

Міністерство освіти і науки України
Запорізький національний технічний університет
Наукова бібліотека

**Новітні технології у вітчизняній та
міжнародній торгівлі**
Рекомендаційний покажчик літератури

Запоріжжя

2016

Новітні технології у вітчизняній та міжнародній торгівлі: рекомендаційний бібліографічний покажчик / укладач О. Ю. Бут. – Запоріжжя : НБ ЗНТУ, 2016 – 30 с.

Бібліографічний покажчик складено за матеріалами книг, статей з журналів, інтернет-ресурсів українською, російською та англійською мовами за 2004-2016 роки (283 назв).

Укладач О. Ю. Бут

Комп'ютерний набір О. Ю. Бут

Застосування інформаційних технологій в торгівлі багато в чому зумовлює успішність розвитку торговельної організації. Інформаційні продукти покликані спрощувати і удосконалювати систему контролю оперативної діяльності компанії (фінанси і витрати, запаси і склад, закупівлі і продажі, дебіторська заборгованість і цінова політика), управляти взаєминами із замовниками і постачальниками, контролювати процес продажів. Якщо раніше на ринку пропонувалися рішення, доступні за ціною тільки великим компаніям, то останніми роками з'явилися повноцінні автоматизовані системи мобільної торгівлі, доступні навіть малим підприємствам. На сучасному ринку зберегти конкурентні позиції вдається тільки тим, хто постійно розвивається і використовує нові технології.

Інтернет-торгівля поширена на всій території, де існує мережа "Інтернет". Зрозуміло, інтенсивність поширення - різна. Мешканці великих міст користуються інтернет-крамницями частіше, ніж інші жителі. Це пов'язано з транспортним чинником у процесі доставки товарів. За часткою користувачів Інтернет перше місце посідає Північна Америка. На другому - Австралія і Океанія. Європа знаходиться на третьому місці. Далі йдуть Латинська Америка, Азія, Африка. У Африці мережа Інтернет зростає найшвидшими темпами

Користувачами інтернет-крамниць та інтернет-аукціонів переважно є активні користувачі мережі "Інтернет". А це передусім, молоді люди, які з фінансової точки зору вже є самостійними.

Інтернет-торгівля Європи також розвивається швидкими темпами. Стабільно зростає кількість користувачів мережі "Інтернет". У Західній Європі чільні місця на ринку електронної комерції посідають Велика Британія, Франція та Німеччина. Європейським покупцям як і американським, інтернет-крамниця є зручнішими і вигіднішими. Найкраще у Німеччині через "Інтернет" продавалися книги, компакт-диски та комп'ютерні програми. Ці товари користувалися популярністю і поміж французьких покупців. У Франції була і певна особливість. Там зростали інтернет-продажі предметів розкоші. 80% французенок купували через "Інтернет" одяг, взуття та аксесуари категорії "люкс".

Кожен третій мешканець країн ЄС користується послугами інтернет-крамниць.

Найактивнішими інтернет-покупцями у Південно-Східній Азії є мешканці Сінгапуру. Інші чільні місця в Азії посідають мешканці Японії, Південної Кореї і Таїланду.

Попри всі недоліки, в Україні інтернет-торгівля стала конкурентно спроможною альтернативою традиційному бізнесу. З'явився сегмент споживачів, які купують у сфері інтернет-торгівлі, навіть, продукти харчування. Найактивнішими в Україні були столичні користувачі мережі "Інтернет". Українські покупці інтернет-крамниць купували здебільшого товари так званого "вторинного попиту". Це - комп'ютери та побутова техніка, засоби зв'язку, косметика, книжки, диски, товари для дітей та дому. Покупців приваблювали: нижчі ціни, широкий асортимент продукції, краще подання продукції, спеціальні пропозиції і знижки, скорочення витрат на доставку товарів, швидкість доставки, якість товарів

Майбутнє світової інтернет-торгівлі фахівці вбачали у залученні до неї мобільних телефонів та у тривимірній візуалізації "Інтернету".

Метою бібліографічного покажчика «Новітні технології у вітчизняній та міжнародній торгівлі» є ознайомлення викладачів та студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів з останніми дослідженнями з організації нових технологій у вітчизняній та міжнародній торгівлі.

До покажчика входять книги, статті періодики, які є в бібліотеці університету за період з 2004 по 2016 рік українською, російською та англійською мовами.

Матеріал розміщено за розділами, всередині кожного розділу – за алфавітом авторів та заголовків.

1. Інтернет-комунікації в маркетинговому середовищі

1. Алексєєва К. А. Технологія управління комерційним web-ресурсом на основі нечіткої логіки / К. А. Алексєєва, А. Ю. Берко, В. А. Висоцька // Радіоелектроніка, інформатика, управління. – 2015. – № 3 (34)/ № 4 (35). – С. 71-79.
2. Белікова Ю. Гендерна специфіка соціальних мереж в Україні як основа для СММ : [СММ - соціальний медіа маркетинг - просування брендів, товарів або послуг у соціальних мережах (блогах, форумах, мережових спільнотах)] / Ю. Белікова // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 5. – С. 16-21.
3. Благирев А. Будущее наступило и правят тут - данные : [новые информационные технологии в экономике и маркетинге] / А. Благирев // Банковский менеджмент. – 2016. – № 3. – С. 23-25.
4. Бондарчук А. Как не попасться во всемирной сети : [возможности и опасности интернета] / А. Бондарчук // Управление компанией. – 2010. – № 3. – С. 34-40.
5. Бондарчук А. На связи с клиентом. Поддержка пользователей в XXI веке : [коммуникации фирмы с клиентами] / А. Бондарчук // Управление компанией. – 2012. – № 8-9. – С. 68-73.
6. Галпин Д. Маркетинг меняет ориентацию : [онлайн- и мобайл-маркетинг] / Д. Галпин // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 2. – С. 54-55.
7. Герасименко В. Інтернет як засіб просування туристичних послуг / В. Герасименко, І. Давиденко // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 2. – С. 41-46.
8. Гощинський А. Віртуальні кластери як об'єкти інтегрованого маркетингового управління / А. Гощинський // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 2. – С. 47-50.
9. Гриценко С. Активізація електронної комерції як чинник економічної модернізації інтернет-бізнес процесів / С. Гриценко // Маркетинг в Україні. – 2012. – № 2. – С. 34-39.
10. Домашева Е. А. Оценивание эффективности маркетинговых интернет-коммуникаций на основе КРІ : [предложена система ключевых показателей эффективности (КРІ) для измерения поставленных целей организации] / Е. А. Домашева, А. В. Зозулев // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 3. – С. 22-27.
11. Дубовик Т. В. Інформаційно-комунікаційні технології в торговельному маркетингу / Т. В. Дубовик, І. О. Бучацька // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 4. – С. 36-40.

12. Жалевич А. Отраслевой интернет-портал - эффективный инструмент маркетинга предприятия / А. Жалевич // Отдел маркетинга. – 2009. – № 1. – С. 47-51.
13. Жебровська О. Використання інтегрованих маркетингових комунікацій у просуванні товарів та послуг класу "Люкс" / О. Жебровська // Економіст. – 2014. – № 9. – С. 44-46.
14. Зайченко И. Больше возможности при малых затратах или надстройка телефонии для оптимизации работы сотрудников / И. Зайченко // Маркетинг в Україні. – 2013. – № 4. – С. 15-16.
15. Залесов А. Как усилить долгосрочный эффект от промо-кампаний / А. Залесов // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 7-8. – С. 56-62.
16. Зинкевич А. Мейлстоуны для предпринимателей, или Как набрать первую тысячу подписчиков : [как привлечь и удержать клиентов предпринимателям, ведущим бизнес в Интернете] / А. Зинкевич // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 2. – С. 32-39.
17. Зубрицкий А. Малобюджетные проекты имеют заведомо больше шансов : [сокращение расходов на продвижение товаров] / А. Зубрицкий // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 11-12. – С. 20-21.
18. Зюзиков А. Возможности ремаркетинга на Facebook : [интернет-маркетинг] / А. Зюзиков // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 2. – С. 54-60.
19. Зюзиков А. Три кейса продаж с помощью Facebook : [три примера организации продаж услуг и товаров через Facebook] / А. Зюзиков // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 6. – С. 51-57.
20. Интернет вещей - революция, которая происходит прямо сейчас : [интернет-маркетинг. Интеграция реального и виртуального мира. Полная автоматизация домашних процессов. "Умный дом"] // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 6. – С. 58-60.
21. Исследование использования языка эмодзи (психологический аспект) // Маркетинговые исследования в Украине. – 2016. – № 1. – С. 32-36.
22. Исследование рынка управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) в социальных сетях // Маркетинговые исследования в Украине. – 2011. – № 5. – С. 57.
23. Как изменится маркетинг благодаря 3G : [мобильный маркетинг] // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 7-8. – С. 39.
24. Как маркетологу использовать Twitter : [практические советы по использованию сервиса микроблогов] // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 7-8. – С. 46-50.

