

МАРКЕТИНГ в Україні

№ 6 (46), листопад-грудень, 2007 рік
Передплатний індекс – 22942
ISSN 1606-3732

Редакційна колегія:

Павленко А. Ф., д.е.н., академік –
головний редактор

Лирик І. В., к.е.н., доцент –
заст. головного редактора

Бакушевич І. В., к.е.н.
Будзан Б. П., к.т.н.
Войчак А. В., д.е.н.
Заруба В. Я., д.е.н.
Каніщенко О. Л., к.е.н.
Кардаш В. Я., к.е.н.
Куденко Н. В., д.е.н.
Кравченко В. А., к.е.н.
Крикавський Є. В., д.е.н.
Крикунов М. В., к.т.н.
Мороз Л. А., к.е.н.
Онищенко В. П., д.е.н.
Паніотто В. І., д. філос.н.
Примак Т. О., д.е.н.
Решетнікова І. Л., д.е.н.
Решетілова Т. Б., д.е.н.
Романенко Л. Ф., д.е.н.
Старостіна А. О., д.е.н.
Циганкова Т. М., д.е.н.
Чурілов М. М., д. соц.н.
Яцишина Л.К., к.т.н.

«Маркетинг в Україні»
визнано фаховим виданням
з економічних дисциплін ВАК України.

Інформаційно-правову
підтримку надає ІАС
«Парус-Консультант»
<http://consultant.parus.ua>
тел.: (044) 565-55-77



НОВИНИ УКРАЇНСЬКОГО МАРКЕТИНГУ

КОНФЕРЕНЦІЯ «МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ»

Євген Ромат

Проблеми реклами у некомерційному (non-profit)
маркетингу 4

Людмила Мороз, Юлія Савченко

Маркетингові стратегії виробників на ринку пива 7

Лілія Іванова

Особливості маркетингових комунікацій у сфері послуг 8

Владислав Стефанишин

Коректування стратегічного плану управління
на промисловому підприємстві 8

Сергій Ілляшенко

Тенденції розвитку ринку освітніх послуг Сумщини 10

Володимир Шумейко

Торговельна марка як чинник конкурентної боротьби 11

Марина Іваннікова

BSC як метод формування конкурентних переваг фірми 11

ПРЕМІЯ EFFIE 13

КОНФЕРЕНЦІЯ EFFIE

Григорій Трусов

Ревіталізація брендів 14

Стив Чейзин

Історія успіху ефективного маркетингу 14

Олексій Ліннік

Кейси партнерського маркетингу 16

Карл Мултер

SEB банк 17

ОГЛЯД РИНКІВ

Л. А. Мороз, Ю. Т. Савченко

Стратегії та джерела формування конкурентних переваг на
українському ринку пива 18

КОМУНІКАЦІЇ: РЕКЛАМА, PUBLIC RELATIONS

- Д. Є. Коптєв, Ю. Ю. Бабенко**
Нові інтегровані технології у сфері BTL 24
- Т. О. Примак**
Рекламний креатив в Україні: учора, сьогодні, завтра 27

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

- П. Д. Шевченко**
Критична маса Інтернету 36
- І. К. Шрамко**
Хто кого танцює? 46

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

- Ян Еклоґ**
Індекс задоволеності споживачів: значення для України 48
- І. В. Лилик**
УАМ: дослідження можливостей громадських організацій
України 52

ТЕОРІЯ МАРКЕТИНГУ

- О. І. Лабурцева**
Дослідження історичної генези сучасної концепції
маркетингу 57

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ
МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

- Н. Ю. Кочкіна, С. Ю. Сидоренко**
Дослідження мотивацій споживачів на ринку послуг
мобільного зв'язку України 62

МАРКЕТИНГ У СВІТІ

- Нова редакція Міжнародного процесуального кодексу
ICC/ ESOMAR із маркетингових і соціальних досліджень 67

МАРКЕТИНГ
в Україні

Адреса редакції:

03057, Київ, пр. Перемоги, 54/1
тел./факс: 38(044)4560894
тел.: 38(044)4596209
http://uam.in.ua
E-mail: magazine@kneu.kiev.ua
uma@kneu.kiev.ua

Літературний редактор

Гориславець К.С.

Верстка, дизайн

Загорний К.В.

IT-менеджер

Погребний А.О.

Маркетинг-менеджер

Лилик М.С.

Засновник:

Всеукраїнська громадська організація
“Українська Асоціація Маркетингу”
Свідоцтво про державну реєстрацію –
КВ № 5533 від 19 жовтня 2001 р.

Видавець:

Київський національний
економічний університет

Рекомендовано до друку
Вченою радою КНЕУ.

Протокол № 5 від 27 грудня 2007 р.
засідання Вченої ради КНЕУ.

Підписано до друку 26 жовтня 2007 р.
Надруковано в ПП “Демос Сервіс”,
м. Київ, пр. Перемоги, 67.
Замовлення № 253.

Наклад 5000 прим.

Формат 60X80/16. Умов.-друк. арк. 5.

Повний або частковий передрук чи
запозичення матеріалів, надрукованих
у цьому виданні, допускається лише
з письмового дозволу редакції.

Відповідальність за зміст рекламних
матеріалів несе рекламодавець.

© Українська Асоціація Маркетингу