



БІБЛІОТЕКА УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

«Маркетинг – філософія успіху в сучасному бізнесі»

Бібліографічний покажчик



Укладач: Бібліотекар Т.Г. Назаренко

Редагування:

Директор бібліотеки С.В. Чергінець

Дніпро 2022

Зміст

	Ст.
Передмова	3
Розділ 1 Історія маркетингу	5
Розділ 2 Маркетингові дослідження	6
Розділ 3 Стратегічне планування маркетингу	12
Розділ 4 Інфраструктура товарного ринку	16
Розділ 5 Поведінка споживача	20
Розділ 6 Промисловий маркетинг	23
Розділ 7 Міжнародний маркетинг	27
Перелік ресурсів Scopus	32

Передмова

Маркетинг – це діяльність для формування попиту та задоволення потреб споживачів. У широкому сенсі призначення маркетингу полягає в «визначенні та задоволенні людських і суспільних потреб».

Мета маркетингу – привертати нових клієнтів, обіцяючи їм вищу споживацьку цінність, і зберігати старих клієнтів, постійно задовольняючи їх мінливі запити.

Основне завдання маркетингу – зрозуміти потреби ринку і вибрати ті з них, які їх компанія може обслуговувати краще за інших.

Маркетингове дослідження можна визначити як систематичний збір, облік і аналіз даних по маркетингу і маркетингових проблем з метою вдосконалення якості процедур прийняття рішень і контролю в маркетинговому середовищі.

Стратегічне маркетингове планування – це управлінський процес створення й підтримування відповідності між цілями підприємства, його потенційними можливостями та шансами у сфері маркетингу.

Сукупність матеріальних, технічних, організаційних засобів, які забезпечують обмін товарами на ринку та взаємодію суб'єктів ринку у процесах обміну, становлять інфраструктуру товарного ринку

Поведінка споживача полягає в тому, як емоції, ставлення та переваги споживача впливають на купівельну поведінку.

Промисловий маркетинг – це вид діяльності, який забезпечує взаємодію підприємств з організаціями-споживачами, що купують товари і послуги для їх подальшого використання у виробництві або перепродажу іншим споживачам з метою одержання прибутку.

Міжнародний маркетинг — маркетинг товарів і послуг за межами країни, в якій розташована організація. Міжнародна діяльність ґрунтується на використанні таких форм міжнародного маркетингу: імпорتنний, експортний, зовнішньоекономічний, транснаціональний, мультирегіональний, глобальний.

Таким чином, ми повинні розуміти, що маркетинг має ширше значення, ніж просування або продажі. Це загальне бачення діяльності підприємства стосовно ринків. Використовуючи весь набір маркетингових інструментів, є можливим досягти значних успіхів, майстерно маневруючи серед конкурентів і якісно обслуговуючи клієнтів.

Щоб підприємство стало успішним, необхідно враховувати всі аспекти маркетингу: стратегічний маркетинг, аналіз конкурентів, ринкове позиціонування, дослідження ринку і, нарешті, донесення маркетингових послань до споживачів.

Розділ 1. Історія маркетингу

Армстронг Г. Маркетинг. Общий курс / Г.Амстронг. – 5-е изд. – М.: Вильямс, 2001 – 608 с.

Армстронг Г., Введение в маркетинг: учебное пособие / Г.Амстронг, Ф.Котлер; пер.с англ.– 5-е изд.– М.:Издательский дом "Вильямс", 2000.– 640с.:ил.

Андреева О.Д. Технология бизнеса: Маркетинг / О.Д.Андреева: учеб. пособие. - М.: Дело, 2001. - 224 с.

Голубков Є.П. Основи маркетингу / Є.П. Голубков: підручник. - М.: «Финпресс», 2004.- 497с.

Головка А.Я. Соціальний маркетинг: генеза та перспектива розвитку в Україні. / А.Я. Головка // Стратегія розвитку України - 2011. - №3. - С.157-161.

Еволюція радянської маркетингової думки / Ф. Карен, І.Фокс, О.Скоробогатир // Маркетинг в Україні. - 2006. - № 5. - С. 38-42.

Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф.Котлер; пер.с англ.под ред.С.Г.Божук.– СПб.:Питер, 2005.– 464с.

Пилипенко В. Ринок маркетингових досліджень: становлення і проблеми розвитку / В.Пилипенко // Маркетинг в Україні. - 2005. - № 5. - С. 16-20.

Друкер, Питер, Ф. Задачи менеджмента в XXI веке / Ф.Питер, Друкер; пер. с англ.: – М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. – 272 с.

Решетнікова І. Етапи становлення та розвитку маркетингу в Україні / І.Решетнікова // Маркетинг в Україні. - 2006. - № 5. - С. 36-37.

Теория маркетинга. История, методология, концепция, стратегия / Под ред. М. Бейкера.- Серия: Маркетинг для профессионалов. - СПб: Питер 2002. - 464с.

Стрижакова Е.Н. Цифровой маркетинг: история, инструменты и технологии / Е.Н.Стрижакова // Маркетинг в России и за рубежом, 2021.-№4.– С.11-18

Розділ 2. Маркетингові дослідження

Белявский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учебное пособие / И.К.Белявский.– М.:Финансы и статистика, 2002.– 320с.

Березин И. Маркетинговое исследование: проводить своими силами или заказывать? / И.Березин // Отдел маркетинга, 2011.-№5.– С.40-42

Березин И. Что дает проведение маркетинговых исследований? / И.Березин // Отдел маркетинга,2011.-№5.– С.60-64

Боголюбова О. Маркетинговые исследования определяют эффективность действий маркетинга и дают прогноз на будущее / О.Боголюбова // Маркетинг и реклама, 2019.-№11.– С.32-37

Виниходова С., Маркетингові дослідження в страховому бізнесі: роль, методи, алгоритм проведення С. Виниходова // Маркетинг в Україні, 2005.- №4.– С.15-19

Гацька Л.П. Дослідження поведінки споживачів в екологічному маркетингу / Л.П.Гацька // Економіка. Фінанси. Право, 2020.-№10.– С.5-8

Длігач А. Маркетингові дослідження в системно - рефлексивному маркетингу / А. Длігач //Маркетинг в Україні, 2016.-№5.– С.42-51

Данишевская О. Подходы и принципы проведения маркетинговых исследований в Интернете / О.Данишевская // Отдел маркетинга, 2009.-№7.– С.46-55

Дубинский И. Онлайн: новые возможности маркетинговых исследований / И.Дубинский // Отдел маркетинга, 2009.-№3.– С.48-50

Житник О. Маркетингові дослідження в Україні: тенденції та прогнози / О.Житник //Маркетинг в Україні, 2011.-№ 1.– С.8-11

Златова И. Маркетинговые исследования рекламы в Одессе на предмет наличия гендерной дискриминации / И.Златова //Маркетинг в Україні, 2015.- №2.– С.31-38

Зозулев А.В., Маркетинговые исследования: теория, методология, статистика:Учебное пособие/ А.В.Зозулев, С.А.Солнцев.– К.:Знання, 2008.– 643с.

Ілляшенко С.М., Маркетингові дослідження:навчальний посібник / С.М.Ілляшенко, М.Ю.Баскакова;за ред. С.М.Ілляшенка.– К.:Центр навчальної літератури, 2006.– 192с.

Ільвіна С. Яка різниця між mystery shopping та класичними маркетинговими дослідженнями / С.Ільвіна // Маркетинг в Україні, 2016.-№1-2.– С.34-40