25. Карапетян А. Социальные сети VS туристические компании: как выжить в эпоху цифровых технологий / А. Карапетян // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 7-8. – С. 40-43.
26. Качковский А. Продавай в Интернете : [пошаговое руководство по созданию и продвижению интернет-магазина] / А. Качковский, Е. Горлач // Новый маркетинг. – 2010. – № 10. – С. 42-49.
27. Кондратюк А. Главные тренды мобильного банкинга в 2016 году : [интернет-банкинг] / А. Кондратюк // Банковский менеджмент. – 2016. – № 2. – С. 19-21.
28. Коробкова А. На чем они зарабатывают : [бизнес-модели интернет-торговли] / А. Коробкова // Новый маркетинг. – 2010. – № 10. – С. 50-51.
29. Корпоративний кодекс поведінки : [маркетингова діяльність в мережі інтернет] // Маркетинг в Україні. – 2013. – № 2. – С. 58-69.
30. Круглікова В. В. Управління інтерактивними маркетинговими комунікаціями інтернет-магазину / В. В. Круглікова // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2010. – № 5. – С. 47-50.
31. Кучина А. В агромаркетинге главное - построение персонализированных отношений / А. Кучина // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 7-8. – С. 12-13.
32. Ус51
Л64 Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. / І. Л. Литовченко, В. П. Пилипчук. – Київ, 2008.
Тема 1. Актуальність інтернет-маркетингу. – С. 5-14.
Тема 2. Пошук маркетингової інформації в інтернет. – С. 14-65.
Тема 3. Стратегічні рішення в інтернет-маркетингу. – С. 65-75.
33. Литовченко І. Інтернет-маркетинг як інструмент антикризових програм підприємства / І. Литовченко // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 5. – С. 49-53.
34. 658.7
Л89 Литовченко І. Л. Удосконалення класифікації засобів маркетингової комунікативної діяльності / І. Л. Литовченко // "Львівська політехніка" національний університет. Вісник... : збірник наук. праць. № 649. Логістика. – Львів, 2009. – С. 97-104.
35. Любарский И. Частные онлайн сообщества (Private Online Communities) : [інтернет-маркетинг] / И. Любарский // Маркетинг в Україні. – 2013. – № 5. – С. 59-63.
36. Мазаракі А. А. Інтернет-маркетингові комунікації в програмах Е-лояльності споживачів / А. А. Мазаракі, Т. В. Дубовік // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 12. – С. 423-429.

37. Малони Д. Четыре стратегии новой эпохи, которые должен освоить современный бренд / Д. Малони // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 7-8. – С. 44-45.
38. Малюта Д. Специальные корреспонденты : [твиттер-трансляция как инструмент маркетинга мероприятий] / Д. Малюта // Новый маркетинг. – 2010. – № 5. – С. 44-49.
39. Мароус Д. Банковский сектор в 2016 году: тенденции, прогнозы, комментарии экспертов / Д. Мароус // Банковский менеджмент. – 2016. – № 2. – С. 8-15.
40. Мельник О. Використання системи інтерактивних маркетингових комунікацій для забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на міжнародному ринку / О. Мельник, А. Радько // Економіст. – 2016. – № 1. – С. 42-45.
41. Объем сделок в электронной коммерции Китая в этом году превысит 3,5 трлн. юаней : [статистические данные] // Китай. – 2009. – № 11. – С. 7.
42. Овечкин А. Увольте статистика, наймите аналитика : [маркетинговый аудит сайта] / А. Овечкин // Отдел маркетинга. – 2009. – № 8. – С. 15-17.
43. Онлайн интернет-банкинг в Польше // Банковский менеджмент. – 2016. – № 3. – С. 26-30.
44. Основные маркетинговые тенденции 2015 года: какими их видят эксперты // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 1. – С. 18-19.
45. Павлішина Н. М. Посередники у мережі інтернет / Н. М. Павлішина // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2015. – № 1. – С. 102-105.
46. Панченко А. Девять шагов к повышению доверия клиентов к ресурсу / А. Панченко // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 11-12. – С. 34-37.
47. Паранько С. Интернет-проекты Mail.Ru Group локализуются для ближнего зарубежья : [Mail.Ru в Україні] / С. Паранько // Маркетинг в Україні. – 2012. – № 3. – С. 55-56.
48. Партизанский маркетинг: 20 простых примеров из жизни // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 11-12. – С. 58-60.
49. Паттерны - один из главных трендов в веб-дизайне в 2015 году // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 11-12. – С. 42-45.
50. Пилипчук В. Стратегічне планування в мережі Інтернет / В. Пилипчук, І. Литовченко // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 6. – С. 45-48.
51. Попасть в сеть // Дистрибуция и логистика. – 2010. – № 5. – С. 34-35.

52. Пять маркетинговых задач, решенных в мессенджерах // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 7-8. – С. 72-73.
53. Пять самых распространенных ошибок интерактивного дизайна сайтов // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 1. – С. 26-29.
54. Решетникова І. Використання інтернет-технологій в маркетингу підприємств сфери послуг / І. Решетникова, Ю. Єременко // Маркетинг в Україні. – 2014. – № 5. – С. 47-57.
55. Розум А. Не все оптимизаторы одинаково полезны : [интернет-маркетинг, корпоративные сайты] / А. Розум // Отдел маркетинга. – 2008. – № 9. – С. 24-28.
56. Ростовцев С. Закордонний досвід інтернет-маркетингової діяльності бібліотек / С. Ростовцев // Вісник Книжкової палати. – 2015. – № 7. – С. 49-52.
57. Рыбакова И. Двустороннее движение. Скрытые резервы интернет-маркетинга / И. Рыбакова // Новый маркетинг. – 2010. – № 1. – С. 40-42.
58. 70% маркетологов планируют увеличить бюджеты на социальные медиа в 2015 году // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 1. – С. 40-41.
59. Сиваченко О. В. Побудова семантичного ядра як основа маркетингових комунікацій підприємства машинобудування в інтернеті / О. В. Сиваченко // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2015. – № 6. – С. 63-66.
60. Сиваченко О. В. Побудова семантичного ядра як основа маркетингових комунікацій підприємства машинобудування в мережі Інтернет / О. В. Сиваченко // Економіка і регіон. – 2015. – № 6. – С. 127-130.
61. Стріжкова Ю. Просування бренду у соціальних мережах з метою формування лояльності клієнтів автомобільної компанії або як залучити цільову аудиторію покоління Y / Ю. Стріжкова // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 5. – С. 52-57.
62. Фролова А. Низкий старт откладывается. Почему в Украине не развивается мобильный маркетинг / А. Фролова // Новый маркетинг. – 2009. – № 7. – С. 56-60.
63. Хатами А. Будущее банкинга: четыре сценария : [интернет-банкинг] / А. Хатами // Банковский менеджмент. – 2016. – № 3. – С. 2-4.
64. Хачатурова А. Ценное приложение. Приложение для смартфонов и планшетов на службе маркетингу / А. Хачатурова // Новый маркетинг. – 2011. – № 5. – С. 41-45.

