***Маркетинг и реклама : всеукраинский научно-практический журнал / Издательский центр „Студцентр”. – Киев-Харьков.***

***Маркетинг и реклама. – 2020. – № 2.***

**Балановская, Е. Организация службы маркетинга начинается с того, что ее сотрудник имеет четкие функции** / Е. Балановская // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 2. – С. 16-17.

**Белецкая, Л. Организация службы маркетинга - Это переориентация менеджмента предприятия на маркетинговый подход** / Л. Белецкая // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 2. – С. 26-27.

**Бузов, А. Организация маркетинга в компании - это решение о том, кто будет выполнять функции маркетинга** / А. Бузов // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 2. – С. 34-35.

**Витренко, В. Задача маркетинга – убрать отдел продаж!** / В. Витренко // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 2. – С. 24-25.

**Дадиверина, Н. Место маркетинговой службы в компании - центральное** / Н. Дадиверина // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 2. – С. 32-33.

**Калиниченко, Л. Публичность и ответственность – "пазли" госмаркетинга** / Л. Калиниченко // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 2. – С. 44-46.

**Крауиня, С. Маркетинг – это двигатель, который обеспечивает достижение целей компании** / С. Крауиня // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 2. – С. 22-23.

**Лядский, И. Маркетинг – днк бизнеса** / И. Лядский // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 2. – С. 28-31.

**Ромат, Е. Чи довіряють українські споживачі екологічному маркуванню? Дослідження думки споживачів щодо обізнаності та сприйнятт значень маркувань продукції** / Е. Ромат, І. Федоришина, М. Коноплянникова // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 2. – С. 36-43.

**Савчук, В. Современный маркетинг давно перестал быть чем-то фундаментальным** / В. Савчук // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 2. – С. 18-20.