- Льїна С. Mysry shopping як інноваційне маркетингове дослідження / С.Льївна // Маркетинг в Україні,2016.-№4.– С.25-30
- Льїна С. Підготовка зі створення примірних специфікацій на маркетингові дослідження / С.Льївна // Маркетинг в Україні, 2017.-№3.– С.4-9
- Индустрия маркетинговых исследований в Украине глазами компаний – клиентов // Маркетинг в Україні,2015.-№4.– С.12-23
- Коментарі дослідницьких агенцій щодо розвитку ринку маркетингових досліджень в 2009 році // Маркетинг в Україні, 2010.-№ 1.– С.10-11
- Клименко В.І. Роль маркетингових досліджень у реалізації інноваційної стратегії на підприємствах харчової промисловості / В.І. Клименко //Економіка. Фінанси. Право, 2007.-№8.- 3-9
- Ковальчук С. Кулхантинг: маркетингові дослідження нових трендів / С.Ковальчук // Маркетинг в Україні, 2010.-№ 1.– С.57-59
- Красовська О. Маркетингові дослідження світового ринку вищої освіти / О.Красовська // Маркетинг в Україні, 2012.-№ 3.– С.41-49
- Кудирко О. Фактори конкурентного середовища ринку маркетингових досліджень / О.Кудирко // Маркетинг в Україні, 2014.-№5.– С.58-65
- Красовская Е.Ю. Актуальность проведения маркетинговых исследований рынка образовательных услуг Украины / Е.Ю.Красовская // Академічний огляд, 2002.-№ 1.– С.117-120
- Красовская Е.Ю. Маркетинговые исследования: слайд-конспект / Е.Ю.Красовская.– Днепропетровск: ДУЭП, 2007.– 108с.
- Кужилева О. Маркетинговые показатели на службе задач исследований / О.Кужелев // Отдел маркетинга, 2010.-№2.– С.35-40
- Лылык И. Маркетинговые исследования в Украине через призму мировых тенденций / И. Лылык // Маркетинг в Україні, 2016.-№5.– С.4-15
- Лылык И. Социальные и маркетинговые исследования во время войны/ И.Лылык // Маркетинг в Україні, 2015.-№5.– С.22-28
- Лилик І. Огляд розвитку індустрії маркетингових досліджень в світі за матеріалами досліджень ESOMAR / І.Лилик // Маркетинг в Україні, 2012.- №6.– С.56-63
- Лилик І. Процедура аудиту маркетингових і соціальних досліджень, досліджень громадської думки / І.Лилик // Маркетинг в Україні, 2021.-№1.– С.33-44

- Лирик І. Ринок маркетингових досліджень в Україні 2020 рік: експертна оцінка та аналіз УАМ / І.Лирик // Маркетинг в Україні, 2021.-№1.– С.3-25
- Лирик І. Саморегулювання ринку маркетингових досліджень: сучасний світовий досвід / І.Лирик //Маркетинг в Україні, 2011.-№ 3.– С.4-9
- Лирик М. Огляд результатів дослідження ESOMAR світової індустрії маркетингових досліджень / М.Лирик //Маркетинг в Україні, 2015.-№6.– С.19-30
- Литовченко І. Методичні основи маркетингового дослідження присутності підприємства в інтернет-середовищі/ І.Литовченко, М.Ботушан.-Економіст, 2013.-№ 8.– С.46-50
- Маркетингові і соціологічні дослідження: ISO сертифікація в Україні // Маркетинг в Україні, 2011.-№ 3.– С.10-12
- Міжнародний процесуальний кодекс маркетингових і соціальних досліджень та аналіз даних ICC/ESOMAR // Маркетинг в Україні, 2017.-№2.– С.26-33
- Маркетинговые исследования трансформации и современные тенденции (по материалам блиц - опроса экспертов) // Маркетинг и реклама, 2019.-№11.– С.12-18
- Маркетинговые исследования:Сборник статей по теории и практике маркетинговых исследований / Под общ.ред.Е.В.Ромата.– Харьков: НВФ"Студцентр", 2001.– 352с.:ил.– (Библиотека журнала "Маркетинг и реклама")
- Малков М. Маркетинговые исследования в управленческой деятельности компании // Маркетинг, 2008.-№ 4.– С.31-37
- Матвеев В.В. Маркетинг аэропортов и исследования потребителей авиатранспортной продукции /В.В. Матвеев // Економіка. Фінанси. Право, 2009.-№8.– С.12-16
- Миттал В. Маркетинговые исследования увеличивают доходы компаний тремя путями / В. Миттал // Маркетинг в Україні, 2017.-№4.– С.59-62
- Павленко А. Ринок маркетингових досліджень в Україні 2009: експертна оцінка та аналіз УАМ / А. Павленко //Маркетинг в Україні, 2010.-№ 1.– С.4-9
- Парсяк В.Н. Методологічні передумови здійснення маркетингових досліджень у сфері обігу цінних паперів / В.Н. Парсяк // Фінанси України, 2006.-№ 7.– С.69-78
- Пилипенко В.М. Ринок маркетингових досліджень: становлення і проблеми розвитку / В.М. Пилипенко // Маркетинг в Україні, 2005.-№ 5.– С.16-20

- Полторак В.А. Маркетинговые исследования: учебное пособие / В.А.Полторак.– 2-е изд., перераб. и доп.– Днепропетровск: ДУЭП, 2002.– 368с.
- Пыхтина И. Маркетинговые исследования регионального рынка молочной продукции/ И.Пыхтина, И.Куштынова // Маркетинг, 2005.-№ 3.– С.39-45
- Романина Н. Что дает маркетологам использование iPad от компании APPLE? / Н. Романина // Маркетинг и реклама, 2010.-№ 2.– С.70-73
- Райко Д. Результати маркетингових досліджень щодо доцільності формування департаменту маркетингу на підприємствах машинобудівної галузі Харківського регіону / Д Райко // Маркетинг в Україні, 2012.-№ 4.– С.58-64
- Сорока К.О. Місце та роль маркетингових досліджень / К.О. Сорока // Економіка. Фінанси. Право, 2007.-№6.– С.7-11
- Старостіна А.О. Вторинна інформація в національних і міжнародних маркетингових дослідженнях / А.О. Старостіна // Маркетинг в Україні, 2012.-№ 4.– С.4-9
- Старостіна А.О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків: підручник / А.О.Старостіна.– К.: Поліграф, 2012.– 480с.
- Сусллова Т. Дослідження впливу маркетингової цінової політики на поведінку споживачів туристичних послуг / Т. Сусллова // Маркетинг в Україні, 2011.-№1.– С.42-45
- Соснюк О. В современных условиях значение маркетинговых исследований возрастает / О. Соснюк // Маркетинг и реклама, 2019.-№11.– С.22-24
- Танасійчук А. Маркетингові дослідження ринку приладдя для малювання / А.Тарасійчук // Маркетинг в Україні, 2020.-№1.– С.30-44
- Тараненко І.В. Маркетингові дослідження: збірник завдань для практичних занять та самостійної роботи / І.В.Тараненко, О.Ю.Красовська.– Д.:ДУЕП ім. Альфреда Нобеля, 2012.– 112с.
- Тараненко І.В. Пошукові маркетингові дослідження споживачів промислового підприємства / І.В.Тараненко, С.С.Яременко, В.А.Зеленська // Академічний огляд, 2015.-№1.– С.144-152
- Титаренко Я. Що пропонують з маркетингових досліджень в інтернет лідери в пошуковій системі Google / Я. Титаренко // Маркетинг в Україні, 2016.-№5.– С.21-24

Фесун М.Н. Маркетинговое исследование покупательских предпочтений при выборе предприятий розничной торговли / М.Н. Фесун // Академічний огляд, 2012.-№ 1.– С.131-137

Халль Х. Проблемы использования маркетинга в некоммерческих организациях Польши / Х. Халль // Академічний огляд, 2001.-№ 2.– С.91-93

Холод Л.Б. Рынок образовательных услуг: опыт маркетингового исследования / Л.Б. Холод // Академічний огляд, 2004.-№ 1.– С. 124-131

Черняховская Т. Новые методы маркетинговых исследований // Отдел маркетинга, 2011.-№5.– С.49-52

Черчилль Гилберт А. Маркетинговые исследования / А. Черчилль Гилберт; Пер.с англ.– СПб.: "Питер", 2000.– 752с.

Чурилов Н. Достижимость в маркетинговых и социологических исследованиях / Н.Чурилов // Отдел маркетинга, 2010.-№1.– С.46-49

Черненко О. Кваліфікаційний рівень "Менеджер з маркетингових досліджень" / О.Черненко // Маркетинг в Україні, 2016.-№6.– С.15-17

Чорний О. Аналіз кандидатських дисертаційних досліджень в Україні за маркетинговою проблематикою / О. Чорний // Маркетинг в Україні, 2010.-№5.– С.62-66

Чудовська І. Соціологічні та маркетингові дослідження з урахуванням гендерної складової / І. Чудовська // Маркетинг в Україні, 2011.-№ 5-6.– С.16-17

Чурилов М. Підвищення досяжності у маркетингових і соціологічних дослідженнях // Маркетинг в Україні, 2010.-№ 1.– С.18-20

Швец В. Маркетологи про маркетингові дослідження в умовах пандемії / В.Швец // Маркетинг в Україні, 2021.-№1.– С.45-54

Шевченко В.М. Дослідження споживчих переваг і лояльності споживачів для досягнення маркетингових цілей компанії / В.М. Шевченко // Академічний огляд, 2019.-№2(51).– С.69-80

Яременко С.С. Маркетингові дослідження вподобань споживачів біжутерії на українському ринку / С.С. Яременко //Європейський вектор економічного розвитку: збірник наукових праць, 2014.-№1(16).– С.210-216