65. Черненко О. На шляху до пост-цифрового маркетингу в Україні: проблеми та завдання / О. Черненко // Маркетинг в Україні. – 2016. – № 3. – С. 4-11.
66. Чичика Т. Ориентация на потребителя становится с каждым днем естественнее : [построение взаимовыгодных отношений с клиентами] / Т. Чичика // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 2. – С. 30-31.
67. Чорій М. В. Роль інтернет-маркетингу при виборі туристської дестинації / М. В. Чорій, Т. І. Ільтьо // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 12. – С. 300-307.
68. Что ожидает социальные сети в 2015 году : [какие тренды, возникшие в 2014 году, будут менять сферу соцсетей и мессенджеров] // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 2. – С. 45-47.
69. Чуниховская А. Использование электронных технологий в комплектовании : [интернет-маркетинг]/ А. Чуниховская // Бібліотечний форум України. – 2005. – № 1. – С. 36-37.
70. Ус51 Чучка І. М. Інтерактивний маркетинг : навчальний посібник для студ. Ч-96 вищих навчальних закладів / І. М. Чучка, І. П. Студеняк. – Киев : Кондор, 2009. – 122 с.
71. Шамкова А. GRM в e-mail-маркетинге : [бизнес, ориентированный на клиента] / А. Шамкова // Отдел маркетинга. – 2010. – № 8. – С. 59-62.
72. Шевченко И. Социально активные продукты. Опыт использования социальных медиа FMCG-брендами : [бренды товаров повседневного спроса] / И. Шевченко, Т. Дзинько // Новый маркетинг. – 2011. – № 3. – С. 74-77.
73. Шенье Л. А ваш бренд скучный? Теория и практика контент-маркетинга : [интернет-маркетинг] / Л. Шенье // Новый маркетинг. – 2010. – № 3. – С. 38-43.
74. Шерман А. Если вашим следующим банком станет Apple : [возможности Apple в банковской системе] / А. Шерман // Банковский менеджмент. – 2016. – № 3. – С. 5-7.
75. Шишов В. Коротко, быстро, прибыльно. SMS - рассылки - эффективный и выгодный бизнес-инструмент / В. Шишов // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 5. – С. 12-15.
76. Шишов В. Рассылай и властвуй. Как сделать письма в вашей рассылке максимально эффективными и продающими / В. Шишов // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 4. – С. 50-54.
77. Шрамко І. Репутація компанії: створено Інтернетом / І. Шрамко // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 5. – С. 51-53.

78. Щирин Е. Секреты и "фишки" email-маркетинга: эффективные стратегии, доказавшие свою эффективность / Е. Щирин // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 4. – С. 46-49.
79. Юрчак А. Лид-менеджмент - ключ к трансформации маркетинга B2B : [работа с потенциальными клиентами] / А. Юрчак // Маркетинг в Україні. – 2013. – № 4. – С. 9-14.
80. Юрчак А. Нужно ли и как сделать маркетинг центром дохода организации? : [эффективные методы работы маркетинга в период кризиса] / А. Юрчак // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 11-12. – С. 38-41.
81. Юрчак О. Инбаунд маркетинг - новый напрямок чи еволюція "старого" маркетингу : [інтернет-технології] / О. Юрчак // Маркетинг в Україні. – 2013. – № 5. – С. 55-58.
82. Юрчак О. Розвиток B2B в Україні: на шляху до спільноти та стандартів / О. Юрчак // Маркетинг в Україні. – 2012. – № 4. – С. 51-57.
83. Язвінська Н. Маркетингова веб-стратегія підприємства - данина моді чи вимога сучасності? / Н. Язвінська, Я. Касперович // Маркетинг в Україні. – 2011. – № 2. – С. 51-54.
84. Chuang L. M. Electronic service quality and attitudes towards adolescents' online purchasing: mediating effect of reputation and perceived risk = Якість електронного сервісу та молодіжна онлайн-купівля: взаємозв'язок репутації та ризику / L. M. Chuang, S. T. Chao, P. H. Liu // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 8. – Р. 441-451.
85. Kiba-Janiak M. The possibility of using mobile phones in supply chain management: a case study of the last link in a supply chain = Можливості використання мобільних телефонів в управлінні ланцюгом постачання: на прикладі останньої ланки в ланцюгу постачань / M. Kiba-Janiak, R. Cheba, A. Varanićka // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 4 (166). – Р. 426-435.
86. Grubic G. Vertical portal e-business model (applied for construction industry in South-East Europe) = Вертикальна портална модель електронного бізнесу (на прикладі будівельної галузі в Південно-Східній Європі) / G. Grubic, M. Ratković, L. Paunović // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 5. – Р. 224-235.
87. Danylenko M. Internet distribution of hotel services = Інтернет-дистрибуція готельних послуг / M. Danylenko // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2015. – № 6. – Р. 79-89.
88. Logist.UA - эффективное управление доставками // Дистрибуция и логистика. – 2013. – № 10. – С. 39.

89. Miklosik A. Assessment of the search engine ranking position development of selected academic entities in Slovakia: an empirical investigation = Оцінювання просування в пошуковому рейтингу окремих наукових установ Словаччини: емпіричне дослідження / A. Miklosik, E. Hvizdova, S. Zak // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 9. – Р. 399-409.
90. Miklosik A. Examination of selected variables relationship to the search results position = Вплив деяких змінних на результати видачі в пошукових запитах / A. Miklosik, D. Vokounova // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 6. – Р. 354-361.

2. Ефективність цифрових та інтернет-технологій в торгівлі

91. У526 А47 Алексунин В. А. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете : учебное пособие / В. А. Алексунин, В. В. Родигина. - Москва, 2005.
Гл. 1. Электронный рынок : [участники электронного рынка и формы их взаимодействия]. – С. 9-32.
Гл. 2. Маркетинг в Интернете : [товары и услуги в Интернете, брендинг, маркетинговые коммуникации]. – С. 33-75.
Гл. 5. Информационные системы электронного маркетинга в Интернете : [торговые, платежные и образовательные системы] // . – С. 99-208.
92. Алюев А. IT в логистике : [информационные услуги в сфере экспедирования, интернет-торговля] / А. Алюев // Дистрибуция и логистика. – 2005. – № 10. – С. 20-21.
93. Андрейченко П. Один сплошной Интернет: Победит ли сеть традиционные медиа? [интернет-торговля] / П. Андрейченко, В. Савицкий // Новый маркетинг. – 2009. – № 2. – С. 40-47.
94. Андрощук Г. Інформаційно-комунікаційні технології як фактор розвитку національних інноваційних систем : [статистична інформація щодо поширення засобів інформаційно-комунікаційних технологій в 15-ти країнах світу, електронна торгівля] / Г. Андрощук // Інтелектуальна власність. – 2010. – № 12. – С. 39-48.
95. Апопій В. В. Особливості електронної торгівлі та проблеми її сучасного розвитку в Україні : [статистичні матеріали електронної торгівлі різних країн] / В. В. Апопій, О. І. Шалева, О. В. Креденець // Регіональна економіка. – 2012. – № 3. – С. 181-190.
96. Бабкина К. Точка NET : [интернет-торговля книгами в Украине] / К. Бабкина // Бизнес. – 2012. – № 44 (29 октября). – С. 54-55.
97. Беседа Я. Пораскинули сетями : [электронная коммерция теряет статус выгодной для инвестиций отрасли] / Я. Беседа, В. Ким // Forbes. – 2014. – № 10 (44), октябрь. – С. 43.

98. Богданец Н. Слово в цифрі: про сучасний стан цифрової літератури в Україні та невтомні пошуки сонця : [про перший в Україні портал для авторів - Український Авторський Портал, принципи його співпраці з авторами. Стан ринку цифрової літератури в Україні] / Н. Богданец // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 2. – С. 61-63.
99. Бондаренко С. Е - commerce: тепер у законі ! : [електронна комерція. Комерційні повідомлення. Укладання електронного договору] / С. Бондаренко // Справочник економіста. – 2015. – № 11. – С. 62-67.
100. Бондарец В. Тенденции развития FMCG-ритейла / В. Бондарец // Дистрибуция и логистика. – 2013. – № 3. – С. 40-42.
101. Боднарчук А. Интернет-магазин? Да он вам просто не нужен! / А. Боднарчук // Управление компанией. – 2010. – № 10. – С. 34-39.
102. Боднарчук А. Магазины переходят в интернет. Или нет? : [торговля через интернет] / А. Боднарчук // Маркетинг и реклама. – 2008. – № 4. – С. 60-62.
103. Боднарчук А. Продвигаем интернет-магазин: анализ эффективности основных инструментов онлайн-продвижения / А. Боднарчук // Новый маркетинг. – 2008. – № 7. – С. 20-27.
104. Бочуля Т. Обліково-інформаційний аспект товароруку в системі електронної торгівлі / Т. Бочуля // Бухгалтерський облік і аудит. – 2013. – № 4. – С. 22-31.
105. У509 В49 Виноградська А. М. Комерційне підприємництво : сучасний стан, стратегії розвитку: Монографія / А. М. Виноградська. - Київ, 2004.
Розділ 12. Інтернет-технології у комерційній діяльності : [структура електронної комерції. Інтернет-магазини]. – С. 750-788.
106. У509 В49 Виноградська А. М. Технологія комерційного підприємництва : навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. / А. М. Виноградська. - Київ, 2006.
Розд. 12. Інтернет-технології у комерційній діяльності : [електронна комерція. Інтернет-магазин]. – С. 724-761.
107. Власенко Н. Забрасывая сети : [электронная коммерция набирает обороты. Стоит ли отечественному ритейлу идти в онлайн: "за" и "против"] / Н. Власенко // Бизнес. – 2014. – № 41 (13 октября). – С. 27-28.
108. Волчек Н. В. Купить кран на интернет-сайте можно, зная правила / Н. В. Волчек // Подъемные сооружения. Специальная техника. – 2016. – № 3. – С. 16-17.
109. Галковская Т. От стеклянных бус к электронной гривне : [интернет-деньги, электронные деньги в Украине, возможности их использования. Перспективы. Виртуальная валюта. Система WebMoney] / Т. Галковская // Фондовый рынок. – 2010. – № 27. – С. 18-23.

