**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 «Маркетинг в бізнес-адмініструванні»

Кафедра управління та бізнес-адміністрування

І[нститут післядипломної освіти та довузівської підготовки](http://www.d-learn.pu.if.ua/nndipo/)

Викладач: Попадинець І.Р.

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

1. [Романенко Є. О.](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=A=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%A0%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%84$) Маркетинг у державному управлінні: (архетипний підхід) / Є. О. Романенко, І. В. Чаплай // [Публічне урядування](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%96101371). - 2016. - № 2. - С. 217-225. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/pubm\_2016\_2\_22](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=pubm_2016_2_22)
2. [Ромат Є.](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=A=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%A0%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%82%20%D0%84$) Маркетинг у публічному управлінні / Є. Ромат // [Вісник Київського національного торговельно-економічного університету](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%9616143). - 2016. - № 4. - С. 56–67. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknteu\_2016\_4\_5](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=Vknteu_2016_4_5)
3. [Горохова, Т. В. Формування маркетингової стратегії в системі місцевого самоврядування](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VPDTU_ek_2017_34_17) [Електронний ресурс] / Т. В. Горохова, Г. І. Бабек // Вісн. Приазов. держ. техніч. ун-ту. Серія : Економічні науки. – 2017. – Вип. 34. – С. 110–117.
4. Костюк О.С. Проблеми розвитку соціально-етичного маркетингу / О.С. Костюк, Л. В. Мастеляк // “Актуальні проблеми та перспективи розвитку маркетингового управління”: матеріали V всеукраїнської наукової конференції молодих учених та студентів [відповід. за вип.: проф. Каплун В. В.] – Київ: Видавництво КНУТД, 2017. – С. 87
5. Сударкіна С. П. Планування маркетингової діяльності підприємства в сучасних умовах: інструменти і організація / С. П. Сударкіна, О. О. Маслій // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 28 (1200). – С. 95-99.
6. Шафалюк О.К. Інновації в системі „споживач-маркетинг” / О.К. Шафалюк // Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. - К.: КНЕУ, 2006. - Вип. №16. - С. 228-245.