Яременко С.С. Удосконалення маркетингової діяльності аптечної мережі на основі дослідження споживачьких уподобань/ С.С. Яременко // Академічний огляд, 2019.-№1(50).– С.78-90

Яшкіна О. Маркетингові дослідження інноваційного товару в машинобудівній галузі / О.Яшкіна // Маркетинг в Україні, 2017.-№4.– С.18-25

Яшкіна О. Національна система стратегічних маркетингових досліджень науково-технологічного розвитку/ О.Яшкіна // Економіст, 2013.-№ 1.– С.26-29

Yasno Research Маркетинг в искусстве или как измерить творчество? // Маркетинг в Україні, 2018.-№6.– С.11-21

Електронний ресурс:

Маркетингові дослідження: [Електронний ресурс]: навч. посіб. / Безугла Л.С., Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. та ін.. – Дніпро о: Видавець Біла К.О., 2019. - 300 с.- Режим доступу :

https://dspace.dsau.dp.ua/bitstream/123456789/2985/1/21_%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87._%D0%BF%D0%BE%D1%81%D0%B1_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D0%BE%D0%B2i_%D0%B4%D0%BE%D1%81%D0%BBi%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F.pdf

Полторац В.А. Маркетингові дослідження: [Електронний ресурс]: навчальний посібник. - Київ: Центр навчальної літератури, 2003. - 387 с.- Режим доступу:

<http://eclib.atwebpages.com/%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D1%96-%D0%B4%D0%BE%D1%81%D0%BB%D1%96%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F-%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BA.html>

Решетілова Т.Б. Маркетингові дослідження: [Електронний ресурс] : підручник / Т.Б. Решетілова, С.М. Довгань ; М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т.– Дніпропетровськ : НГУ, 2015. – 357 с. – Режим доступу : https://dut.edu.ua/uploads/1_1232_18873350.pdf

Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: [Електронний ресурс] : навч.посібник.- Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020.- 347 с.- Режим доступу : https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/MARKETING_NAVCH.POSIBNYK_SENYSHYN-KRYVESHKO_FINAL_ALL.pdf

Розділ 3. Стратегічне планування маркетингу

Армстронг Г. Введення в маркетинг = Marketing: An Introduction. / Г. Армстронг, Ф. Котлер. – М. : «Вільямс», 2007. – С. 832

Андрєєва Н. Маркетингові технології стратегічного екологічного управління сучасним підприємством: методи та інструментарій впровадження / Н.Андрєєва // Економіст, 2013.-№ 1.– С.22-25

Багиев. Г.Л. Маркетинг: учебник для вузов / Г.Л.Багиев., В.М.Тарасевич., Х.Анн; Под общ. ред. Г.Л.Багиева. – М.: ОАО «Изд-во «Экономика», 2001. – 719 с

Божкова В. В. Модель стратегічного планування маркетингових комунікацій інновацій промислових підприємств / В. В. Божкова // Маркетинг інновацій та інновації в маркетингу : IV міжнар. наук.-практ. конф., 29.09-01.10.2010 р. : збірник тез доповідей. – Суми : ТОВ Друкарський дім «Папірус», 2010. – С. 29-31.

Божкова В. В. Аналіз проблем стратегічного планування маркетингових комунікацій інновацій на промислових підприємствах / В. В. Божкова // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. – 2010. – № 11 (153). – Ч. 2. – С. 95-104.

Божкова В.В. Стратегічне планування маркетингових комунікацій інноваційної продукції промислових підприємств: монографія / В. В. Божкова. – Суми: «Вид-во СумДУ», 2010. – 305 с.

Виханский О.С. Стратегическое планирование. / О.С. Виханський - М.: Гардарики, 1999.-296с.

Васильченко А.О. Разработка стратегии развития строительного предприятия: маркетинговый аспект / А.О. Васильченко // Європейський вектор економічного розвитку: збірник наукових праць, 2011.-№2(11).– С.46-53

Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник / С.С.Гаркавенко.– 7-ме вид.– К.:Лібра, 2010.– 720с.

Гноєвий В.Г. Сучасні тенденції цифрового маркетингу та їх вплив на формування маркетингової стратегії /В.Г. Гноєвий // Академічний огляд, 2021.-№1(54).– С.49-56

Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегии/ П. Дойль ; пер.с англ. Ю.Н.Каптуревского.– 3-е изд.– СПб.:Питер, 2002.– 544с.:ил.– (Сер."Маркетинг для профессионалов")

- Дибб С. Практическое руководство по маркетинговому планированию / С.Дибб, Л. Симкин, Дж. Брэдли.– СПб.:Питер, 2001.– 256с.:ил.– (Сер."Маркетинг для профессионалов")
- Джоббер Д. Принципы и практика маркетинга / Д. Джоббер. – К.: Изд. Дом «Вильямс», 2000. – 677 с.
- Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг; 2-е европ. изд. – пер. с англ. – М. : Вильямс, 2002. – 944 с.
- Куденко Н.В. Розвиток системи стратегічного планування в управлінні фірмою / Н.В. Куденко // Вчені записки. – К. : КНЕУ, 2002. – Вип. 4. – С. 137–142.
- Кітченко О.М. Особливості стратегічного маркетингового планування на промисловому підприємстві / О.М. Кітченко, С.П. Сударкіна // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2014. – Вип. 3(54). – С. 115–119.
- Кравчук (Мельник) Н. Використання системи стратегічного маркетингового планування як захід покращення діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі / Н. Кравчук (Мельник) // Матеріали міжнародної наукової студентсько-аспірантської конференції: “Актуальні проблеми розвитку національної економіки України” 13-14 травня 2010 р. – Львів, 2011. – С. 285-286.
- Малиновський Ю. В. Стратегічне планування маркетингової діяльності на підприємстві / Ю. В. Малиновський, І. П. Малиновський, Д. Р. Цьвок // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.11. – С.271–277
- Мак-Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга / М. Мак-Дональд.– СПб.:Изд-во "Питер", 2000.– 320с.:ил.– (Серия "Маркетинг для профессионалов")
- Неретина О.А. Структурований процес стратегічного планування маркетингу / Є.А. Неретіна, Д.В. Кормішкін // Суспільні науки. – 2011. – № 3(19). – С. 122–129.
- Надобенко Н.М. Процес планування маркетингової діяльності підприємства // Маркетинг в Україні, 2014, № 7. – С. 12–14
- Ортынская В.В. Стратегическое планирование маркетинга / В.В. Ортынская // Маркетинг и реклама, 2005.-№ 3.– С.18-21
- Павлюк В. Аналіз процесу стратегічного маркетингового планування в банківській сфері / В. Павлюк // Банківська справа, 2003.-№ 6.– С. 30-38
- Покропивний С.Ф. Стратегія, організація, ефективність : навчальний посібник / С.Ф. Покропивний.- Київ: КНЕУ, 2008.- 233 с.

Симкин Л. Практическое руководство по маркетинговому планированию: разработка, внедрение, контроль / Л. Симкин Дж. Брэдли. – СПб.: ПИТЕР, 2001. – 255 с.

Циба Т.Є., Маркетингове планування: навчальний посібник / Т.Є.Циба, М.І.Сокур, В.І.Баюра.– К.: Центр навчальної літератури, 2007.– 128с.

Циганкова Т.М., Об'єктивні та суб'єктивні проблеми планування міжнародної маркетингової діяльності / Т.М. Циганкова // Маркетинг в Україні, 2003.-№ 6.– С. 14-15

Шершньова З.Є. Стратегічне управління: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 1999.-384 с.