110. Генерація оффлайн продаж через інтернет : [інтернет-продаж] // Маркетинг в Україні. – 2012. – № 3. – С. 31-32.
111. Гоголіна Г. В. Застосування основних принципів електронної комерції при проведенні інтернет-аукціону / Г. В. Гоголіна // Часопис Київського університету права. – 2016. – № 1. – С. 162-165.
112. Голоцван Л. Реальность виртуальности / Л. Голоцван // Дистрибуция и логистика. – 2011. – № 3. – С. 50-55.
113. Грин И. Калоши счастья : [компания Zappos бьет рекорды популярности. Интернет-торговля] / И. Грин // Управление компанией. – 2010. – № 4. – С. 60-64.
114. Гриневская А. От товара к людям : [изучение клиентского опыта и IT-технологии помогли сети Watsons - крупнейшей в Украине сети магазинов косметики и бытовой химии - увеличить продажи и нарастить долю рынка] / А. Гриневская // Forbes. – 2014. – № 10. – С. 34-36.
115. Дейнека О. І. Інструменти маркетингу регіону (класифікація та використання в Україні) : [виставкова діяльність, рейтинги регіонів. Персональний продаж. Інтернет-технології] / О. І. Дейнека // Регіональна економіка. – 2007. – № 4. – С. 34-41.
116. Домбровська А. Особливості використання е-послуг споживачами деяких країн Центрально-Східної Європи : [Інтернет - послуги] / А. Домбровська, М. Янось-Кресло, Ю. Пачковський // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2011. – № 3. – С. 163-183.
117. Дубовик Т. В. Мерчандайзинг інтернет-магазину / Т. В. Дубовик, О. В. Дубовик // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 11. – С. 123-128.
118. Дудка Т. М. Правила безпечних покупок в Інтернеті : [як не стати жертвою шахраїв] / Т. М. Дудка, Ю. М. Волков // Безпека життєдіяльності. – 2015. – № 11. – С. 31-32.
119. Закулисье будущего : [растущие издержки в оффлайн-торговле заставляют все новые компании постигать премудрости электронной коммерции] / Н. Али, Э. Слободянюк, А. Ганюков и др. // Бизнес. – 2015. – № 18-19 май. – С. 28-29.
120. Ус51
З-49 Зелинский С. Э. Автоматизация управления предприятием : учеб. пособие / С. Э. Зелинский. - Киев, 2008. - 518 с.
IV часть. Бизнес в Интернете : [корпоративные сайты, интернет-коммерция, виртуальные предприятия]. – С. 449-516.
121. Зубков А. В. Universal methodology of countering typical manifestations financial fraud on the internet = Універсальна методологія протидії типовим проявам фінансового шахрайства в інтернеті / А. В. Зубков, Б. І. Сюркало // Економіка. Фінанси. Право. – 2015. – № 6. – Р. 26-27.

122. Зубрицкий А. Малобюджетные проекты имеют заведомо больше шансов : [сокращение расходов на продвижение товаров] / А. Зубрицкий // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 11-12. – С. 20-21.
123. Зюзиков А. Как выстроить воронку продаж с помощью Facebook : [реклама и интернет-продажи] / А. Зюзиков // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 4. – С. 42-45.
124. Зюзиков А. Три кейса продаж с помощью Facebook : [три примера организации продаж услуг и товаров через Facebook] / А. Зюзиков // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 6. – С. 51-57.
125. Иванова И. Покупка в один клик: реалии и подводные камни : [электронные платежи, электронные расчеты, интернет-торговля : достоинства и недостатки, риски] / И. Иванова, С. Тимошенко // hi-Tech PRO. – 2010. – № 5. – С. 12-13.
126. Исследования рынка IT - фриланса Восточной Европы // Маркетинговые исследования в Украине. – 2016. – № 1. – С. 68-69.
127. Исследования рынка покупок с помощью мобильных устройств // Маркетинговые исследования в Украине. – 2012. – № 5. – С.68-69.
128. Льченко Н. Тезаурус сучасної торгівлі України : [сутність нових понять, що з'явилися внаслідок структурних змін у торгівлі в Україні] / Н. Льченко, О. Кавун // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2016. – № 1. – С. 54-70.
129. Искренко Л. П. Интернет - трейдинг та проблеми його ліквідності на фондовому ринку України / Л. П. Искренко, Б. С. Кіров // Фондовый рынок. – 2012. – № 12. – С. 10-13.
130. Как изменилось поведение украинского интернет-пользователя в 2015 году : [материалы медиа-исследований] // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 4. – С. 60-61.
131. Кибератаки в финансовом секторе: факты и тенденции : [анализ киберпреступлений в электронной коммерции в 2015 году] // Банковский менеджмент. – 2016. – № 1. – С. 42-43.
132. У Л89 Кирилич Т. Ю. Розвиток комп'ютеризованих інноваційних систем на оптових ринках / Т. Ю. Кирилич // "Львівська політехніка" національний університет. Вісник... : збірник наук. праць. № 725. Проблеми економіки та управління. – Львів, 2012. – С. 98-103.
133. У Л89 Кльоба Л. Г. Фінансовий супермаркет - інноваційна модель розвитку комерційного банку / Л. Г. Кльоба // "Львівська політехніка" національний університет. Вісник... : збірник наук. праць. № 725. Проблеми економіки та управління. – Львів, 2012. – С. 103-110.

134. Курташова І. В. Електронна комерція в Україні та її перспективи / І. В. Курташова // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2007. – № 6. – С. 80-87.
135. Ларионов А. Visa заменит своим сервисом тысячи программ лояльности : [запуск программы Visa Commerce Network - это эко-система обеспечивающая взаимодействие между продавцом и покупателем] / А. Ларионов // Банковский менеджмент. – 2016. – № 2. – С. 22-24.
136. Левченко Н. М. Трансакційні витрати інтернет-магазину: обліковий аспект: [електронна стаття] / Н. М. Левченко, В. Г. Биковський.- Електронні дані // EIRZNTU (Electronic Institutional Repository of Zaporizhzhya National Technical University). – Запоріжжя, 2015.- Режим доступу: <http://eir.zntu.edu.ua/handle/123456789/563>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 29.03.2016
137. Лирик І. Досвід українських компаній у налагодженні діалогу з новим споживанням / І. Лирик // Маркетинг в Україні. – 2013. – № 1. – С. 5-16.
138. Ліфанов С. Нестерпна легкість Інтернету. У бої за нових споживачів настав час залучити маркетологів; інакше - "загальмуємо"! / С. Ліфанов // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 2. – С. 23-26.
139. Маловичко С. В. Тенденції та перспективи розвитку електронної торгівлі в Україні / С. В. Маловичко // Економіка і регіон. – 2015. – № 4. – С. 67-73.
140. Марданова Э. Покупка реальная и виртуальная: коалиционные программы в режиме онлайн / Э. Марданова // Новый маркетинг. – 2008. – № 7. – С. 28-33.
141. Мась А. Успех и поражение в сети : [интернет-реклама, интернет-продажи] / А. Мась // Новый маркетинг. – 2009. – № 2. – С. 48-49.
142. Матвеева В. Електронні закупівлі: перспектива стає реальністю : [коментар до нових положень Закону України "Про здійснення державних закупівель"] / В. Матвеева // Бюджетна бухгалтерія. – 2012. – № 30. – С. 59-63.
143. Матвійчук Н. О. Продаж бізнес-інформації через інтернет: перспективи українських інформаційних агентств у контексті міжнародного досвіду / Н. О. Матвійчук // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 8. – С. 97-102.
144. Машевская К. Виртуальная полка : [рынок интернет-торговли становится одним из лидеров украинской экономики с оборотом около \$ 2 млрд] / К. Машевская // Бизнес. – 2016. – № 29-30 (1224-1225). – С. 56-57.

