**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 05.05.2018 р.)

Викладач \_кандидат економічних наук, викладач **Благун Іван Іванович**

Кафедра / факультет / інститут **економічний факультет, кафедра менеджменту і маркетингу**

Дисципліна: **Медіапланування**

Місце збереження документів:

КХ – загальне книгосховище

ЕК – читальний зал екон. мат. та фіз.

Заг ЧЗ – Загальний читальний зал

ЕЛ – електронна бібліотека

1. Вдовічена О. Г. Місце сучасного рекламного ринку в умовах розвитку світових медіа / [Електронний ресурс] О. Г. Вдовічена // – Режим доступу : <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchtei_2013_4_40>. **(ЕЛ)**
2. Гавриленко Н.Г. Медіа-планування та його роль в рекламній кампанії підприємства / [Електронний ресурс] Н.Г. Гавриленко // – Режим доступу: <https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/9545/1/20180329_Cluster_P114-118.pdf> **(ЕЛ)**
3. Гараніна І. І. Особливості проведення аудиту рекламної діяльності вітчизняних підприємств /[Електронний ресурс] І. І. Гараніна // – Режим доступу : <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2015_10_26>. **(ЕЛ)**
4. Діброва, Т. Г. Рекламна кампанія: процедура реалізації медіастратегії /[Електронний ресурс] Т. Г. Діброва // – Режим доступу : <http://bses.in.ua/journals/2016/12-2_2016/6.pdf> **(ЕЛ)**
5. Кітченко О.М., Маслєвич Я.О. Медіапланування як складова частина рекламної кампанії [Електронний ресурс] // – Режим доступу : <http://www.kpi.kharkov.ua/archive/MicroCAD/2015/S16/2015_5_Tezisy_sbornik_part3_2015_156.pdf> **(ЕЛ)**
6. Крепак А.С. Медіапланування : класифікація показників / [Електронний ресурс] А.С. Крепак // – Режим доступу : <http://r250.sudu.edu.ua/bitstream/123456789/66220/1/Krepak.pdf> **(ЕЛ)**
7. Налобіна Т. А. Проблеми вибору сучасних медіаканалів рекламної кампанії в Україні / [Електронний ресурс] Т. А. Налобіна // – Режим доступу : <http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_11_302> **(ЕЛ)**
8. Підлісна О.В. Фактори впливу на створення медіа плану та медіастратегії / [Електронний ресурс] О.В. Підлісна // – Режим доступу: <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/37474/1/Pidlisna_media%20strategy.pdf> **(ЕЛ)**
9. Радкевич Л. А. Медіапланування в системі рекламного менеджменту: аналіз етимологічних конструкцій / [Електронний ресурс] Л. А. Радкевич // – Режим доступу : <http://nbuv.gov.ua/UJRN/evzdia_2016_6(1)__28>. **(ЕЛ)**
10. Радкевич Л.А. Систематизація цілей та задач медіапланування в рекламному менеджменті / [Електронний ресурс] Л.А. Радкевич // – Режим доступу : <http://bses.in.ua/journals/2016/12-2_2016/6.pdf> **(ЕЛ)**

Подавати даний список у відділ комп’ютеризації наукової бібліотеки або надсилати на адресу бібліотеки [**pnu-lib@ukr.net**](mailto:pnu-lib@ukr.net)

Контактна особа – Гуцуляк Олег Борисович, учений секретар наукової бібліотеки

**Телефон для довідок 59-61-10**