Електронний ресурс:

Багрій Т. В Стратегічне маркетингове планування діяльності підприємства: [Електронний ресурс] / Т.В.Багрій.-.- Режим доступу:

http://www.rusnauka.com/10_DN_2013/Economics/6_133255.doc.htm

Божкова В. В. Теоретичні основи стратегічного планування маркетингових комунікацій інновацій промислових підприємств: [Електронний ресурс] / В. В. Божкова- Режим доступу:

[http://lib.khnu.km.ua/pdf/visnyk_tup/2011/\(171\)2011-1-e.pdf#page=154](http://lib.khnu.km.ua/pdf/visnyk_tup/2011/(171)2011-1-e.pdf#page=154)

Бондаренко В. М. Основні принципи стратегічного маркетингового планування на підприємстві: [Електронний ресурс] / В. М. Бондаренко, З.О.Тягунова.- Режим доступу:

<http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/4957/1/%D0%9E%D0%A1%D0%9D%D0%9E%D0%92%D0%9D%D0%86%20%D0%9F%D0%A0%D0%98%D0%9D%D0%A6%D0%98%D0%9F%D0%98%20%D0%A1%D0%A2%D0%A0%D0%90%D0%A2%D0%95%D0%93%D0%86%D0%A7%D0%9D%D0%9E%D0%93%D0%9E%20%D0%9F%D0%9B%D0%90%D0%9D%D0%A3%D0%92%D0%90%D0%9D%D0%9D%D0%AF%20%D0%9D%D0%90%20%D0%9F%D0%86%D0%94%D0%9F%D0%A0%D0%98%D0%84%D0%9C%D0%A1%D0%A2%D0%92%D0%86.pdf>

Балабанова Д Ф . Стратегічне управління персоналом підприємства: [Електронний ресурс] / Д.Ф.Балабанова.- Режим доступу:

http://www.economy.in.ua/pdf/12_2019/14.pdf

Дячун .О Сутність стратегічного маркетингового планування, його завдання та принципи: [Електронний ресурс] / О. Дячун .- Режим доступу:

<https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/pdf/48/142.pdf>

Кравчук Н. В. Концептуальні основи стратегічного планування маркетингу туристичного підприємства: [Електронний ресурс] / Н.В. Кравчук - Режим

доступу: [http://lib.khnu.km.ua/pdf/visnyk_tup/2010/\(152\)%20VKNU-ES-2010-N3-Volume2.pdf#page=23](http://lib.khnu.km.ua/pdf/visnyk_tup/2010/(152)%20VKNU-ES-2010-N3-Volume2.pdf#page=23)

Лебеденко М. С. Стратегічне планування маркетингової діяльності в мережі інтернет: [Електронний ресурс] / М.С. Лебеденко - Режим доступу: <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/6344/3/285-289.pdf>

Лінь Ду Стратегічне планування маркетингу: [Електронний ресурс] / Ду Лінь .- Режим доступу: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/7449/1/20170330_Cluster_P364-373.pdf

Маркіна І. А. Стратегічне планування маркетингу в системі управління організацією туристичного бізнесу:[Електронний ресурс] / І. А. Маркіна // Ефективна економіка, 2015.-№1.- Режим доступу: http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/3100/1/efek_2015_1_7.pdf

Морозова М. Є. Стратегічне планування. Поняття і етапи стратегічного планування. Scientific Journal Virtus June: [Електронний ресурс] / М.Є.Моозова -.- Режим доступу: http://lib.iitta.gov.ua/718325/1/Морозова_стаття_.pdf

Миронов, Ю. Б. Стратегічне маркетингове планування в туризмі: [Електронний ресурс] / Ю.Б.Миронов, І.І. Свидрук, М.Я. Топорницька // Науковий вісник НЛТУ України, 2020.-№30(1).-С. 94-98.- Режим доступу: <https://doi.org/10.36930/40300116>

Семенюк.С. Стратегічне планування маркетингу: теоретико-концептуальні засади: [Електронний ресурс] / С.Семенюк // Галицький економічний вісник. - 2010. - №2(27).- С.64-72 - Режим доступу: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/716/2/GEB_2010_v27_No2-S_Semeniuk-Strategic_marketing_planning_theoretical_64.pdf

Череп А. В. Стратегічне планування і управління: [Електронний ресурс]: навчальний посібник / А.В. Череп, А.В. Сучков.- К. : «Кондор», 2011. - 334 с. - Режим доступу: http://library.kpi.kharkov.ua/files/new_postupleniya/cherepstrpl.pdf

Штейн О.І. Обґрунтування концепції маркетингового стратегічного планування: [Електронний ресурс] / О.І. Штейн - Режим доступу: https://lib.sevsu.ru/xmlui/bitstream/handle/123456789/5479/130_44.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Розділ 4. Інфраструктура товарного ринку

- Бакушевич І. Маркетингові технології у сфері інформаційно-комунікаційних послуг та їх вплив на зміни кон'юнктури транскордонних ринків / І Бакушевич // Маркетинг в Україні, 2013.-№ 1.– С. 24-33
- Борщевський В.В. Детінізація оптової та роздрібної торгівлі регіонів України як чинник підвищення ефективності використання потенціалу їх розвитку / В.В. Борщевський // Регіональна економіка, 2020.-№1.– С.22-32
- Белявцев М.І. Інфраструктура товарного ринку / М.І.Белявцев: навчальний посібник / М.І.Белявцев, Л.В.Шестопалова.– К.: Центр навчальної літератури, 2005.– 416с.
- Будько Є. Новації та дестинації. Міжнародна туристична виставка "UITM - 2019 " / Є. Будько // Міжнародний туризм, 2019.-№6.– С.104 - 111
- Волмут К. Міжнародні товарні ринки: лібералізм проти дирижизму(актуалізація поглядів Дж.М.Кейнса) / К. Волмут // Журнал европейской экономики, 2018.-Том 17.-№4(67).– С.363-412
- Гончар Л.А. Нечітко-логічна модель оптимізації асортименту торговельного підприємства/Л.А.Гончар, В.Г.М'ячин // Академічний огляд, 2015.-№1.– С.109-117
- Дупляк Т.П. Організація виставкової діяльності: опорний конспект лекцій / Т.П.Дупляк.– К.: КНТЕУ, 2015.– 41с.
- Єлісеєва О.К. Статистичне моделювання оптової торгівлі в Україні / О.К.Єлісеєва // Статистика України, 2011.-№3.– С.8-11
- Жебровська О. Використання інтегрованих маркетингових комунікацій у просуванні товарів та послуг класу "люкс" / О.Жебровська // Економіст, 2014.-№9.– С.44-46
- Заячківська Г.А. Сучасна концепція маркетингу міжнародних туристичних послуг: інтердисциплінарний підхід / Г.А. Заячківська // Європейський вектор економічного розвитку: збірник наукових праць, 2013.-№2(15).– С.106-113
- Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник / О.В.Прокопенко, В.Ю.Школа, О.О.Дегтяренко, С.М.Махнуша.– К.: Центр навчальної літератури, 2007.– 296с.
- Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник / під ред.О.О.Шубіна; 2-е вид., перероб.та доп.– К.: Студцентр, 2004.– 816с.

- Іванова А. Особливості формування інфраструктури ринку споживчих товарів / А.Іванова // Банківська справа, 2014.-№11.– С.83-90
- Ілляшенко С.М. Маркетингова товарна політика: підручник / С.М.Ілляшенко.– Суми: Університетська книга, 2017.– 234с.
- Кручинецкий С., Разработка маркетингового плана. Где логика?//Отдел маркетинга,2010.-№3.– С.8-12
- Курман Т. Щодо планування маркетингу в АПК / Т.Курман // Підприємництво, господарство і право,2004.-№ 2.– С. 62-64
- Корженко К.А. Аналіз формування цінової політики та рівня торговельної націнки підприємств роздрібною торгівлі на ринку канцелярських товарів / К.А. Корженко // Академічний огляд, 2010.-№ 1.– С.32-37
- Крамченко Л.І. Статистика ринку товарів та послуг: навчальний посібник/Л.І.Крамченко.– Л.:Новий Світ-2000, 2011.– 296с.
- Кузьмінов С.В. Обмеженість можливостей порівняння якості товару як об'єктивна основа поділу ринку на ніші / С.В. Кузьмінов // Європейський вектор економічного розвитку: збірник наукових праць,2010.-№1(8).– С.76-83
- Любаренко Т.І. Глобалізація брендів на світових товарних ринках / Т.І.Любаренко // Економіка. Фінанси. Право, 2010.-№11.– С.6-10
- Лабурцева Е.И. Система маркетинговых коммуникаций предприятий розничной торговли / Е.И.Лабурцева // Экономика Украины, 2018.-№9.– С.139-152
- Мак-Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга / М. Мак-Дональд.– СПб.: Изд-во "Питер", 2000.– 320с.:ил.– (Серия "Маркетинг для профессионалов")
- Мазур Е.Е. Организационные патологии системы государственного регулирования розничной торговли Украины / Е.Е. Мазур // Экономика Украины, 2014.-№4.– С.18-28
- Носач Л. Вплив виставкової діяльності на розвиток бізнесу / Л.Носач // Маркетинг в Україні, 2019.-№4.– С.38-45
- Обидовская В. Каждый маркетолог должен понимать, что после вуза обучение не заканчивается / В. Обидовская // Маркетинг и реклама,2013.- №4.– С.32-33
- Орленко Б. Регулювання дилерської діяльності на окремих товарних ринках у контексті Євроінтеграції України / Б. Орленко // Підприємництво, господарство і право, 2017.-№1.– С.70-76

