

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

МАРКЕТИНГ в Україні

КВАЛІФІКАЦІЙНІ ІСПИТИ В НТУУ «КПІ»

Артур Герасимов, генеральний директор холдингу «Українська Маркетингова Група»: Наша компанія підтримує ініціативу УАМ з розробки і впровадження таких іспитів. Ми вважаємо, що постійний діалог між бізнесом і освітніми закладами конче потрібний. Особливо важливо, що він проходить у такій цивілізованій і ефективній формі



... .стор.4

СИСТЕМА «СУБМАРИН» В УПРАВЛІННІ БІЗНЕСОМ

Неврегульованість базових проблем, відсутність принципових домовленостей між ключовими учасниками економічних відносин на мікрорівні (часто ігнорування факту існування деяких учасників) є причиною неефективності застосування сучасних інструментів у практиці пострадянського бізнесу



... .стор.11

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ІНСТИТУЦІЙНИХ ІНВЕСТИТОРІВ

Використання концепції, методології, технологій маркетингу в галузях фінансового ринку дозволить розпочати процеси гармонізації і збалансованого розвитку реального та фінансового секторів економіки України



... .стор.16

ЧИ БУДУТЬ НОВІ ПРАВИЛА ГРИ?

На південному березі Криму, у парку-готелі «Марат», завершилися Дні кабельного телебачення України-2010. Форум ознаменувався рекордною кількістю (понад 400 осіб) і широкою географією учасників, які були представлені не тільки Україною і Росією, а й такими країнами, як Швеція, Ізраїль, Латвія, Молдова, Грузія, Казахстан



... .стор.44

ЗАКОН УКРАЇНИ «ПРО ЗАХИСТ ПЕРСОНАЛЬНИХ ДАНИХ»: ЯК ВЕСТИ БІЗНЕС ДАЛІ?

Прийняття Верховною Радою України 1 червня 2010 року Закону України «Про захист персональних даних» викликало цілу хвилю обурення та запитань у спеціалістів різних галузей українського бізнесу. Головне — як жити далі?



... .стор.50

МАРКЕТИНГ ОЧИМА УКРАЇНСЬКОЇ FMCG-КОМПАНІЇ

Компанії, які функціонують на ринку FMCG, характеризуються значним товарообігом, великою кількістю позицій у товарному асортименті і низькою, порівняно з іншими галузями, рентабельністю бізнесу. Про це розповідає власник української FMCG-компанії Андрій Осипов



... .стор.69

МАРКЕТИНГ в Україні

№ 3 (61), травень - червень, 2010 рік
Передплатний індекс - 22942
ISSN 1606-3732

Редакційна колегія:

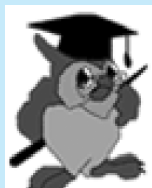
Павленко А. Ф., д.е.н., академік -
головний редактор

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

Бакушевич І. В., к.е.н.
Будзан Б. П., к.т.н.
Заруба В. Я., д.е.н.
Каніщенко О. Л., д.е.н.
Кардаш В. Я., к.е.н.
Кравченко В. А., к.е.н.
Куденко Н.В., д.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



ДІЯЛЬНІСТЬ УАМ

Кваліфікаційні іспити в НТУУ "КПІ"	4
Міжвузівська студентська конференція "МОЛОДЬ ОПАНОВУЄ МАРКЕТИНГ"	7

ПРОМИСЛОВИЙ МАРКЕТИНГ

Форум "ПРОМИСЛОВИЙ МАРКЕТИНГ"	10
О.В. Гладунов, В.Г. Задорожний Система "СУБМАРИН" - управління бізнесом на засадах справедливості і здорового глузду	11

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

М.А. Окландер, Л.В. Новошинська Маркетингові стратегії інституційних інвесторів	16
С.В. Ковальчук Бенчмаркінг як універсальний інструмент оцінювання стратегічної діяльності підприємства	20

КОМУНІКАЦІЇ: РЕКЛАМА, PR

О.В. Ткачук Маркетингові комунікації у логістичних системах	32
Ю.Б. Ремезь Механізм формування інтегрованих маркетингових комунікацій	39

Чи будуть нові правила гри?

Матеріали засідання круглого столу "Нішеві телеканали:
взаємодія з рекламним ринком" 44

ЗАКОНИ ТА КОМЕНТАРІ

Закон України

"Про захист персональних даних" 50

Закон України "Про захист персональних даних":
Як вести бізнес далі? 57

УРАВЛІННЯ БРЕНДАМИ

Ю.О. Тихонова

Шляхи підвищення цінності матеріальних товарів
через Інтернет 60

СОЦІАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ

А.Ш. Хамідова

Стимулювання реалізації соціально-відповідального
маркетингу підприємств галузі мінеральних добрив
у контексті державного регулювання 64

НАШЕ ІНТЕРВ'Ю

А.В. Осипов

Маркетинг очима української FMCG-компанії 69

МАРКЕТИНГ в Україні

Адреса редакції:

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

Літературний редактор

Македон В.Є.

Верстка, дизайн

Гарашук Г.Є.

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 № 11 від 24 червня 2010 р.
засідання Вченої ради КНЕУ.

Підписано до друку 25 червня 2010 р.

Надруковано в ПП "Сьома грань",
м. Київ, пр. Перемоги, 67.

Замовлення № 800.

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®