**^маркетинг**

**реклам**

**В НОМЕРЕ:**

Главный редактор:

Ромат Е. В.,

доктор наук гос. управления, профессор Киевского национального 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 директор по маркетингу Sales House Adpartner,

CEO в Digital Decisions (Киев)

Ливанова **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 Ukraine (Киев)

Выставки

ВЕХ-2019: уперше на новій локації, але, як завжди, успішно! 6

Фестивали

11-й Національний фестиваль соціальної реклами®:

останні приготування 9

Конференции

16-та Міжнародна науково-практична конференція Rе:Магк: готуймося! 12

Практик Маркетинг Клуб

Маркетинговые исследования: инструменты совершенствуются,

значение возрастает (по материалам блиц-опроса экспертов) 14

Исследования

ИКНР

Исследования наружной рекламы Украины точны и актуальны 20

ОлегСоснюк

Внедрение инновационных исследовательских инструментов — главный тренд развития маркетинговых исследований ...22

Елена Венгер

О современных тенденциях развития маркетинговых исследований ... 24

Наталья Киселева

Таргетирование и эффективность в outdoor 26

Евгений Миронюк

Маркетинговые исследования — это диагностика бизнеса 30

Дослідження Nielsen:

рівень споживацької нелояльності набирає обертів 32

Интернет-маркетинг

Василь Близнюк

Віральні механіки в Бтт-стратепях підприємств
Пять ресурсов для создания видеопостов

Личное мнение / Книжная полка

Личное мнение / Книжная полка

Взлом маркетинга и перспективы его развития 44

Исследования

Я&В

Украинцы и смартфон: пользовательские практики 54

Креативный маркетинг

Фредрик Харен о формуле креатива и идеальном сценарии жизни 56

Исследования

MarketsandMarkets

Рынок блокчейн-устройств к 2024 году увеличится до $1,2 млрд 65

...34

...40

Ответственный редактор: **Татьяна Пирогова**

Маркетинг и реклама № 9 (276) Сентябрь 2019

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 |  |  **Близнюк, В.** Віральні механіки в SMM-стратегіях підприємств / В. Близнюк // Маркетинг и реклама. – 2019. – №9. – С. 34-38.*У статті досліджено теоретичні та практичні аспекти управління зв'язками з громадськістю та рекламною діяльністю підприємства в соціальних мережах із залученням віральних механік в SMM-стратегіях підприємств.* |
| 2 |  |  **Венгер, Е.** О современных тенденциях развития маркетинговых исследований / Е. Венгер // Маркетинг и реклама. – 2019. – №9. – С. 24-25. *О современных тенденциях развития маркетинговых исследований.* |
| 3 |  |  **Миронюк, Е.** Маркетинговые исследования - это диагностика бизнеса / Е. Миронюк // Маркетинг и реклама. – 2019. – №9. – С. 30-31.*Маркетинговые исследования* |
| 4 |  |  **Соснюк, О.** Внедрение инновационных исследовательских инструментов - главный тренд развития маркетинговых исследований / О. Соснюк // Маркетинг и реклама. – 2019. – №9. – С. 22-23.*Внедрение инновационных исследовательских инструментов* |
| 5 |  |  **Украинцы и смартфон: пользовательские практики** // Маркетинг и реклама. – 2019. – №9. – С. 54-55.*Как украинцы используют смартфон: социсследование* |