ЗМІСТ

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ  
Ірина Лилик

Ринок маркетингових досліджень в Україні 2018 рік:

експертна оцінка та аналіз УАМ 4

МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ  
Олександр Гладунов

Методика визначення вартості бренду сировинних  
компанії на прикладі рейтингування брендів вапняної

галузі України 24

Наталія Кузьминчук, Тетяна Куценко, Олександра Терованесова Стан та тенденції розвитку вітчизняного ринку

Ьеаігіу-інструменту 28

Ірина Перевозова, Оксана Малинка

Нейромаркетинг: як краще зрозуміти покупця 40

КОМУНІКАЦІЇ: РЕКЛАМА, PR Ольга Сєвонькаєва

Сучасні технології маркетингових комунікацій 45

Alana Semuels

The Amazon Selling Machine (Машина продажу «Амазон») 51

Любов Попригіна

Особливості мерчандайзингу XXI століття та його роль в управлінні продажами . 55

МАРКЕТИНГОВИЙ КВІТЕНЬ

EASA's Spring Biannual Meeti ngs. Ecole Du Louvre Paris 16-17 April 2019

Всеукраїнська олімпіада з спеціальності «Маркетинг» в Одесі

і .

59

60

Всеукраїнський конкурс дипломних робіт з маркетингу в Хмельницькому 63

Жінки в політиці: моніторинг онлайн агресії проти жінок ' в період другого туру виборів в президенти України 69

МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ І #2/2

З

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 |  | **Гладунов, О.** Методика визначення вартості бренду сировинних компанії на прикладі рейтингування брендів вапняної галузі України / О. Гладунов // Маркетинг в Україні. – 2019. – № 2. – С. 24-27.  *В основу методики покладено застосування мультиплікатора "Вартість бренду - обсяг реалізації".* |
| 2 |  | **Кузьминчук, Н.В.** Стан та тенденції розвитку вітчизняного ринку beauty-інструменту / Н. В. Кузьминчук, Т. М. Куценко, О. Ю. Терованесова // Маркетинг в Україні. – 2019. – № 2. – С. 28-39.  *Проведення аналізу кон'юнктури ринку beauty-інструменту України, виявлення тенденцій його подальшого розвитку з метою розробки рекомендацій щодо вибору стратегічних напрямів діяльності вітчизняних компаній-виробників.* |
| 3 |  | **Перевозова, І.** Нейромаркетинг: як краще зрозуміти покупця / І. Перевозова, О. Малинка // Маркетинг в Україні. – 2019. – № 2. – С. 40-44.  *Нейромаркетинг - наука, яка допомагає вам краще зрозуміти покупця.* |
| 4 |  | **Попригіна, Л.** Особливості мерчандайзингу ХХІ століття та його роль в управлінні продажами / Л. Попригіна, О. Данніков // Маркетинг в Україні. – 2019. – № 2. – С. 55-58.  *У статті розглядається застосування сучасних методів в мерчандайзингу, а саме застосування програмного забезпечення для автоматизації процесів.* |
| 5 |  | **Сєвонькаєва, О.** Сучасні технології маркетингових комунікацій / О. Сєвонькаєва // Маркетинг в Україні. – 2019. – № 2. – С. 45-50.  *Сьогодні потрібно не просто придумувати яскраві комунікаційні звернення, необхідно створювати посилання, які можуть існувати в усіх типах інформаційного середовища і які спеціально сконструйовані так, щоб розповсюджуватися по різним напрямам та розвиватися.* |