145. Междибовська Н. Матеріально-технічне постачання промислових підприємств з використанням інтернет-технологій : [дослідження можливостей електронного бізнесу] / Н. Междибовська // Економіка України. – 2006. – № 10. – С. 59-65.
146. Миненкова Н. Электронная торговля: экономические и правовые аспекты : [развитие электронных форм оптовой торговли через интернет в США] / Н. Миненкова // США. Канада: экономика-политика-культура. – 2005. – № 10. – С. 56-73.
147. Московчук Э. Мейнстрим : [основные направления развития электронного бизнеса в Украине. Региональная структура е-бизнеса в Украине по количеству интернет-предпринимателей; структура электронной реализации товаров и услуг. Наиболее активные е-магазины] / Э. Московчук, Е. Кукушка // Бизнес. – 2015. – №13 (30 марта). – С. 51-53.
148. Муравьева Е. Кладезь информации: Клиентские базы как источник роста продаж / Е. Муравьева, И. Рыбакова // Новый маркетинг. – 2009. – № 2. – С. 52-55.
149. Объем сделок в электронной коммерции Китая в этом году превысит 3,5 трлн. юаней : [статистические данные] // Китай. – 2009. – № 11. – С. 7.
150. Овечкин А. Как оптимизировать процесс покупки в интернет-магазине / А. Овечкин // Отдел маркетинга. – 2010. – № 12. – С. 43-50.
151. Овечкин А. Непоисковые методы продвижения или Особо Волшебный интернет-маркетинг : [интернет-торговля] / А. Овечкин // Отдел маркетинга. – 2007. – № 8. – С. 38-41.
152. О'Коннор К. Amazon оптом : [производство сматфонов : новый проект Amazon, который возглавил Прентис Уилсон] / К. О'Коннор // Forbes. – 2014. – № 9. – С. 90-94.
153. Окулова Г. 10 верных способов остаться без покупателей : [продажи через интернет-магазины] / Г. Окулова // Отдел маркетинга. – 2011. – № 6. – С. 63-64.
154. Оруджалиев А. Виртуальные витрины: как продают ИТ-товары в Uanet : [продажи электроники] / А. Оруджалиев // Компьютерное обозрение. – 2008. – № 14. – С. 24-26.
155. Основные тенденции современного маркетинга в социальных сетях // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 5-6. – С. 64-65.
156. Панкратова А. Р. Анализ преимуществ и недостатков вендинговой торговли в Украине / А. Р. Панкратова // Економіка. Фінанси. Право. – 2016. – № 6. – С. 15-17.

157. Пашкеев С. Домен свиданий : [компания eBay - электронный посредник по продажам различных товаров, входит в десятку самых популярных интернет-сайтов мира] / С. Пашкеев // Бизнес. – 2006. – № 21 (22 мая). – С. 76-79.
158. Пашкеев С. Мода на онлайн : [британская компания Net-a-Porter - крупнейший интернет-торговец модной одеждой] / С. Пашкеев // Бизнес. – 2011. – № 35 (29 августа). – С. 44-47.
159. Пивоваров М. Г. Використання електронної торгової площадки для матеріально-технічного забезпечення промислових підприємств / М. Г. Пивоваров, О. С. Хижняк // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2015. – № 1. – С. 106-111.
160. Платежи: смотрим назад и идем вперед : [онлайн платежи, интернет-торговля] // Банковский менеджмент. – 2016. – № 2. – С. 5-7.
161. Плескач В. Л. Особливості оподаткування операцій купівлі-продажу товарів у інтернеті / В. Л. Плескач, Т. Г. Затонацька // Фінанси України. – 2006. – № 11. – С. 26-33.
162. Подписное агентство : [привлечение клиентов с помощью интернет-рассылок] // Бизнес. – 2012. – №16 (16 апреля). – С. 48-49.
163. Покупатели предпочитают покупать через веб-сайты, а не через приложения // Маркетинговые исследования в Украине. – 2012. – № 2. – С. 88-89.
164. Почему пятница - самый важный день для маркетолога на Facebook? : [исследование продаж на Facebook] // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 2. – С. 56-61.
165. Пурський О. І. Аналіз стану і перспективи розвитку електронної торгівлі в Україні / О. І. Пурський, Б. В. Гринюк, І. О. Жарій // Економіка. Фінанси. Право. – 2015. – № 6. – С. 14-17.
166. Пучков Д. Три в одном: конкуренция, инфострасть и PR : [постиндустриальная бизнес-революция - ускоренное развитие бизнеса] / Д. Пучков // Отдел маркетинга. – 2006. – № 9. – С. 42-46.
167. Рынок экспресс-доставки: итоги 2011 г. : [рынок экспресс-доставки в Украине] // Дистрибуция и логистика. – 2012. – № 1. – С. 52-54.
168. Рынок электронной коммерции Украины: прогноз на 2016 год // Маркетинговые исследования в Украине. – 2016. – № 1. – С. 11.
169. Савенко І. В. Використання інструментів мерчандайзенгу в діяльності інтернет-магазинів / І. В. Савенко, Л. В. Капінус, Н. П. Скригун // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 5. – С. 125-131.

170. 004.73 С32 Сергеев А. П. Раскрутка сайтов и основы электронной коммерции / А. П. Сергеев. - Москва, 2005. - (Краткое руководство).
Гл. 5. Юридические аспекты, регулирующие бизнес в Internet : [правовой режим документов в электронной торговле]. – С. 177-248.
171. Тарнавский В. Все для всех : [японская интернет-компания RAKUTEN собрала под крышей своего онлайн-магазина десятки тысяч торговцев и миллионы потребителей] / В. Тарнавский // Новый маркетинг. – 2010. – № 2. – С. 66-70
172. Тарнавский В. Искусство группового шоппинга : [Groupon как основатель интернет-бизнеса с нуля] / В. Тарнавский // Управление компанией. – 2011. – № 8. – С. 53-59.
173. Тарнавский В. Электронная экспансия : [компания Williams-Sonoma] / В. Тарнавский // Управление компанией. – 2011. – № 9. – С. 48-54.
174. Телефонный сервис украинских e-магазинов далек от идеала : [продажи через интернет-магазины] // Отдел маркетинга. – 2011. – № 1. – С. 51-53.
175. Терешко Ю. В. Особливості розвитку інтернет-стартапів в Україні: реалії і перспективи / Ю. В. Терешко, Т. М. Тардаскіна, Л. Д. Богатирьова // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 12. – С. 435-443.
176. Тихонова Ю. Шляхи підвищення цінності матеріальних товарів через інтернет / Ю. Тихонова // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 3. – С. 60-63.
177. Украинские онлайн-покупатели: какие они? // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 2. – С. 40-41.
178. Холод И. Между продавцом и покупателем : [доставка товаров покупателям, приобретенных в интернет-магазинах] / И. Холод // Дистрибуция и логистика. – 2012. – № 5. – С. 12-15.
179. Цзе Л. Сельские передовики электронной коммерции : [особенности электронной коммерции в Китае] / Л. Цзе, К. Сянью // Китай. – 2015. – № 3. – С. 42-44.
180. Ус51 Ч-96 Чучка І. М. Інтерактивний маркетинг : навчальний посібник для студ. вищих навчальних закладів / І. М. Чучка, І. П. Студеняк. - Київ, 2009.
Тема 9. Мобільна торгівля та маркетинг. – С. 110-117.
181. Шаньшань Ю. 57,1 млрд юаней : [електронна торгівля в Китаї] / Ю. Шаньшань // Китай. – 2014. – № 12. – С. 26-27.
182. Шевелев В. "Ящик инструментов" для онлайн-торговли : [интернет-магазины, интернет-реклама] / В. Шевелев // Отдел маркетинга. – 2010. – № 9. – С. 51-57.

