**Електронні навчально-методичні видання**

**у вигляді збірників («хрестоматій») статей та уривків з наукових видань, які є об’єктом вивчення в рамках навчальних дисциплін відповідно до затвердженої навчальної програми**

**підготовки бакалаврів і магістрів**

(згідно з розпорядженням Науково-дослідної частини № 03-21 від 05.05. 2017 р.)

Дисципліна *Математичні методи в маркетингу*

Кафедра / факультет *кафедра економічної кібернетики / економічний ф-т*

Викладач *Пілько Андрій Дмитрович*

E-mail *andriypilko@i.ua*

Список наукових текстів (до 10 позицій), що включенні у збірник текстів для самостійної роботи студента («хрестоматію) і електронні версії яких додаються:

1. Пілько А.Д. Модель оцінки ефективності управління системою маркетингових комунікацій підприємства / А.Д. Пілько // Моделювання регіональної економіки. Збірник наукових праць Івано-Франківськ: Видавничо-дизайнерський відділ Центру інформаційних технологій, 2010. –– №2(16). – с. 10-21.

<http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Modre_2010_2_4>

1. Пілько А.Д. Сучасні тенденції розвитку моделей маркетингових комунікацій / А.Д.Пілько, О.М.Лукан // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. №7. – 2011. С. 253-260.

<http://www.pu.if.ua/depart/Finances/resource/file/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA/2011-2/%D0%9F%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BA%D0%BE%2C%D0%9B%D1%83%D0%BA%D0%B0%D0%BD.pdf>

1. Пілько А.Д. Потенціал регіонального ринку мяса і м’ясопродуктів: оцінка, аналіз та перспективні напрями моделювання. / А.Д. Пілько, Б.Б. Потятинник // Бізнес-інформ, №11, 2015. С. 162 – 168.

<http://www.business-inform.net/pdf/2015/11_0/162_168.pdf>

1. Пілько А.Д. Прогнозування ефективності управління системою маркетингових комунікацій. / А.Д.Пілько // Вісник соціально-економічних досліджень. - Одеса., 2013 рік, випуск 1 (48), с.140-146.

<http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/3177/1/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B3%D0%BD%D0%BE%D0%B7%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%B5%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96%20%D1%83%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%BE%D1%8E%20%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%85%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9.pdf>

1. Кузьминчук Н.В. Прогнозування ефективності рекламної діяльності на основі методів економічної динаміки / Н.В. Кузьминчук, О.О. Антонець // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики, 2014, № 2 (26)., с. 24-35.

<http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/20203/1/2014_Kuzmynchuk_Prohnozuvannia.pdf>

1. Жегус О.В. Моделювання попиту на освітні продукти закладів вищої освіти в Україні / О.В. Жегус // Проблеми економіки, 2018, № 2, с. 410 – 417.

<http://oaji.net/articles/2017/728-1536659133.pdf>

1. Соколовська З.М. Моделювання діяльності аутсорсингової фірми / З.М. Соколовська, Н.В. Яценко // Бізнес Інформ, 2015, №3. – с. 60-70.

<http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=binf_2015_3_11>

1. Пілько А.Д. Модель оцінки потенціалу регіонального ринку товарів споживчого попиту та її застосування у маркетингововому аналізі / А.Д.Пілько / Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економіка. - 2015 - Випуск 14, частина 4. С. 156 – 159.

<http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_14/economic_14_4.pdf>

1. Зюкова І.О. Моделювання маркетингових засобів стратегічного управління підприємством / І. О. Зюкова, А. О. Зюкова // [Бізнес Інформ](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9614572). - 2015. - № 1. - С. 400-405.

<http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=binf_2015_1_67>

1. Сагайдак М.П. Економіко-математична модель управління підсистемою «Персонал» у системі внутрішнього маркетингу підприємства / М.П. Сагайдак // Бізнес Інформ. – 2015. – №1. – с.154 – 159.

<http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=binf_2015_1_25>