

# Реклама як спосіб просування товарів та послуг



Міністерство аграрної політики та продовольства Украї-  
їни  
Миколаївський національний аграрний університет

Бібліотека

# **Реклама як спосіб просування товарів та послуг**

Рекомендаційний покажчик літератури

Миколаїв  
2014

УДК 339.138

ББК 65.422

Р 36

Укладачі: О. В. Кащевська, провідний бібліограф

А. А. Ястремська, провідний бібліограф

Редактор: О. Г. Пустова, директор бібліотеки МНАУ

**Реклама** як спосіб просування товарів та послуг : рек. покажч.  
Р 36 літ. / уклад. О. В. Кащевська, А. А. Ястремська ; ред. О. Г. Пустова.  
– Миколаїв : МНАУ, 2014. – 12 с.

© Миколаївський національний  
аграрний університет, 2014

© Бібліотека Миколаївського НАУ,  
2014

## ПЕРЕДМОВА

Бібліографічний покажчик «Реклама як спосіб просування товарів та послуг» присвячений досягненням науки та передового досвіду з питань використання реклами на ринку товарів та послуг.

До складу покажчика увійшли відомості про навчальні посібники, монографії, статті з наукових періодичних видань, а також матеріали всесвітньої мережі Інтернет з питань реклами.

При підготовці видання були використані фонди, каталоги та картотеки бібліотеки, бази даних бібліотеки МНАУ та електронні версії повнотекстових документів, розміщених в Інтернет.

Матеріали у покажчику розміщено за алфавітом авторів та назв видань.

Опис документів наведено мовою оригіналу. Бібліографічний опис зроблено за ДСТУ ГОСТ-7.1:2006 «Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання». Слова і словосполучення скорочуються відповідно діючим стандартам ДСТУ 35.82-97 «Скорочення слів в українській мові у бібліографічному описі. Загальні вимоги та правила»,

ГОСТ 7.12-93 «Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке. Общие правила и требования».

Бібліографічний покажчик адресований науковцям, спеціалістам сільського господарства, аспірантам, викладачам, студентам, а також тим, хто цікавиться питаннями реклами товарів та послуг.

1. Безверхий К. Сучасні підходи до вдосконалення обліку непрямих витрат на збут, рекламу і маркетинг / К. Безверхий // Бухгалтерський облік і аудит. – 2010. – № 12. – С. 14-19.
2. Божко В. П. Порівняння аналітичної та факторної моделей для оцінки рекламних витрат / В. П. Божко, О. В. Дегтярьова // Економіка. Фінанси. Право. – 2008. – № 10. – С.14-17.
3. Владимирська Г. О. Реклама: навч. посіб. / Г. О. Владимирська, П. О. Владимирський. – К. : Кондор, 2006. – 334 с. – ISBN 966-351-086-2.
4. Дубовик Т. В. Інформаційне забезпечення управління рекламною діяльністю в торговельному підприємстві / Т. В. Дубовик // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 11. – С. 205-210.
5. Дудко О. С. Оценка действенности и эффективности рекламы / О. С. Дудко // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 3. – С. 174-182.
6. Елькин Р. Сущность и функции рекламы в си-

- стеме маркетинга. Планирование рекламы. Основные элементы рекламного плана [Электронный ресурс] / Р. Елькин. – Электрон. текст. данные. – Режим доступа : <http://www.webstarstudio.com/marketing/theor/gos/49.htm>. - Дата последнего доступа: 21.08.2014
7. Изучение потребителей (реклама: теория и практика) [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. данные. – Режим доступа : [http://www.potrepedia.ru/povedenie/izu\\_potr.htm](http://www.potrepedia.ru/povedenie/izu_potr.htm). - Дата последнего доступа: 21.08.2014.
  8. Индустрия рекламы: теория и практика рекламной деятельности : информационно-справочный портал [Электронный ресурс]. – М., 2005. – Веб-сайт. - Режим доступа : <http://adindustry.ru/>. - Дата последнего доступа: 21.08.2014.
  9. Карпенко Ю. М. Основні тенденції розвитку регіональних ринків зовнішньої реклами / Ю. М. Карпенко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 7. – С. 184-191.
  10. Ковальчук С. Ambient-media: новий шлях розвитку партизанського маркетингу

- гу / С. Ковальчук, О. Пугачова // Маркетинг в Україні. – 2011. – № 5-6. – С.39-45.
11. Ковшова І. О. Управління трейд-маркетингом на підприємствах з оптового продажу товарів / І. О. Ковшова, І. А. Гринджук // Агросвіт. – 2010. – № 22. – С. 31-33.
  12. Кожухівська Р. Б. Цілі маркетингових комунікацій і використання Інтернет-реклами / Р. Б. Кожухівська // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 7. – С. 120-126.
  13. Козлова І. Специфіка управління асортиментною політикою телевізійного каналу / І. Козлова // Маркетинг в Україні. – 2014. – № 3. – С. 10-15.
  14. Лазебник М. Объем рекламно-коммуникационного рынка Украины 2013 и развитие рынка в 2014 году. Экспертный прогноз Всеукраинской рекламной коалиции / М. Лазебник // Маркетинг в Україні. – 2013. – № 6. – С. 27-37.
  15. Макаренко П. М. Вплив реклами та заходів стимулювання продажу молочної продукції на вибір споживачів / П. М. Макаренко,