183. Шемет А. Д. Теоретичні підходи до визначення сутності понять електронної комерції у складі цифрової економіки / А. Д. Шемет // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2012. – № 1. – С. 176-180.
184. Шишов В. Рассылай и властвуй. Как сделать письма в вашей рассылке максимально эффективными и продающими / В. Шишов // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 4. – С. 50-54.
185. Шуан С. Эра Интернета в китайско-российской торговле / С. Шуан, Ц. Цзинь // Китай. – 2014. – № 8. – С. 32-33.
186. Щербина А. Г. Тенденції розвитку електронної торгівлі на фондовому ринку / А. Г. Щербина // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 2. – С. 301-309.
187. Щирин Е. Пишем письма, которые продают. Составляем E-mail, который поднимет ваши продажи минимум на 20% : [e-mail маркетинг] / Е. Щирин // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 5. – С. 8-11.
188. Экономико-математическая модель максимизации прибыли интернет-магазина / Ф. А. Алиев, Э. Р. Шафизаде, Р. Ю. Шихлинская, Т. Ф. Муртузалиев // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 3. – С. 210-218.
189. Юналиева Ф. Мягкой посадки ! Создание посадочной страницы продающего сайта : [интернет-продажи] / Ф. Юналиева // Новый маркетинг. – 2011. – № 4. – С. 42-46.
190. Юриков В. Интернет как виртуальная среда для реального бизнеса / В. Юриков // Корпоративные системы. – 2008. – № 5. – С. 23-27.
191. Ярова І. Інтернет як інструмент просування продукції промислових підприємств / І. Ярова // Економіка України. – 2006. – № 12. – С. 48-53.
192. Яту Ч. 11 ноября: праздник онлайн-шопинга в Китае / Ч. Яту // Китай. – 2015. – № 12. – С. 48-49.
193. Alrawabdeh W. Factors impacting the adoption of e-commerce by microfinance companies in Jordan = Чинники впливу на впровадження електронної комерції мікрофінансовими компаніями в Йорданії / W. Alrawabdeh // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 5. – Р. 160-170.
194. Chuang L. M. Electronic service quality and attitudes towards adolescents' online purchasing: mediating effect of reputation and perceived risk = Якість електронного сервісу та молодіжна онлайн-купівля: взаємозв'язок репутації та ризику / L. M. Chuang, S. T. Chao, P. H. Liu // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 8. – Р. 441-451.

195. Fan W.-S. The effects of perceived availability and information quality on website: mediation of customer knowledge management and flow experience = Вплив сприйняття доступності і якості інформації на веб-сайті на управління клієнтським знанням і потоковим досвідом / W. -S. Fan // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 1. – Р. 515-526.
196. Gangur M. The selected problems of prediction market management = Деякі питання управління віртуальними ринками : [наведена низка чинників для успішного функціонування віртуальних ринків] / M. Gangur // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 8. – Р. 418-427.
197. Malovychko S. V. General trends and features of demand at electronic trade markets worldwide = Загальні тенденції та особливості попиту на ринках електронної торгівлі різних країн світу / S. V. Malovychko // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 3. – Р. 48-54.
198. Merlo P. Assessment of the use of electronic commerce by Polish consumers = Оцінювання використання електронної торгівлі польськими споживачами / P. Merlo, J. Michalak // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 11. – Р. 426-433.

3. Розвиток цифрових та інтернет-технологій в рекламній індустрії

199. Андриенко Е. Маркетинг выживания : [рынок интернет-рекламы] / Е. Андриенко // Отдел маркетинга. – 2009. – № 3. – С. 42-44.
200. Андрощук Г. Визначення поняття "несправедлива перевага" : [товарні знаки компаній] / Г. Андрощук // Інтелектуальна власність в Україні. – 2014. – № 11. – С. 31-35.
201. Андрощук Г. Порушення прав на торговельні марки в Інтернеті (змішування): аналіз доктрин і правозастосовчої практики ЄС / Г. Андрощук // Інтелектуальна власність в Україні. – 2015. – № 8. – С. 38-42.
202. Белікова Ю. Гендерні особливості інтернет реклами / Ю. Белікова // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 1. – С. 31-34.
203. Ч21 Т39 Бичкайло С. О. Місце і роль Інтернет-реклами в просуванні туристичного продукту / С. О. Бичкайло // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2012. – Т. 4. - С. 78-79.
204. Видеореклама популярна в Україні : [інтернет-реклама] // Маркетинговые исследования в Украине. – 2013. – № 6. – С. 66-67.
205. 659 В57 Владимирська Г. О. Реклама : навчальний посібник: рек. МОНУ / Г. О. Владимирська, П. О. Владимирський. – Киев, 2009.
Ч. III. Реклама в координатах креативу : [реклама у ХХІ ст. Дизайн і реклама. Сучасна реклама] . - С. 228-329.

206. Влияния показов рекламы на визиты пользователей // Маркетинговые исследования в Украине. – 2013. – № 6. – С. 46-49.
207. Всеукраинская рекламная коалиция. Итоги года : [показатели работы крупнейшего общественного объединения рекламной индустрии Украины, включающего в себя более 100 компаний, работающих на рекламном рынке] // Маркетинг в Україні. – 2014. – № 6. – С. 14-31.
208. Ч21 Гнездовський О. В. Использование внешней рекламы в интернете для
Т39 эффективного развития туристического бизнеса / О. В. Гнездовський // Тижень науки. – Запоріжжя, 2011. – Т. 4. - С. 17-19.
209. 658.01 Горбаль Н. І. Тенденції розвитку світового та українського рекламних
Л89 ринків / Н. І. Горбаль // "Львівська політехніка" національний університет. Вісник... : збірник наук. праць. № 778. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку – Львів, 2013. – С. 147-151.
210. Грин Э. Исследование факторов, влияющих на вирусное распространение рекламных роликов / Э. Грин // Маркетинговые исследования в Украине. – 2014. – № 4. – С. 18-23.
211. Данишевская О. Где искать рекламный креатив в Интернете? / О. Данишевская // Отдел маркетинга. – 2009. – № 10. – С. 37-47.
212. Данишевская О. Оценка эффективности рекламных компаний в сети Интернет / О. Данишевская // Отдел маркетинга. – 2009. – № 4. – С. 33-36.
213. Даценко Л. Спасение в блоге: виртуальный директ-маркетинг : [интернет-реклама] / Л. Даценко // Отдел маркетинга. – 2009. – № 3. – С. 51-53.
214. Денис В. С вирусом на Вы. Наступит ли вирусный бум в украинской интернет-рекламе / В. Денис // Новый маркетинг. – 2010. – № 2. – С. 56-61.
215. Деркач Т. Интернет-реклама: реалії використання та проблеми обліку / Т. Деркач // Збірник систематизованого законодавства: Додаток до газети Бизнес. – 2010. – Вип. 6. – С. 100-106.
216. 10 основных трендов мобильного маркетинга в 2016 году // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 1. – С. 48-49.
217. Дубовик О. В. Концептуальні засади інтернет-реклами торговельного підприємства / О. В. Дубовик // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 11. – С. 71-76.
218. Залызняк О. Респонденти - невидимки. Главные страхи заказчиков онлайн-фокус- групп : [реклама в интернет] / О. Залызняк, Н. Романенко // Новый маркетинг. – 2009. – № 3. – С. 64-65.

219. Зюзиков А. Как выстроить воронку продаж с помощью Facebook : [реклама и интернет-продажи] / А. Зюзиков // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 4. – С. 42-45.
220. Зюзиков А. Как легко создать рекламу в инстаграм за 5 шагов / А. Зюзиков // Маркетинг в Україні. – 2016. – № 1-2. – С. 66-73.
221. Зюзиков А. Рекламные возможности FACEBOOK - как увеличить свои продажи / А. Зюзиков // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 1. – С. 27-30.
222. Исследование мирового рынка Digital-видеорекламы // Маркетинговые исследования в Украине. – 2016. – № 1. – С. 38-40.
223. Исследование факторов эффективности рекламы в Интернете // Маркетинговые исследования в Украине. – 2013. – № 6. – С. 64-65.
224. Капинус Л. В. Сучасні тенденції розвитку електронної реклами / Л. В. Капинус // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 2. – С. 291-295
225. Карчевський М. Спам може бути корисним : досвід правового регулювання розсилки множинних електронних повідомлень у США / М. Карчевський // Підприємництво, господарство і право. – 2011. – № 6. – С. 131-135.
226. Кашпур А. Виртуальное торговое предложение - способ сделать сахар слаще : [виртуальная реклама] / А. Кашпур // Маркетинг и реклама. – 2008. – № 5. – С. 62-66.
227. Кожухівська Р. Б. Цілі маркетингових комунікацій і використання інтернет-реклами / Р. Б. Кожухівська // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 7. – С. 120-126.
228. 659 К65 Контекстная реклама в Интернете. Настольная книга рекламиста / В. Алиева, А. Басов, Ф. Вирин [и др.] ; под общ. ред. А. Басова. – Санкт-Перербург, 2009.
Гл. 3. Подготовка рекламной кампании. – С. 66-80.
Гл. 4. Практика контекстной рекламы : [реклама в интернет]. – С. 81-100.
Гл. 5. Анализ эффективности рекламных кампаний. – С. 110-138.
229. Контекстная реклама в России: осень - 2010 : [статистические исследования] // Маркетинговые исследования в Украине. – 2010. – № 6. – С. 70-82.
230. Лазебник М. Объем рекламного рынка Украины 2015 и прогноз объемов рынка 2016. Экспертная оценка Всеукраинской рекламной коалиции / М. Лазебник // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 6. – С. 41-47.

