**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 WEB-маркетинг: SMM\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Спеціальність Маркетинг\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ОКР \_Бакалавр

Кафедра менеджменту і маркетингу

факультет /інститут Економічний

Викладач проф.Благун І.І.

E-mail ivan.i.blahun@pnu.edu.ua

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

1. Kudriavtceva, Veronika. "SMM Strategy for a marketing company." (2018).

2. Zulfiqar, Shahzeb, Asadullah Lakho, and Kehkashan Nizam. "Social Media Analytics: Application towards Social Media Marketing." (2022).

3. Wijayanti, Tri Cicik, et al. Evaluation on Social Media Marketing from Customers. Webology 18.2 (2021).

4. Adoption of Social Media Marketing for Sustainable Business Growth of SMEs in Emerging Economies: The Moderating Role of Leadership Support

5. Han, Honghua, Jason Xiong, and Kexin Zhao. Digital inclusion in social media marketing adoption the role of product suitability in the agriculture sector. Information Systems and e-Business Management (2021) 1-27.

6. Parvez, Shaik Javed, et al. Digital marketing in hotel industry. International Journal of Engineering & Technology 7.2.21 (2018) 288-290.

7. Garg, Aashish, Amarjit Kaur, and Muskan Sachdeva. Ascertaining Factors Crucial For Successful Social Media Marketing (SMM) Campaign. Paradigm Shift in Marketing and Finance 71.

8. Lisun, Yanina. "Analysis of the social media marketing: Business environment and modern trends in Poland and Ukraine." Modern Management Review 27.4 (2020): 51-69.

9. Alatawy, Khald S. The Role Social Media Marketing Plays in Customers’ Purchase Decisions in the Context of the Fashion Industry in Saudi Arabia. International Journal of Business and Management 17.1 (2022).

10. Zhai, Weining, et al. "Emerging Marketing Strategies during the COVID-19 Pandemic." Higher Education and Oriental Studies 2.1 (2022).

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

**Телефон для довідок 59-61-10**

Перевірити наявність хрестоматії у бібліотеці можна за посиланням: http://lib.pnu.edu.ua/elibrary-res.php?a=хрестоматія&nom=2