- Орлова В.М. Дослідження товарних позицій за їх асортиментом та якістю у торговельних підприємствах / В.М. Орлова // Академічний огляд, 2019.- №1(50).– С.59-69
- Пащук Л. Особливості формування комплексу маркетингу у сфері туристичних послуг / Л. Пащук // Маркетинг в Україні, 2012.-№ 4.– С.37-44
- Попова Л. Маркетингова політика управління продажем туристичних послуг / Л.Попова // Маркетинг в Україні, 2013.-№ 2.– С.23-32
- Павлова В.А. Вплив ринкових та інституційних факторів на стратегічний розвиток підприємств-виробників споживчих товарів // Академічний огляд, 2006.-№ 1.– С.32-37
- Пазуха М.Д. Кон'юнктура світових товарних ринків: навчальний посібник / М.Д. Пазуха.– К.: ЦУЛ, 2008.– 272с.
- Пасічник В.Г. Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник / В.Г.Пасічник, О.В.Акіліна.– К.:Центр навчальної літератури, 2005.– 136с.
- Попадинець Н.М. Сутність маркетингової діяльності в системі організації забезпечення споживчими товарами внутрішнього ринку / Н.М. Попадинець // Регіональна економіка,2019.-№4.– С.127-136
- Попадинець Н.М. Стратегічні орієнтири державного регулювання розвитку внутрішнього ринку споживчих товарів / Н.М. Попадинець //Регіональна економіка, 2020.-№2.– С.131-143
- Решетілова Т. Особливості просування інноваційних товарів на промисловому ринку / Т.Решетілова // Маркетинг в Україні,2020.-№1.– С.55-59
- Решетнікова І. Використання інтернет-технологій в маркетингу підприємств сфери послуг / І. Решетнікова //Маркетинг в Україні, 2014.-№5.– С.47-57
- Решетнікова І. Основні положення концепції маркетингу на ринку логістичних послуг / І. Решетнікова // Маркетинг в Україні, 2011.-№ 4.– С.66-69
- Романина Н. Навязанная маркетинговая беспомощность, или как связаны несчастные собаки и медиа-планирование в социальных сетях / Н. Романина // Маркетинг и реклама, 2011.-№ 2.– С.40-41
- Сулицкий В.Н. Имитационное моделирование в маркетинговом планировании / В.Н. Сулицкий // Маркетинг в России и за рубежом, 2010.- №6.– С.29-40

- Савощенко А.С. Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник / А.С. Савощенко.– К.:КНЕУ, 2005.– 336с.
- Старостіна А. Особливості мотивації та ринкової поведінки українських споживачів високотехнологічних товарів / А. Старостіна //Маркетинг в Україні,2010.-№ 5.– С.18-23
- Свириденко Г.В. Фінансово-правове регулювання діяльності акціонерних товариств на ринку цінних паперів: ретроспективний аналіз / Г.В.Свириденко //Держава і право,2010.-Вип: 49.– С.384-389
- Сидоренко О.В. Товарознавчі складові ринкознавства.: опорний конспект лекцій / О.В. Сидоренко.– К.: КНТЕУ, 2002.– 53с.
- Трайндл А. LİM: формула успеха в розничной торговле / А. Трайндл // Отдел маркетинга, 2011.-№6.– С.60-2
- Фесун М.Н. Маркетинговое исследование покупательских предпочтений при выборе предприятий розничной торговли / М.Н. Фесун // Академічний огляд, 2012.-№ 1.– С.131-137
- Шинкаренко Н. Віртуальні виставки - нові можливості маркетингових комунікацій / Н. Шинкаренко // Маркетинг в Україні, 2017.-№ 5-6.– С.33-37
- Шканова О.М. Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник / О.М.Шканова.– К.: Центр навчальної літератури, 2006.– 320с.
- Шапоренко О. Маркетинг подій (івент маркетинг), як інструмент успішного просування органічних продуктів та товарів широкого вжитку / О.Шапоренко // Маркетинг в Україні, 2020.-№5.– С.25-26
- Яшкіна О. Маркетингові дослідження інноваційного товару в машинобудівній галузі / О. Яшкіна // Маркетинг в Україні, 2017.-№4.– С.18-25
- Яременко С.С. Специфіка маркетингу юридичних послуг / С.С.Яременко, В.О.Савченко // Академічний огляд, 2017.-№2(47).– С.65-74

Електронний ресурс:

Жидик О. І. Роздрібна торгівля: суть та еволюція поглядів: [Електронний ресурс] / О. І. Жидик.- Режим доступа:
http://www.economy.in.ua/pdf/12_2013/22.pdf

Прокопенко О.В. Інфраструктура товарного ринку: [Електронний ресурс]: навчальний посібник / О.В. Прокопенко, В.Ю. Школа, О.О. Дегтяренко, С.М. Махнуша. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 296 с.- Режим доступа:

https://shron1.chtyvo.org.ua/Prokopenko_OV/Infrastruktura_tovarnoho_rynku.pdf?PHPSESSID=h7rrc9en2lv7o0dqtmm9tc4ot2

Сащенко А. С. Інфраструктура товарного ринку: [Електронний ресурс]: навч. посіб. / А.С. Сащенко - К.: КНЕУ, 2005. - 336 с. Режим доступа: http://librarium.cc.ua/%D1%96%D0%BD%D1%84%D1%80%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0_%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%BA%D1%83_%D1%81%D0%B0%D0%B2%D0%BE%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE_%D0%BF%D1%96%D0%B4%D1%80%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%BA.html

Розділ 5. Поведінка споживача

Блэкуэлл Р.Д. Поведение потребителей / Р.Д. Блэкуэлл, П.У. Миниард, Дж.Ф.Энджел. - СПб: Питер, 2009.-947с.

Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник для вузів / С.С. Гаркавенко – К.: Лібра, 2002.-712с.

Гантер Б. Типы потребителей: введение в психографику / Б.Гантер, А. Фернхам. – СПб: Питер, 2001. – 304 с.

Гацька Л.П. Дослідження поведінки споживачів в екологічному маркетингу / Л.П. Гацька // Економіка. Фінанси. Право, 2020.-№10.– С.5-8

Гут І.О. Сучасні методи поведінки споживачів / І.О.Гут // Академічний огляд, 2001.-№ 1.– С.32-36

Городняк І.В. Поведінка споживача: навч. Посібник / І.В. Городняк.- Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 256 с.

Джеймс Ф.Энджел Поведение потребителей / Джеймс Ф.Энджел, Роджер Д.Блэкуэлл, Пол У. Миниард.. - СПб: Питер, 2000. - 759 с.

Добридень О.В. До питання про роль стереотипів споживання у формуванні здоров'я збереженої поведінки особистості / О.В. Добридень // Грані, 2017.- Т.20.-№3.– С.104-109

Жарська І. О. Поведінка споживача: навчальний посібник / І. О. Жарська, М. А. Окландер. – Київ: Центр учбової літератури, 2014. – 208 с.

Зозульов О. Схема аналізу поведінки споживачів на промисловому ринку/ О.Зозульов, А.Василенко // Маркетинг в Україні, 2017.-№1.– С.24-31

Зозулєв А.В. Поведеніє потребителєй: учеб.пособіє / А.В. Зозулєв - К.: Знаннє, 2004. - 364 с.

Ильин В.И. Поведеніє потребителєй. - СПб.: Питер, 2000. - 224 с

Коноваленко А.С. Методичні підходи до дослідженнє споживчої поведінки дітей шкільного віку / А.С. Коноваленко // Економічний нобелівський вісник, 2020.-№1(13).– С.42-48

Кузьмінов С.В. Ринковий попит і поведінка споживача: психологічні аспекти взаємообумовленості / С.В. Кузьмінов // Європейський вектор економічного розвитку: збірник наукових праць, 2014.-№1(16).– С.84-92

Кузьмук О.М. Споживацька поведінка як механізм ідентичності / О.М.Кузьмук // Грані, 2015.-№4.– С.12-16

Козырев А.А Мотивация потребителей / А.А. Козырев. – СПб.: Из-во Михайлова В.А., 2003. – 384 с.

Кожухівська Р. Б., Транченко Л. В. Поведінка споживачів [Текст] : навч. посіб. для студентів ВНЗ. Умань : Жовтий О. О., 2014. 360 с.

Ларіна Я.С. Поведінка споживача: навч. Посіб / Я.С. Ларіна, А.В.Рябчик.- Київ: Видавничий центр «Академія», 2014. 224с.

Мазурок П.П. Особливості формування та споживацької поведінки середнього класу в Україні / П.П.Мазурок // Академічний огляд, 2003.-№ 2.– С.19-24

Окландер М.А. Поведінка споживача: навчальний посібник / М.А.Окландер, І.О.Жарська.– К.:ЦУЛ, 2017.– 208с.