231. Лазебник М. Объем рекламно-коммуникационного рынка Украины в 2010 году : Экспертная оценка всеукраинской рекламной коалиции по итогам первого полугодия / М. Лазебник // Маркетинговые исследования в Украине. – 2010. – № 4. – С. 62-69.
232. Ус51 Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг : навчальний посібник для студ. Л64 вищ. навч. закл. / І. Л. Литовченко, В. П. Пилипчук. - Київ, 2008.
Тема 6. Реклама в інтернет. – С. 102-125.
233. Лишь половина из маркетологов отслеживают эффективность мобильной рекламы // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 3. – С. 70-71.
234. Макаренко Л. Мобільний бум - маркетологам "на ринку". Підказки фахівців : [реклама у мобільних пристроях] / Л. Макаренко // Маркетинг в Україні. – 2012. – № 3. – С. 24-30.
235. Макеенко В. Что нужно знать об исследованиях аудиторий интернет-сайтов / В. Макеенко // Маркетинговые исследования в Украине. – 2008. – № 5. – С. 42-49.
236. Малони Д. Четыре стратегии новой эпохи, которые должен освоить современный бренд / Д. Малони // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 7-8. – С. 44-45.
237. Мась А. Успех и поражение в сети : [интернет-реклама, интернет-продажи] / А. Мась // Новый маркетинг. – 2009. – № 2. – С. 48-49.
238. Медийная онлайн-реклама: топ-рекламодатели, системы размещения и потребители // Маркетинговые исследования в Украине. – 2013. – № 2. – С. 69-73.
239. Мировой рынок мобильной рекламы - 2012: подводим итоги // Маркетинговые исследования в Украине. – 2013. – № 2. – С. 53-57.
240. Мировой рынок мобильной рекламы взлетел на 82% - исследование // Маркетинговые исследования в Украине. – 2013. – № 4. – С. 53.
241. Мобильная реклама будет расти гораздо быстрее, чем любые другие категории Digital Ad // Маркетинговые исследования в Украине. – 2014. – № 5-6. – С. 74-75.
242. Мобильное видео неуклонно развивается : [рынок видеорекламы] // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 2. – С. 64-65.
243. Мобильный маркетинг: панацея от всех бед , или наваждение для клиентов? : [реклама в SMS и MMS; мобильная реклама] // Отдел маркетинга. – 2008. – № 3. – С. 47-48.
244. Мобильный поиск вытесняет десктопный : [интернет-реклама] // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 2. – С. 70-71.

245. Моглен Е. Свобода в хмарі - свобода програмного забезпечення, приватність, безпека : [хмарні технології в рекламі] / Е. Моглен // Інтелектуальна власність в Україні. – 2013. – № 7. – С. 10-14.
246. У Л89 Новаковський І. І. Оцінювання ефективності internet-реклами / І. І. Новаковський, Л. С. Любомудрова // "Львівська політехніка" національний університет. Вісник... : збірник наук. праць. № 640. Проблеми економіки та управління. – Львів, 2009. – С. 175-182.
247. Новий канал комунікацій в Україні - сервіс рекламних рингбектонів Itone-реклама // Маркетинг в Україні. – 2012. – С. 67-68.
248. О мобильной рекламе и мобильном маркетинге // Маркетинговые исследования в Украине. – 2012. – № 5. – С. 86-89.
249. Объем глобального рынка интернет-рекламы составил \$ 23.3 млрд. // Маркетинговые исследования в Украине. – 2014. – № 5-6. – С. 32-33.
250. Объем рекламного рынка Украины в 2014 году (обновленный экспертный прогноз Всеукраинской рекламной коалиции) // Маркетинговые исследования в Украине. – 2014. – № 4. – С. 44-49.
251. Объём украинского рынка интернет-рекламы // Маркетинговые исследования в Украине. – 2013. – № 2. – С. 74-75.
252. Онлайн-реклама будет все больше нацелена на брендинг // Маркетинговые исследования в Украине. – 2011. – № 3. – С. 53.
253. Панченко А. Девять шагов к повышению доверия клиентов к ресурсу / А. Панченко // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 11-12. – С. 34-37.
254. Петренко С. Онлайн-реклама: що відбувається в Україні / С. Петренко // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 4. – С. 4-6.
255. Печерский М. Монетизация возможностей Интернета / М. Печерский // Новый маркетинг. – 2010. – № 1. – С. 34-39.
256. Подписное агентство : [привлечение клиентов с помощью интернет-рассылок] // Бизнес. – 2012. – №16 (16 апреля). – С. 48-49.
257. Програма саморегулювання щодо дитячої реклами : [інтернет-реклама] // Маркетинг в Україні. – 2011. – № 3. – С. 57-63.
258. Пустотин В. С. Стратегический рестайлинг и стратегический ребрендинг: сходство и отличия / В. С. Пустотин // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 5. – С. 24-30.
259. Рынок контекстной рекламы в Украине // Маркетинговые исследования в Украине. – 2012. – № 2. – С. 82-87.

260. Савела Л. Инновационные подходы к рекламе. Рынок Indoor Media : [диверсификация медиаканалов] / Л. Савела // Отдел маркетинга. – 2009. – № 11. – С. 39-42.
261. Секрет эффективности онлайн-рекламы в ее простоте // Маркетинговые исследования в Украине. – 2012. – № 3. – С. 50-51.
262. Слободян М. 10 рабочих фишек в составлении интернет-рекламы / М. Слободян // Маркетинг в Україні. – 2013. – № 6. – С. 38-40.
263. Смотрич Ж. Ваш корпоративный сайт: как сделать его работу эффективной : [интернет-реклама] / Ж. Смотрич // Отдел маркетинга. – 2009. – № 3. – С. 45-47.
264. Ч21 Т39 Соколов А. В. Використання INTERNET у рекламі туристичних послуг / А. В. Соколов, Є. К. Саввіна // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2009. – Т. 3. – С. 114-115.
265. Сравнительное исследование: TV-реклама и мобильная реклама // Маркетинговые исследования в Украине. – 2016. – № 1. – С. 28-30.
266. Тенденции мировой прессы: цифровые доходы не заменят печатных: [доходы от рекламы в прессе] // Журналіст України. – 2010. – № 2. – С. 30.
267. Тенденции развития интернет-рекламы в Уанете // Маркетинговые исследования в Украине. – 2012. – № 5. – С. 64-67.
268. Тенденции развития онлайн-видеорекламы в украинском Интернете: переход от поиска форматов к поиску аудитории // Маркетинговые исследования в Украине. – 2013. – № 6. – С. 68-69.
269. Фандеева Е. А. Применение метода анализа иерархий для выбора рекламной сети в интернете / Е. А. Фандеева, В. В. Харченко // Радіоелектроніка, інформатика, управління. – 2014. – № 1. – С. 89-95.
270. Чумаченко А. Важливість правильного позиціонування бренду в соціальних медіа / А. Чумаченко // Маркетинг в Україні. – 2011. – № 2. – С. 46-50.
271. Шевелев В. "Ящик инструментов" для онлайн-торговли : [интернет-магазины, интернет-реклама] / В. Шевелев // Отдел маркетинга. – 2010. – № 9. – С. 51-57.
272. Шевелев В. Повышаем конверсию сайта : [интернет-реклама] / В. Шевелев // Отдел маркетинга. – 2010. – № 7. – С. 35-41.
273. 659 Ш37 Шевчук Д. А. Рекламное дело : конспект лекций / Д. А. Шевчук. – Ростов н/Д : Феникс, 2007. – 192 с. - (Зачет и экзамен).

