

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

МАРКЕТИНГ в Україні

УАМ: ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ КВАЛІФІКАЦІЙНИХ ІСПИТІВ

Мета проекту - створення прозорої системи сертифікації фахівців з маркетингу, яка відповідає потребам вітчизняної економіки, має довіру учасників ринку та підлягає періодичному оновленню на підставі змін у ринкових потребах і відповідно до запитів ринку. Сьогодні вже розроблено зміст Кваліфікаційного іспиту базового рівня "Організація маркетингових досліджень".



... стр. 4

ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ НЕРУХОМОСТІ

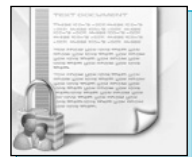
У Чернівцях масової забудови не було від часів здобуття Україною незалежності. За останніх же декілька років ситуація докорінно змінилася



... стр. 12

ОЦІНЮВАННЯ ПРОГРАМ ІНТЕГРОВАНІХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ: СВІТОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ ОЦІНЮВАННЯ ПОВІДОМЛЕНЬ

Одне з найскладніших питань, із якими стикаються маркетологи, полягає в тому, як визначити ефективність маркетингових комунікацій. У статті розглянуто різноманітні методи оцінювання повідомлень, які застосовуються для оцінки складових програми інтегрованих маркетингових комунікацій.



... стр. 16

УПРАВЛІННЯ ВІДНОСИНАМИ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗІ СПОЖИВАЧАМИ

Прихід в Україну відомих світових готельних брендів залучить до практики діяльності вітчизняних підприємств нові стандарти відносин зі споживачами.



... стр. 45

ЛАТЕРАЛЬНЕ МИСЛЕННЯ ДЛЯ МЕНЕДЖЕРА

Фундаментальним принципом латерального мислення є те, що будь-який погляд на речі – лише один із багатьох можливих.



... стр. 52

РЕКОМЕНДАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ АСОЦІАЦІЇ МАРКЕТИНГУ З ПРОВЕДЕННЯ ТЕНДЕРІВ НА МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Схвалено конференцією ВГО "УАМ" "Клієнти та дослідники: діалог і взаєморозуміння" 18 травня 2007 року, протокол №9.

Тендер- це письмово оформлений запит на проведення дослідження, що надається двом і більше учасникам ринку. Якщо Замовник не запрошує офіційно до участі у тендері, але "дає на прорахунок" проект декільком компаніям (більше однієї), то ця дія є тендером, навіть якщо Замовник таким його не називає .



... стр. 59

Київ, 2007

МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ

МАРКЕТИНГ в Україні

№ 3 (43), травень-червень, 2007 рік
Передплатний індекс – 22942
ISSN 1606-3732

Редакційна колегія:

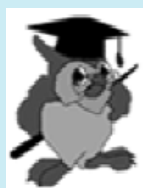
Павленко А. Ф., д.е.н., академік –
головний редактор

Лилик 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.
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

- На шляху до впровадження системи
кваліфікаційних іспитів УАМ 4
- Підведено підсумки Всеукраїнського конкурсу
студентських робіт з маркетингу імені Ігоря Ткаченка
«Молодь опановує маркетинг» 7
- 24-25 травня у Києві проходили
Дні Директ-Маркетингу в Україні 8
- Спеціальний гість Днів Директ-Маркетингу в Україні
Драйтон Бьорд (Великобританія) 11

ОГЛЯД РИНКІВ

- М.В. Кирилюк**
Тенденції розвитку ринку нерухомості
у Чернівцях на 2007 рік 12

КОМУНІКАЦІЇ: РЕКЛАМА, PUBLIC RELATIONS

- Н.В. Головіна**
Оцінювання програм інтегрованих маркетингових комунікацій:
світові дослідження методів оцінювання повідомлень 16

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

- Г.С. Решетнікова, А.Б. Жидков**
Нейронні мережі як засіб аналізу
і моделювання поведінки споживача 22

УПРАВЛІННЯ БРЕНДАМИ

- Д.В. Яцюк**
Реклама як основний чинник формування
і функціонування бренду 28

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

- Н.В. Карпенко**
Партизанський маркетинг у практиці малого та середнього
бізнесу Полтавщини 33

О.В. Кощій Проблеми виготовлення екологічно чистих продуктів харчування в Україні	40
--	----

К.І. Ладиченко Управління відносинами готельних підприємств зі споживачами: проблеми та перспективи розвитку	45
---	----

ТЕОРІЯ МАРКЕТИНГУ

І.В. Лилик, І.І. Сайчук Маркетинг: виклики XXI століття	49
---	----

Ю.Б. Качура Латеральне мислення для менеджера: час нагострити клинок	52
---	----

МАРКЕТИНГ У СВІТІ

Consolidated ICC Code of Advertising and Marketing Communication Practice "Консолідована система директив і керівництв у сфері реклами та практики маркетингових комунікацій ICC"	55
--	----

ДІЯЛЬНІСТЬ УАМ

Рекомендації Української Асоціації Маркетингу з проведення тендерів на маркетингові дослідження	59
--	----

Дискусії за круглим столом: «Легка промисловість: партнерство і конкуренція на вітчизняному ринку»	61
--	----

О.Б. Омельчук Рівень якості обслуговування в роздрібних мережах Києва: результати моніторингу Marketing LAB	67
--	----

О.В. Глудунов Американські дипломати в гостях в УАМ	69
---	----

Курси, семінари та тренінги	71
---------------------------------------	----

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.

ІТ-менеджер

Погребний А.О.

Маркетинг-менеджер

Гаврилова І.Ю.
Клименко Н.А.

Менеджер-перекладач

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 № 13 від 22 червня 2007 р.
засідання Вченої ради КНЕУ.

Підписано до друку 22 червня 2007 р.
Надруковано в ПП "Демос Сервіс",
м. Київ, пр. Перемоги, 67.

Замовлення № 149.

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