Петруня В.Ю. Споживацька поведінка домашніх господарств як об'єкт інтересу суспільства, держави та бізнесу / В.Ю. Петруня // Академічний огляд, 2017.-№2(47).– С.5-11

Петруня Ю.Є. Поведінка індивідуальних споживачів як об'єкт управлінських інтересів/ Ю.Є.Петруня, В.Ю.Петруня, О.І.Губа // Європейський вектор економічного розвитку: збірник наукових праць, 2021.-№2(31).– С.62-72

Прокопенко О.В. Поведінка споживачів: навчальний посібник / О.В.Прокопенко, М.Ю.Троян.– К.:Центр навчальної літератури, 2008.– 176с.

Савельєв В.В. Модель зміни поведінки споживачів як основа маркетингової антикризової стратегії / В.В. Савельєв // Економіка. Фінанси. Право, 2009.- №4.– С.3-5

Старостіна А. Особливості мотивації та ринкової поведінки українських споживачів виокотехнологічних товарів / А.Старостіна // Маркетинг в Україні, 2010.-№ 5.– С.18-23

Сулова Т. Дослідження впливу маркетингової цінової політики на поведінку споживачів туристичних послуг / Т. Сулова // Маркетинг в Україні, 2011.- №1.– С.42-45

Скибінський С.В. Поведінка споживачів: навчальний посібник / С.В.Скибінський. - Львів: Укоопспілка Вид-во Львівської КА, 2009. 260с.

Страшинська Л. В. Поведінка споживачів: конспект лекцій / Л.В.Страшинська.- Київ: ЕКОМЕН, 2010. 101 с.

Фоксол Г. Психология потребителя в маркетинге / Г. Фоксол, Р. Голдсмит, С.Браун. - СПб: Питер, 2001. - 352 с.

Шафалюк О.К. Поведінка споживачів: курс лекцій / О.К.Шафалюк. – К.: КНЕУ, 2009. – 68 с

Яременко С.С. Сучасні тенденції ринку FMCG та особливості споживацької поведінки на ньому/ С.С.Яременко, Е.Д.Аракелян // Академічний огляд, 2015.-№2.– С.92-104

Електронний ресурс:

Бочко О.Ю Дослідження поведінки споживачів в умовах covid-19 та вплив на них трендів маркетингу – 2021 / О.Ю.Бочко О.Ю Н. Кожушок // Приазовський економічний вісник, 2021.- Випуск 2(25) .- Режим доступу: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2021/2_25_ukr/14.pdf

Бояджи Т.І. Теоретичні аспекти формування свідомої поведінки споживача у процесі реалізації товарів та надання послуг Т.І. Бояджи // Наукові праці МАУП, 2016.- вип. 50(3).- С. 136–140.- Режим доступу: http://journals.maup.com.ua/journal/50_2016/8.pdf

Державний комітет статистики: [Електронний ресурс]. – Режим доступу:- <http://www.ukrstat.gov.ua>

Замкова Н.Л. Поведінка споживачів: [Електронний ресурс]: навчальний посібник / Н.Л. Замкова, І.І.Поліщук, Н.Ю. Буга, К.Ю. Соколюк. – Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. – 200 с. .- Режим доступу: <https://ir.vtei.edu.ua/g.php?fname=26445.pdf>

Опорний конспект лекцій із дисципліни "Поведінка споживачів" за освітньо-професійною програмою підготовки бакалаврів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг»: [Електронний ресурс] / О. П. Бурліцька. – Тернопіль: ТНТУ ім. І.Пулюя,

2019. – 111 с. .- Режим доступу:

<http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/29440/1/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82%20%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%B0%20%D1%81%D0%BF%D0%BE%D0%B6%202019-%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D1%82%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%BE.pdf>

Розділ 6. Промисловий маркетинг

Промисловий маркетинг: навчальний посібник / під ред.О.О.Шубіна.- К.: НМЦВО МОіН України, 2002.– 432с.

Промисловий маркетинг: Теорія, світовий досвід, українська практика: підручник / За ред. А.О.Старостіної.– К.:Знання, 2005.– 764с

Акимова И. М. Промышленный маркетинг / И. М. Акимова. – 2-е изд., стер. – К. : Знання, 2001. – 293 с

Алышев А.Н. Комплекс маркетинга на промышленных предприятиях / А.Н.Алышев // Академічний огляд, 2004.-№ 1.– С. 92-97

Бойчук І.В. Маркетинг промислового підприємства: навчальний посібник / І.В.Бойчук, А.Я.Дмитрів.– К.:ЦУЛ, 2017.– 360с.

Браун К. Стоимость маркетингового контакта и оценка эффективности промо-компании / К. Браун // Отдел маркетинга, 2011.-№7-8.– С.58-60

Вачевський М.В. Промисловий маркетинг. Основи теорії і практики: навчальний посібник / М.В.Вачевський, В.Г.Скотний, О.М.Вачевський.– К.: Центр навчальної літератури, 2004.– 256с.

Войт С.Н. Синтез системы маркетингово-ориентированного управления производственно-сбытовой деятельностью предприятий промышленности: диссертация на соискание научной степени кандидата экономических наук / С.Н. Войт; научный руководитель В.А. Ткаченко В.А.– Дніпропетровськ: ДУЭП, 2003.– 177с.

Дубницький В. Інноваційно-маркетинговий потенціал промислового підприємства як інструмент підвищення його конкурентоспроможності на світовому ринку / В. Дубницький // Маркетинг в Україні, 2012.-№ 6.– С.33-40

Дибб С. Практическое руководство по сегментированию рынка / С. Дибб Л.Симкин.– СПб: Питер, 2001. – 249 с.

Зозулев А.В. Промышленный маркетинг: стратегический аспект: учебное пособие.– Х.: Студцентр, 2005.– 328с.:ил.

Зозульов О.В. Ринкове позиціонування: з чого починається створення успішних брендів / О. В. Зозульов, Н. Л. Писаренко. – К. : Знання-Прес, 2004. – 199 с.

Зозульов О.В. Корпоративний бренд: сутність та особливості / О.В. Зозульов, М.О. Григоращ // Маркетинг в Україні. – 2010. - № 2 (60). – С. 36-42.

Зозульов О.В. Бренд як нематеріальний актив у постіндустріальному суспільстві / О.В. Зозульов. Ю. Нестерова // Економіка України. – 2008. - № 3 (556). – С. 4-11.

Зозульов О.В. Формування омніканальної збутової стратегії підприємства / О.В. Зозульов, М. Левченко // Економічний вісник. Національного технічного університету України “КПІ”. – К.: НТУУ «КПІ» ВПІ ВПК «Політехніка» – 2016. - №13. – С. 361-368. 49.

Зозульов О.В., Процесно-технологічний підхід до формування маркетингової моделі товару /О.В. Зозульов, Т.О. Царьова // Економічний вісник. Національного технічного університету України “КПІ”. – К.: НТУУ «КПІ» ВПІ ВПК «Політехніка» – 2016. - №13. – С. 369-376.

Камалов Н. Проблемы организации маркетинга в совместных предприятиях пищевой промышленности Азербайджана Н. Камалов //Економіст, 2010.- №6.– С.46-49

Клименко В.І. Роль маркетингових досліджень у реалізації інноваційної стратегії на підприємствах харчової промисловості / В.І. Клименко // Економіка. Фінанси. Право, 2007.-№8.– 3-9

Ковалев А. Природа, сущность и особенности промышленного маркетинга / А. Ковалев // Маркетинг, 2003.-№ 1.– С. 109-122

Колодій Г.С. Врахування особливостей маркетингової діяльності при розробці маркетингових програм промислових підприємств / Г.С. Колодій // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму, 2011.-№1(4).– С.173-177

Корж М. Вплив психологічних аспектів управління змінами на ефективність управління маркетингом на підприємствах промислової сфери / М. Корж // Економіст, 2008.-№ 9.– 66-69

Крамаренко С.Б. Новая маркетинговая стратегия как фактор промышленного развития / С.Б.Крамаренко, В.П.Божко // Економіка. Фінанси. Право, 2005.- №1.– С.37-38

Кузьмина С.Н. Развитие системы бизнес-инкубирования в интересах малого промышленного бизнеса: условия и маркетинговые подходы / С.Н. Кузьмина // Маркетинг в России и за рубежом, 2011.-№ 2.– С.18-27

Лилик І. Форум "Промисловий маркетинг" / І. Лилик // Маркетинг в Україні, 2005.-№4.– С.4

Муромцев С. Разработка маркетинговой стратегии промышленного предприятия / С.Муромцев //Маркетинг, 2004.-№ 1.– С. 104-109

Нифаева О.В. Интеграция функций маркетинга и производства в условиях реструктуризации производственной деятельности промышленного предприятия / О.В. Нифаева // Маркетинг в России и за рубежом, 2007.-№ 3.– С.116-121

Павленко А.Ф. Маркетинг: підручник / А.Ф. Павленко, І.Л. Решетникова, А.В. Войчак; за науковою ред.. д-ра екон. наук, проф., акад.. АПН України А.Ф. Павленко. – К.: КНЕУ, 2008, - 600 с

Пилипенко В.М. Форум "Промисловий маркетинг": на шляху до єднання маркетингологів вітчизняних підприємств / В.М. Пилипенко // Маркетинг в Україні, 2004.-№ 4.– С.4-8

Пилипчук В.П. Промисловий маркетинг: навчальний посібник / В.П.Пилипчук, О.Ф.Оснач, Л.П.Коваленко.- 2-ге видання – К.: Центр навчальної літератури, 2011.– 364с.