274. Шишов В. Коротко, быстро, прибыльно. SMS - рассылки - эффективный и выгодный бизнес-инструмент / В. Шишов // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 5. – С. 12-15.
275. Шрамко И. Рекламная онлайн-реальность : [реклама в интернете] / И. Шрамко // Маркетинг и реклама. – 2008. – № 5. – С. 48-51.
276. Щирин Е. Пишем письма, которые продают. Составляем E-mail, который поднимет ваши продажи минимум на 20% : [e-mail маркетинг] / Е. Щирин // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 5. – С. 8-11.
277. Юриков В. Интернет как виртуальная среда для реального бизнеса / В. Юриков // Корпоративные системы. – 2008. – № 5. – С. 23-27.
278. Blazquez-Resino J. J. Economic efficiency of advertising: some evidences from internet publicity = Економічна ефективність реклами на прикладі інтернет-реклами / J. J. Blazquez-Resino, J. Chamizo-Gonzalez // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 9. – Р. 246-254.
279. Ignitionone : доля Google на рынке поисковой рекламы в 2014 году сократилась // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 1. – С. 47-49.
280. Laskowski M. Economic and legal aspects of adjusting onlaine advertisements for visually impaired = Економічні та юридичні аспекти адаптації онлайн-реклами для людей з порушеннями зору / М. Laskowski, Т. Szyczyk. // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 6. – С. 301-308.
281. Pursky O. I. Planning of advertising costs and vendor number at e-trade market = Планування витрат на рекламу і кількість продавців на електронному торговельному ринку / О. І. Pursky, В. В. Гринук, D. А. Shestopal // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 3. – Р. 407-413.
282. ZenithOptimedia дал прогноз развития крупнейших рекламных рынков мира // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 4. – С. 28-32.
283. ZenitnOptimedia: реклама в mobile обгонит десктоп в 2018 году : [перспективы мобильной интернет-рекламы] // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 1. – С. 18-19.

Авторський покажчик

Алексеева К. А.	1	Деркач Т.	215
Алексунин В. А.	91	Дзьнько Т.	72
Али Н.	119	Домашева Е. А.	10
Алиев Ф. А.	188	Домбровська А.	116
Алиева В.	228	Дубовик Т. В.	11, 36, 117, 217
Алюев А.	92	Дудка Т. М.	118
Андрейченко П.	93	Єременко Ю.	54
Андриенко Е.	199	Жалевич А.	12
Андрощук Г.	94, 201	Жарій І. О.	165
Апопій В. В.	95	Жебровська О.	13
Бабкина К.	96	Зайченко И.	14
Басов А.	228	Залесов А.	15
Берко А. Ю.	1	Залызняк О.	218
Бесіда Я.	97	Затонацька Т. Г.	161
Белікова Ю.	2, 202	Зелинский С. Э.	120
Бичкайло С. О.	203	Зинкевич А.	16
Благирев А.	3	Зозулев А. В.	10
Богданець Н.	98	Зубков А. В.	121
Богатирьов Л. Д.	175	Зубрицький А.	17, 122
Бондаренко С.	99	Зюзиков А.	18, 19, 123, 124, 219, 220, 221
Бондарец В.	100	Иванова И.	125
Бондарчук А.	4, 5, 101, 102, 103	Ільтьо Т. І.	67
Бочуля Т.	104	Ільченко Н.	128
Бучацька І. О.	11	Іскренко Л. П.	129
Власенко Н.	107	Кавун О.	128
Виноградська А. М.	105, 106	Капинус Л. В.	129, 224
Вирин Ф.	228	Касперович Я.	83
Висоцька В. А.	1	Карапетян А.	25
Владимирська Г. О.	205	Карчевський М.	225
Владимирський П. О.	205	Качковский А.	26
Валков Ю. М.	118	Кашпур А.	226
Волчек Н. В.	108	Кирилич Т. Ю.	132
Галковская Т.	109	Кльоба Л. Г.	133
Галпин Д.	6	Кожухівська Р. Б.	227
Ганюков А.	119	Кондратюк А.	27
Герасименко В.	7	Кіров Б. С.	129
Гнездовський О. В.	208	Коробкова А.	28
Гоголина Г. В.	111	Креденець О. В.	95
Голоцван Л.	112	Круглікова В. В.	30
Горбань Н. І.	209	Кукушка Е.	147
Горлач Е.	26	Курташова І. В.	134
Гощинский А.	8	Кучіна А.	31
Грин И.	113	Лазерник М.	230, 231
Грин Э.	210	Ларионов А.	135
Гринева А.	114	Левченко Н. М.	136
Гринюк Б. В.	165	Ліфанов С.	138
Грищенко С.	9	Лилик І.	137
Давиденко І.	7	Литовченко І. М.	32, 33, 34, 232
Данишевская О.	211, 212	Любарский И.	35
Даценко Л.	213	Любомудрова Л. С.	246
Дейнека О. І.	115		

Мазаракі А. А.	36	Смотрич Ж.	263
Макаренко Л.	234	Соколов А. В.	264
Макеенко В.	235	Стріжкова Ю.	61
Маловичко С. В.	139	Студеняк І. П.	70
Малони Д.	37	Сюркало Б. І.	121
Малюта Д.	38	Сяньу К.	179
Морданова Э.	140	Тардаскина Т. М.	175
Мароус Д.	39	Тарнавський В.	171, 172, 173
Мась А.	141, 237	Терешко Ю. В.	175
Матвійчук Н. О.	143	Тимошенко С.	125
Матвеева В.	142	Тихонова Ю.	176
Машевская К.	144	Фандеева Е. А.	269
Междибовська Н.	145	Фролова А.	62
Мельник О.	40	Харченко В. В.	269
Миненкова Н.	146	Хатами А.	63
Моглен Е.	245	Хачатурова А.	64
Московчук Э.	147	Хижняк О. С.	159
Муравйова Е.	148	Холод И.	178
Муртузалиев Т. Ф.	188	Цзе Л.	179
Новаковський І. І.	246	Черненко О.	65
Овечкин А.	42, 150, 151	Чичика Т.	66
О'Коннор К.	152	Чорій М. В.	67
Окулова Г.	153	Чуниховская А.	69
Оруджалиев А.	154	Чучка І. М.	70, 180
Павлішина Н. М.	45	Чумаченко А.	270
Панкратова А. Р.	156	Шалева О. І.	95
Панченко А.	46, 253	Шаньшань Ю.	181
Паранько С.	47	Шамкова А.	71
Пачковский Ю.	116	Шафизаде Э. Р.	188
Пашкеев С.	157, 158	Шевелев В.	271
Петренко С.	254	Шевченко И.	72
Печерський М.	255	Шевчук Д. А.	273
Пивоваров М. Г.	159	Шемет А. Д.	183
Пилипчук В. П.	32, 50, 232	Шеньє Л.	73
Плескач В. Л.	161	Шерман А.	74
Пурський О. Г.	165	Шихлинская Р. Ю.	188
Пустотин В. С.	258	Шишов В.	75, 184, 274
Пучков Д.	166	Шрамко І.	77, 275
Редько А.	40	Шуан С.	185
Решетникова І.	54	Щербина А. Г.	186
Родигина В. В.	91	Щирин Е.	78, 187, 276
Розум А.	55	Юналиева Ф.	189
Ростовцев С.	56	Юриков В.	190, 277
Рыбакова И.	57	Юрчак А.	79, 80, 81, 82
Саввина Є. К.	264	Язвицкая Н.	83
Савела Л.	260	Янось-Кресло М.	116
Савенко І. В.	169	Яту Ч.	192
Савицький В.	93		
Сергеев А. П.	170	Alrawabden W.	193
Сиваченко О. В.	59, 60	Baraniecka F.	85
Слободян М.	262	Blazquez-Resino J. J.	278
Слободянюк Э.	119	Chamizo-Gonzalez J.	278

Chao S. T.	84, 194	Liu P. H.	84, 194
Cheba R.	85	Malovychko S. V.	197
Chuang L. M.	84, 194	Merlo P.	198
Danylenko M	87	Michalak J.	198
Fan W.-S.	195	Miklosik A.	89, 90
Gangur M.	196	Paunovic L.	86
Grubic G.	86	Pursky O. I.	285
Grynyuk B. V.	281	Ratkovic M.	86
Hvirdova E.	89	Shestopal D. A.	281
Kiba-Janiak M.	85	Vokounova D.	90
Laskowski M.	280	Zak S.	89

Зміст

Вступ.....	3
1. Інтернет-комунікації в маркетинговому середовищі.....	4
2. Ефективність цифрових та інтернет-технологій в торгівлі.....	11
3. Розвиток цифрових та інтернет-технологій в рекламній індустрії.....	20
Авторський покажчик.....	27