ ТРЕНДЫ

Эксперты об основных тенденциях развития бренд-коммуникаций: покупатели становятся smart, а бренды становятся человечней (результаты блиц-опроса)

Формируются основы бренд-коммуникаций нового поколения

В Украине меняется подход к стратегическим коммуникациям

Диджитализация — основной современный тренд в бренд-коммуникациях

Коммуникационная стратегия бренда

Реклама в системе коммуникаций бренда

Маркетинговые исследования без затрат денег

№ 3  
(№ 270)

Март  
2019

### Главный редактор:

**Ромат Е. В.,**

доктор наук гос. управления,  
профессор Киевского националь-  
ного торгово-экономического  
университета (КНТЭУ),  
Председатель Союза рекламистов  
Украины (Киев)

### Редакционный совет:

**Балакирева О. Н.,**

канд. социол. наук, директор  
Украинского института социальных  
исследований им. А. А. Яременко  
(Киев);

**Длигач А. А.,**

доктор экон. наук,  
генеральный директор Advanter Group,  
профессор Киевского национального  
университета им. Тараса Шевченко  
(Киев)

**Заруба В. Я.,**

доктор экон. наук,  
профессор Национального  
технического университета  
«Харьковский политехнический  
институт» (НТУ «ХПИ») (Харьков);

**Иртлач М. А.,**

маркетинг-директор компании  
«Медиаспапорт»  
(Киев)

**Либанова Э. М.**

директор Института демографии  
и социальных исследований  
НАН Украины,  
академик НАН Украины (Киев);

**Мазараки А. А.,**

доктор экон. наук, профессор,  
ректор КНТЭУ, академик  
Академии педагогических наук  
Украины (Киев);

**Онищенко В. Ф.,**

доктор экон. наук, профессор,  
профессор Киевского национального  
торгово-экономического  
университета (Киев);

**Пекар В. А.,**

президент компании  
«Евроиндекс» (Киев);

**Перерва П. Г.,**

доктор экон. наук, профессор,  
декан НТУ «ХПИ» (Харьков);

**Чурилов Н. Н.,**

доктор социол. наук, профессор,  
генеральный директор компании  
Kantar TNS (Киев)

### Ответственный редактор:

**Татьяна Пирогова**

## Выставки

Выставка Рекламы и Полиграфии RemaDays Kiev состоялась ..... 6

## Практик Маркетинг Клуб

Главные тенденции бренд-коммуникаций:

покупатели становятся smart, а бренды становятся человеческой  
(материалы блиц-опроса экспертов) ..... 8

## Практика маркетинга

Денис Блощинский

Формируется основа бренд-коммуникаций нового поколения ..... 17

Ксения Бармотина

На сегодняшний день в Украине используются преимущественно  
традиционные каналы коммуникаций ..... 20

Надежда Панченко

В бренд-коммуникациях с небольшими бюджетами  
важная роль принадлежит digital ..... 24

Анастасия Ширина

В Украине меняется подход к стратегическим коммуникациям ..... 28

Оксана Васильева

Основной современный тренд в бренд-коммуникациях —  
диджитализация ..... 28

Элина Кац

Бренд-коммуникации: планирование общения и способность  
принести пользу клиенту ..... 31

Кристина Мениович

Коммуникационная стратегия бренда ..... 34

## Проблемы теории

Евген Ромат

Роль рекламы в формировании бренда ..... 37

## Маркетинговые исследования

Павел Бернович

Маркетинговые исследования без затрат денег ..... 46

## Проблемы теории

Андрей Зинкевич

Песочные часы маркетинга, или Как происходит клиентогенерация ..... 52

## Поведение потребителей

Ольга Мандычева

Управление аудиовизуальным фоном:  
аудиомаркетинг и системы Digital Signage для бизнеса ..... 58

## Книжная полка

Виктор Шершун

Новые книги по маркетингу ..... 68

- 1 **Бармотина, К.** На сегодняшний день в Украине используются преимущественно традиционные каналы коммуникаций / К. Бармотина // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 3. – С. 20-23.  
*Автор статьи описывает традиционные каналы коммуникаций, которые используются в Украине: телевидение, пресса, наружная реклама*
- 2 **Бернович, П.** Маркетинговые исследования без затрат денег / П. Бернович // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 3. – С. 46-51.  
*В статье речь идет о бесплатных маркетинговых исследованиях*
- 3 **Блощинский, Д.** Формируется основа бренд-коммуникаций нового поколения / Д. Блощинский // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 3. – С. 17-19.  
*В Украине начинает формироваться основа бренд-коммуникаций нового поколения, которые полностью ориентированы на потребителя. Решающими коммуникационными каналами все чаще становятся большие события, сети супермаркетов, городское пространство*
- 4 **Васильева, О.** Основной современный тренд в бренд-коммуникациях - диджитализация / О. Васильева // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 3. – С. 28-30.  
*В статье описываются тренды в рекламе - а именно digital-реклама*
- 5 **Зинкевич, А.** Песочные часы маркетинга, или как происходит клиентогенерация / А. Зинкевич // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 3. – С. 52-55.  
*В статье описываются состав и технология песочных часов маркетинга*
- 6 **Кац, Э.** Бренд-коммуникации: планирование общения и способность принести пользу клиенту / Э. Кац // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 3. – С. 31-33.  
*В статье описываются тренды в рекламе - а именно digital-реклама*
- 7 **Мандычева, О.** Управление аудиовизуальным фоном: аудиомаркетинг и системы Digital signage для бизнеса / О. Мандычева // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 3. – С. 58-65.  
*В статье описываются преимущества применения аудиовизуальных технологий*
- 8 **Мениович, К.** Коммуникационная стратегия бренда / К. Мениович // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 3. – С. 34-36.  
*В статье говорится о роли сбалансированной коммуникационной стратегии бренда*
- 9 **Панченко, Н.** В бренд-коммуникациях с небольшим бюджетом важная роль принадлежит DIGITAL / Н. Панченко // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 3. – С. 24-25.  
*В статье описываются тренды в рекламе - а именно digital-реклама*
- 10 **Ромат, Є.** Роль реклами у формуванні бренду / Є. Ромат // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 3. – С. 37-45.  
*У статті говориться про те, що реклама є одним із найважливіших комунікаційних засобів, що використовуються в даній технології*
- 11 **Ширина, А.** В Украине меняется подход к стратегическим коммуникациям / А. Ширина // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 3. – С. 26-27.  
*Автор статьи описывает традиционные каналы коммуникаций, которые используются в Украине: телевидение, пресса, наружная реклама*