Руденко Ю.В. Особливості застосування методів управління маркетинговими витратами на промислових підприємствах / Ю.В. Руденко // Академічний огляд, 2013.-№ 1.– С.122-128

Рыжикова Т. Стратегии промышленного маркетинга предприятия Т.Рыжикова // Маркетинг, 2007.-№ 5.– С.33-49

Тараненко І.В. Пошукові маркетингові дослідження споживачів промислового підприємства / І.В.Тараненко, С.С.Яременко, В.А.Зеленська // Академічний огляд, 2015.-№1.– С.144-152

Телетов О.С. Маркетинг у промисловості: підручник.– К.: Центр навчальної літератури, 2004.– 248с.

Телетов О.С. Тестові та контрольні завдання з промислового маркетингу: навчальний посібник / О.С.Телетов, А.В.Войчак, О.Д.Алексеєнко.– Суми: Вид-во СумДУ, 2002.– 130с.

Ткаченко В.А. Маркетингове забезпечення попередньої стадії інноваційного процесу промислового підприємства / В.А.Ткаченко, Т.С.Мішустіна // Академічний огляд, 2013.-№ 1.– С.98-108

Ткаченко Л.В. Промисловий маркетинг: збірник завдань для практичних занять та самостійної роботи / Л.В.Ткаченко.- Д.: ДУЕП ім. Альфреда Нобеля, 2012.– 92с.

Фещур Р. Маркетингові інструменти управління розвитком промислових підприємств Р. Фещур // Маркетинг в Україні, 2012.-№ 5.– С. 51-56

Щирін Ю.О. Маркетинг для обраних, або особливості національного промислового маркетингу / Ю.О. Щирін // Маркетинг в Україні, 2005.-№ 6.– С.12-14

Яременко С.С. Маркетингова комунікаційна активність промислового підприємства / С.С. Яременко // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму, 2012.-№1(5) т.2.– С.441-448

Електронний ресурс:

Борисенко О.С. Промисловий і споживчий маркетинг: особливості та основні відмінності: [Електронний ресурс]: / О.С. Борисенко, Ю.В. Фісун.- Режим доступу: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/18_2018_ukr/16.pdf

Белова Т.Г. Промисловий маркетинг: [Електронний ресурс]: Конспект лекцій для студ. спец. 6.050100 «Маркетинг» напряму підготовки 0501 «Економіка і підприємництво» усіх форм навчання / Т.Г. Белова – К. : НУХТ, 2009. – 155с.- Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/14130/1/18.pdf>

Кушнір Т.М. Маркетинг промислового підприємства: [Електронний ресурс]: тестові завдання для студентів економічного факультету / Т.М. Кушнір.- Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2011. - 64 с.- Режим доступу: <https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/Zbirnyk-testiv-z-MPP.pdf>

Нечаєв В.П. Промисловий маркетинг: [Електронний ресурс]: навч. метод. посіб. для самост. вивчення дисципліни / Н.П.Нечаєв - Кривий Ріг: МІНЕРАЛ, 2016. – 185 с.- Режим доступу: <https://lib.iitta.gov.ua/706671/1/%D0%9D%D0%B5%D1%87%D0%B0%D1%94%D0%B2-%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9%20%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3.pdf>

Оснач О.Ф. Промисловий маркетинг: [Електронний ресурс]: підручник / О.Ф. Оснач, В.П. Пилипчук Л.П. Коваленко.- К.: Центр учбової літератури, 2009.- 365с.- Режим доступу: http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4348/1/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B8%

[D0%B9%20%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3.pdf](#)

Росоха В.В. Промисловий і споживчий маркетинг: особливості та інструменти: [Електронний ресурс] / В.В. Росоха.- Режим доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/149238918.pdf>

Росоха В. В. Розвиток промислового маркетингу в контексті сучасних ринкових трансформацій: [Електронний ресурс] / В.В. Росоха.- Режим доступу: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/6798/Rossokha_Rozvytok_promyslovoho_marketynhu%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Святненко В.Ю. Промисловий маркетинг: [Електронний ресурс]: навч. посіб. / В.Ю. Святненко.- К.: МАУП, 2001.-264с.- Режим доступу: https://lkkeip.at.ua/_id/2/252_N446.pdf

Розділ 7. Міжнародний маркетинг

Артющенко В. Роль реалізації концепції цифрового маркетингу при виході на міжнародний ринок / В. Артющенко // Маркетинг в Україні, 2016.-№5.– С.52-55

Акулич І.Л. Международный маркетинг: учеб. пособие. / И.Л. Акулич.- Мн.: Выш. шк., 2006. 544 с.

Багиев Г.Л. Международный маркетинг: учебник для вузов / Г.Л. Багиев, Н.К. Моисеева, В.И. Черенков.- 2-е изд.- СПб.: Питер, 2008. 688 с.

Барановська М.І. Міжнародний маркетинг / М.І. Барановська. – К.: ЦУЛ, 2013. – 302 с.

Вачевський М. Маркетинг світового господарства та України в міжнародних економічних відносинах / М. Вачевський // Вища школа, 2010.-№2.– С.60-67

Власова-Захарченко М.С. Стратегічний аналіз умов експортно-імпортової діяльності України на світових ринках / М.С. Власова-Захарченко // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму, 2012.-№1(5) т.2.– С.45-52

Волошан І. Експортні операції: найбільші проблеми при їх здійсненні та шлях до ринку / І. Волошан // Економіст, 2017.-№10.– С.14-18

Грищенко Т. Особливості банківського кредитування експорту в зарубіжних країнах / Т.Грищенко, В.Курищук // Банківська справа, 2009.-№ 6.– С.51-62

- Гвоздецька І. Тенденції зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств: маркетинговий аспект / І. Гвоздецька // Економіст, 2017.-№9.- С.31-37
- Залізнюк В. Прогнозування експортних можливостей українських підприємств на основі аналізу світових ринків продукції сільського господарства / В. Залізнюк // Маркетинг в Україні, 2015.-№2.- С.46-53
- Міжнародному бізнесу - маркетингову підтримку // Маркетинг в Україні, 2012.-№ 2.- С.10-13
- Перша міжнародна науково - практична інтернет - конференція органічний маркетинг: сучасні технології та перспективи розвитку // Маркетинг в Україні, 2020.-№5.- С.21-24
- Заячківська Г.А. Сучасна концепція маркетингу міжнародних туристичних послуг: інтердисциплінарний підхід / Г.А. Заячківська // Європейський вектор економічного розвитку: збірник наукових праць, 2013.-№2(15).- С.106-113
- Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг: Теорія і господарські ситуації: навч. посібник / О.Л. Каніщенко.- 2-ге вид., перероб.- К.: Кондор, 2004.- 152с.
- Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг у діяльності українських підприємств / О.Л. Каніщенко.- К.: Знання, 2007.- 446с.
- Каніщенко О.Л. Проблеми міжнародного маркетингу в Україні / О.Л.Каніщенко // Маркетинг в Україні, 2004.-№ 6.- С. 33-34
- Ковінько О. Маркетингова оцінка стану ринку аграрної продукції України: передумови активізації міжнародної бізнес-діяльності вітчизняних аграрних підприємств / О. Ковінько // Маркетинг в Україні, 2017.-№4.- С.32-47
- Ковтуненко К.В. Особливості управління експортно - орієнтованим виробничим підприємством при виході на зовнішні ринки: інтелектуальний аспект / К.В. Ковтуненко // Економіка. Фінанси. Право, 2021.-№6.- С.5-8
- Красникова С.І. Стан і деякі шляхи поліпшення експортної діяльності / С.І.Красникова, І.В.Почиталіна // Академічний огляд, 2003.-№ 2.- С. 98-104
- Кузьмінов С.В. Експортоорієнтований розвиток: межі економічного зростання / С.В. Кузьмінов // Академічний огляд, 2018.-№2.- С.5-19
- Кухарська Н.О. Експортно-імпортна політика України: роки незалежності / Н.О. Кухарська // Регіональна економіка, 2005.-№ 1.- С.32-39

- Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг у діяльності українських підприємств / О.Л. Каніщенко.- К. : Знання, 2007. 446 с.
- Козак Ю.Г. Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях: навч. посіб. / Ю.Г. Козак, О.О. Селезньова та ін.; за ред. М.І. Барановської, Смичека. - К.: Центр учбової літератури, 2013. 302 с.
- Леснікова М.В. Агрегування індексів середніх цін та фізичного обсягу експорту-імпорту у зовнішній торгівлі товарами / М.В. Леснікова // Статистика України, 2010.-№1.– С.33-38
- Леснікова М.В. Економіко-статистичні підходи до формування цільового індексу цін експорту-імпорту товарів у зовнішній торгівлі товарами / М.В.Леснікова // Статистика України, 2011.-№2.– С.10-13
- Леснікова М.В. Статистичні підходи до розрахунку індексів цін експорту (імпорту) послуг / М.В.Леснікова // Статистика України, 2012.-№4.– С. 15-20
- Луцій О.П. Міжнародний маркетинг: конспект лекцій / О.П. Луцій.– К.:Вид-во Європ.ун-ту фінансів,інформ.систем,менеджм.і бізнесу, 2000.– 45с.
- Луцій О.П. Сучасні тенденції маркетингових досліджень на міжнародному ринку / О.П.Луцій, І.С.Коварш // Маркетинг в Україні, 2005.-№1.– С.8-10
- Маркетинг: учебник для вузов / Н.Д. Эриашвили, К. Ховард, Ю.А. Цыпкин и др.; под ред. Н.Д. Эриашвили. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 623 с.
- Мальська М.П. Міжнародна маркетингова діяльність: теорія та практика: підручник. / М.П. Мальська. – К.: ЦУЛ, 2013. – 288 с.
- Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С.В. Петровська та ін. – К. : НАУ, 2019. – 164 с
- Міжнародний маркетинг: навч. посіб. / За ред. Ю.Г. Козака, С. Смичека, І.Л.Літовченко.- Київ: «Центр учбової літератури», 2014. 294 с.
- Мазаракі А.А. Міжнародний маркетинг: підручник / А.А.Мазаракі, Т.І.Чаюн, Т.М.Мельник.- К.: КДТСУ, 2000.- 306с.
- Маштабей В.Я. Експортний маркетинг / В.Я. Маштабей.– К.: "Хвиля-Прес", 1995.– 224с.
- Новошинська Л.В. Міжнародний маркетинг: навчальний посібник / Л.В. Новошинська.– К.:Центр навчальної літератури, 2004.– 176с.
- Пастернак О.І. Ключові тенденції розвитку маркетингу територій: міжнародний досвід та уроки для України / О.І. Пастернак // Регіональна економіка, 2014.-№4.– С.212-220

- Пилипенко В.М. Маркетинг в Україні: на шляху до міжнародного визнання / В.М. Пилипенко // Маркетинг в Україні, 2004.-№ 3.– С. 4-5
- Пасічник Ю. Концепт перспектив експорту сільськогосподарської та харчової продукції України / Ю. Пасічник // Журнал европейской экономики, 2020.-т.19.-№2(73).– С.265-283
- Пелех О.Б. Структурні зміни експорту та імпорту товарів України на початку XXI ст. / О.Б. Пелех // Академічний огляд, 2021.-№2(55).– С.79-93
- Рахман М. С. Міжнародний маркетинг: навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів / М.С.Рахман. – Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – 180 с
- Рибчук А. Використання Україною світового досвіду стимулювання експорту високотехнологічної продукції / А. Рибчук // Журнал европейской экономики, 2020.-т.19.-№1(72).– С.16-26
- Рижкова Г.А. Про підвищення ролі торгово-промислової палати у розвитку експортного потенціалу регіону / Г.А. Рижкова // Академічний огляд, 2018.-№2.– С.53-61
- Рижкова Г.А. Інтернет-комунікація як інструмент міжнародного маркетингу / Г.А. Рижкова // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму, 2009.-№1(2).– С.138-139
- Серпухов М. Визначення ринків збуту та умов експорту української продукції до країн ЄС / М. Серпухов // Економіст, 2017.-№10.– С.10-13
- Степанов В.В. Перспективи нарощування українського експорту транспортних послуг / В.В. Степанов // Економіка. Фінанси. Право, 2011.-№3.– С.14-17
- Татар М.С. Аналіз ефективності експортних операцій металургійних підприємств / М.С. Татар // Економіка. Фінанси. Право, 2007.-№1.- 6-9
- Циганкова Т.М. Макротенденції розвитку сучасної парадигми міжнародного маркетингу / Т.М. Циганкова // Маркетинг в Україні, 2005.-№ 3.– С.63-66
- Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Т.М. Циганкова.- К.:КНЕУ, 2005.- 236с.
- Циганкова Т.М. Об'єктивні та суб'єктивні проблеми планування міжнародної маркетингової діяльності / Т.М. Циганкова // Маркетинг в Україні, 2003.-№6.– С. 14-15

Циганкова Т.М. Формування локальних парадигм міжнародного маркетингу / Т.М. Циганкова //Маркетинг в Україні, 2004.-№ 6.– С. 34-35

Черномаз П.О. Міжнародний маркетинг: навчальний посібник / П.О.Черномаз. – К.: Академвидав, 2010.– 272с.

Шлюсарчик Б. Концептуальні підходи до політики державного субсидування експорту продукції аграрного сектору у країнах ЄС / Б. Шлюсарчик // Фінанси України, 2008.-№ 5.– С.70-77

Шубравська О.В. Специалізація агропродовольчого експорту України: тенденції, драйвери, перспективи / О.В. Шубравська // Экономика Украины, 2021.-№4.– С.51-67

Електронний ресурс

Аль-Тмейзі А.Ю. Глобальний маркетинг: проблеми та перспективи розвитку: [Електронний ресурс] / А. Ю Аль-Тмейзі // Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2019/58.pdf

Дайновський Ю. А. Маркетингові прийоми: [Електронний ресурс]: навч. посіб. / Ю. А. Дайновський. – Режим доступу: http://tourlib.net/books_others/dajnovsky.htm

Міжнародний маркетинг: конспект лекцій: [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студентів спеціальності 075 «Маркетинг», освітня програма «Промисловий маркетинг» / Співаковська Т,В., Царьова Т.О.; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. – 71 с. Режим доступу: http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%9C%D1%96%D0%B6%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%B9%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3_%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82_%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D0%B9.pdf

Шталь Т. В. Ш87 Міжнародний маркетинг: [Електронний ресурс]: навчальний посібник / Т. В. Шталь, І. Е. Астахова, В. О. Козуб. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. – 275 с. Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/23343/1/2019-26-%D0%95%D0%9D%D0%9F%20-%20%D0%A8%D1%82%D0%B0%D0%BB%D1%8C%20%D0%A2%20%D0%92%2C%20%D0%90%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%85%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%86%20%D0%95%2C%20%D0%9A%D0%BE%D0%B7%D1%83%D0%B1%20%D0%92.%D0%9E..doc%28%D0%98%D0%A1%D0%9F%D0%A0%D0%90%D0%92%D0%9B%D0%95%D0%9D%D0%98%D0%AF%29.pdf>

Перелік ресурсів Scopus

Journal of Innovation and Knowledge

<https://www.sciencedirect.com/journal/journal-of-innovation-and-knowledge>

Organizacija

<https://www.degruyter.com/view/j/orga>

Fashion and Textiles

<https://fashionandtextiles.springeropen.com/>

Cogent Business and Management

<https://www.tandfonline.com/toc/oabm20/current>

Banks and Bank Systems

<https://www.businessperspectives.org/journals/banks-and-bank-systems>

Real Estate Management and Valuation

<https://www.degruyter.com/view/j/remav>

Cuadernos de Gestion

<http://www.ehu.eus/cuadernosdegestion/revista/en/>

Innovative Marketing

<https://www.businessperspectives.org/journals/innovative-marketing>

Journal of Distribution Science

https://kodisa.iams.or.kr/co/locale.kci?lang=en_US

Trziste

<https://www.efzg.unizg.hr/trziste>

Journal of Eastern European and Central Asian Research

<https://ieeca.org/journal/index.php/JEECAR/index>

Innovar

<https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar>

Estudios Gerenciales

https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/index

Revista Brasileira de Marketing

<https://periodicos.uninove.br/remark>

European Journal of Business Science and Technology

<https://www.ejobsat.cz/>

Wire Journal International

<https://www.wirenet.org/index.php>