**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 \_Реклама і стимулювання збуту\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Спеціальність \_Маркетинг\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ОКР \_\_бакалавр\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Кафедра \_менеджменту і маркетингу\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

факультет \_\_економічний\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Викладач \_\_Шурпа Світлана Ярославівна\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

E-mail\_\_tekram@ukr.net\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Стаття 1. Вплив реклами на просування споживчих товарів. Компанієць
2. Стаття 2. Сучасні тенденції розвитку реклами як базового інструменту маркетингових комунікацій. Водяник
3. Стаття 3. Удосконалення стимулювання збуту на підприємстві. Марищук
4. Стаття 4. Сучасні тенденції розвитку реклами в Україні. Хамініч
5. Стаття 5. Співвідношення реклами і реалізації товару. Добровольська
6. Стаття 6. Стимулювання розвитку маркетингової діяльності підприємств України. Калінін
7. Стаття 7. Суть, цілі та завдання стимулювання збуту як елементу

маркетингових комунікацій. Пацалюк

1. Стаття 8. Використання btl-реклами та інтегрованих маркетингових

комунікацій в рекламній стратегії просування товару на ринок. Охріменко

1. Стаття 9. Обгрунтування засобів стимулювання збуту продукції для покупців. Колядич
2. Монографія. Реклама як інструмент маркетингу. Голда, Поліщук