- Т. В. Воронько // Агросвіт. – 2009. – № 1. – С. 14-19.
16. Марцин В. С. Механізм забезпечення конкурентоспроможності товару та показники її оцінки / В. С. Марцин // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 1. – С. 35-44.
17. Melnikov A. S. Using an online tool for improving the efficiency of advertising campaigns and gaining competitive advantage = Використання онлайн - інструменту для підвищення ефективності рекламної кампанії та забезпечення конкурентної переваги / A. S. Melnikov, E. V. Melnikova // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 4. – С. 475-480.
18. Николайшвили Г. Г. Социальная реклама: некоторые вопросы теории и практики [Электронный ресурс] / Г. Г. Николайшвили // Регионология.- 2008. - № 2. - Режим доступа : <http://regionsar.ru/node/94>. - Дата последнего доступа: 21.08.2014.
19. Оністрат О. В. Ефективність рекламної діяльності підприємств / О. В. Оністрат // Актуальні проблеми

- економіки. – 2008. – № 7. – С. 127-132.
20. Песоцкий Е. Современная реклама: теория и практика [Электронный ресурс] / Е. Песоцкий. – Электрон. текст. данные. – Режим доступа : [http://www.e-reading.me/bookreader.php/44374/Pesockiii\\_-\\_Sovremennaya\\_reklama\\_-\\_Teoriya\\_i\\_praktika.html](http://www.e-reading.me/bookreader.php/44374/Pesockiii_-_Sovremennaya_reklama_-_Teoriya_i_praktika.html). - Дата последнего доступа: 21.08.2014.
  21. Покиданов Г. О. Виховна роль телебачення у нашому суспільстві / Г. О. Покиданов // Безпека життєдіяльності. – 2009. – № 7. – С.32-34.  
Примак Т. Рекламний креатив в Україні: учора, сьогодні, завтра / Т. Примак // Маркетинг в Україні. – 2007. – № 6. – С. 27-35.
  22. Про самые банальные основы рекламы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://antimarketing.by/prodazhnye-ulovki/prosamuye-banalnye-osnovy-reklamy/>. - Дата последнего доступа: 21.08.2014.
  23. Рекламные заповеди, функции, задачи и роли рекламы [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. данные. – Режим доступа : <http://>

- psylist.net/reklam/00015.htm. - Дата последнего доступа: 21.08.2014.
24. Сидерский М. Психологические основы рекламы плана [Электронный ресурс] / М. Сидерский // Радиус города – 2012. - № 12. - Режим доступа : <http://radiuscity.ru/psihologicheskie-osnovy-reklamy/>. - Дата последнего доступа: 21.08.2014.
  25. Слободян М. 10 рабочих фишек в составлении интернет-рекламы / М. Слободян // Маркетинг в Україні. – 2013. – № 6. – С. 38-40.
  26. Соловей Н. Спонсорство як один із видів маркетингових комунікацій / Н. Соловей, К. Маліношевська // Економіка. Фінанси. Право. – 2011. – № 10. – С. 30-33.
  27. Стандарти недискримінаційної реклами за ознакою статі // Маркетинг в Україні. – 2011. – № 4. – С. 46-52.
  28. Стандарти недискримінаційної реклами за ознакою статі: українська практика та міжнародний досвід: моногр. – К. : ТОВ Вид. Будинок "Аванпост-прим», 2011. – 88 с.
  29. Тимофієва Г.С. Реклама в ЗЕД : курс лек-

- цій / Г. С. Тимофієва. – Миколаїв : МНАУ, 2014. – 40 с.
30. Ткаченко Е. Оценка эффективности маркетинговой деятельности: современные подходы и методы / Е. Ткаченко // Маркетинг в Україні. – 2014. – № 1-2. – С. 48-53.
  31. Уроки рекламы от Avesta [Электронный ресурс]. – Ташкент, 1998. - Веб-сайт. - Режим доступа : <http://avesta-s.uz/uroki-reklamy-ot-avesta>. - Дата последнего доступа: 21.08.2014.
  32. Функции рекламы. Теория и практика рекламной деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://adindustry.ru/doc/1121>. - Дата последнего доступа: 21.08.2014.
  33. Цели и функции рекламы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.nrtm.ru/index.php/tseli-i-funktsii-reklamy.html>. - Дата последнего доступа: 21.08.2014.
  34. Яцюк Д. Реклама як основний чинник формування і функціонування бренду / Д. Яцюк // Маркетинг в Україні. – 2007. – № 3. – С. 28-32.

# **Реклама як спосіб просування товарів та послуг**

Рекомендаційний покажчик літератури

**Укладачі: Кащевська Олександра Володимирівна**

**Ястремська Анна Анатоліївна**

*Редактор: О. Г. Пустова*

*Комп'ютерний набір: О. В. Кащевська*

*Дизайн і верстка: Д. В. Ткаченко*

Формат Ум. друк. арк.

Тираж \_\_\_ прим. Зам. № \_\_\_

Надруковано у видавничому відділі  
Миколаївського національного аграрного університету  
54020, м. Миколаїв, вул. Паризької Комуні, 9

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4490 від 20.02.2012р.