

Видання Української Асоціації Маркетингу
Журнал заснований у травні 1998 р.
Виходить 1 раз на 2 місяці

МАРКЕТИНГ в Україні

ПОСАДОВІ ОБОВ'ЯЗКИ МАРКЕТОЛОГА

На посаду фахівця відділу маркетингу рекомендуються особи, які мають фахову освіту (бакалавр, спеціаліст, магістр) та/або підтвердження своєї компетенції кваліфікаційним сертифікатом фахової галузевої організації.



. стор. 12

ТРЕТІЙ ВСЕУКРАЇНСЬКИЙ ФОРУМ «ПРОМИСЛОВИЙ МАРКЕТИНГ»

У сучасних умовах на промислових ринках значення усної репутації постійно зростає. Згідно з даними компанії ГФК - ЮКРЕЙН найбільшу довіру здобувають рекомендації колег та партнерів із бізнесу



. стор. 15

ІНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГІЇ У ВИСТАВКОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Виставкова діяльність успішно перенесена в мережу Інтернет та набула віртуального характеру. На сучасному етапі розвитку віртуальні виставкові заходи посідають 1% на ринку індустрії подій. Однак, на думку експертів, до 2015 року їхня частка зростає до 25%.



. стор. 23

КОМПЛЕКС ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЙ У МАРКЕТИНГУ

Нині перед українськими маркетологами постає проблема узагальнення і створення теоретичних засад віртуальної маркетингової діяльності й отримання навичок ефективного здійснення професійних маркетингових дій в умовах віртуального ринку



. стор. 29

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ІНОЗЕМНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ В УКРАЇНІ

Серед особистих якостей, властивих найкращим кандидатам на працевлаштування, виявлено оптимізм, ентузіазм, широке коло захоплень, близьких до зацікавлень колег, позитивні рекомендації від працівників компанії, високий рівень інтелекту, чесність і постійну усмішку на обличчі



. стор. 36

НЕЙМІНГ НА РИНКУ ПРОДУКТІВ ТВАРИННИЦТВА

Виробники вигадали торгівельні марки для всіх видів однорідних товарів: води, соку, землі для висаджування рослин, бетону тощо, - однак орендування сільгосппродукції в усьому світі й надто в Україні досі перебуває на початковому етапі розвитку



. стор. 53

Київ, 2008

МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ

МАРКЕТИНГ в Україні

№ 3 (49), травень-червень, 2008 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., д.е.н.

Кардаш В. Я., к.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.

Окландер М.А., 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.

Чурилов 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



ПОЗДОРОВЛЕННЯ З 10 - річчям ЖУРНАЛУ ТА ІНТЕРВ'Ю З ЗАСНОВНИКАМИ ТА ЧЛЕНАМИ РЕДАКЦІЙНОЇ КОЛЕГІЇ ЖУРНАЛУ “МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ”	4
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---

НОВИНИ УКРАЇНСЬКОГО МАРКЕТИНГУ

Кваліфікаційні іспити УАМ у Полтаві	10
-------------------------------------------	----

КВАЛІФІКАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ УАМ

Посадові функції (обов'язки) маркетолога базовий рівень	12
Посадові функції (обов'язки) маркетолога управлінський рівень	13
Розклад занять з підготовки до складання кваліфікаційного іспиту УАМ базового рівня «Менеджер з маркетингу»:	14

ПРОМИСЛОВИЙ МАРКЕТИНГ

Третій Всеукраїнський форум “Промисловий Маркетинг”	15
--------------------------------------------------------------	----

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Ю.А. Дайновський

Репрезентативність маркетингових досліджень: підходи та критерії	18
---------------------------------------------------------------------------	----

КОМУНІКАЦІЇ: РЕКЛАМА, PUBLIC RELATIONS

Т.І. Ткаченко, Т.П. Дупляк

Інтернет технології у виставковій діяльності	23
----------------------------------------------------	----

М.А. Окландер, І.Л. Литовченко

Комплекс інтернет-комунікацій у маркетингу	29
--------------------------------------------------	----

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

П.Ч. Бісвас
Управління персоналомна іноземних підприємствах в Україні 36

В.П. Пилипчук, О.В. Данніков,
Формування та тенденції розвитку мережевого маркетингу 40

ОГЛЯД РИНКІВ

Ю.С. Маліч
Маркетингові альянси у стратегіях інноваційного розвитку підприємств 46

УПРАВЛІННЯ БРЕНДАМИ

Н.В. Юдіна, М.О. Терещенко,
Неймінг та створення нового бренду на ринку продуктів тваринництва 53

СЕРЕДНІЙ КЛАС

Research&Branding Group™
Родинне становище середнього класу в Україні та Росії: сучасне і майбутнє 57

Н.К. Ходько, В.В. Пасічник
Середній клас в Україні: погляд дослідниківбудівельних ринків 61

ДІЯЛЬНІСТЬ УАМ

Підсумки конкурсу наукових студентських робіт із маркетингу імені Ігоря Ткаченка “Молодь опановує маркетинг” 66

ЛОГІСТИКА

І.Л. Решетнікова
Логістична послуга як об'єкт маркетингової діяльності 68

МАРКЕТИНГ в Україні

Адреса редакції:

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

Літературний редактор

Гориславець К.С.

Верстка, дизайн

Гарашук Г.Є.

ІТ-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 імені Вадима Гетьмана

Рекомендовано до друку

Вченою радою КНЕУ.

Протокол № 10 від 29 травня 2008 р.
засідання Вченої ради КНЕУ.

Підписано до друку 22 квітня 2008 р.

Надруковано в ПП “Демос Сервіс”,
м. Київ, пр. Перемоги, 67.

Замовлення № 314.

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®