## Стратегії маркетингу у інформаційному забезпеченні видавничої діяльності <http://megalib.com.ua/content/6362_41Strategii_marketingy_y_informaciinomy_zabezpechenni_vidavnichoi_diyalnosti.html>

1. Семплінг як інструмент просування товару на ринок http://www.ukr.vipreshebnik.ru/market/4355-sempling-yak-instrument-prosuvannya-tovaru-na-rinok.html
2. Що собою являє семплінг? <http://faqukr.ru/osvita/37580-shho-soboju-javljae-sempling-sempling-ce.html>
3. Пішковцій С. Краудфандинг: як зібрати кошти на реалізацію своєї ідеї / С. Пішковцій : http://inspired.com.ua/ideas/crowdfunding/
4. Аккерман К.Краудфандінг як фінансовий інструментhttp://www.ufin.com.ua/analit\_mat/sdu/139.htm
5. Краудфандинг в Україні http://civic-hub.org/crowdfunding-ukraine
6. Бессараб А. О. Формування читацької культури та просування книжкової продукції

на сторінках журналу "COSMOPOLITAN” (Україна) / А. О. Бессараб // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. - 2014. - № 4. - С. 104-108. - Режим доступу:<http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2014_4_24>

1. . Бессараб А. О. Формування читацької культури та просування книжкової продукції на сторінках журналу "COSMOPOLITAN” (Україна) / А. О. Бессараб // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. - 2014. - № 4. - С. 104-108. http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk\_2014\_4\_24
2. Зелінська Н. М. Просування книжкових видань у традиційних та новітніх українських медіа у контексті європейської практики / Н. М. Зелінська // Наукові записки Інституту журналістики. – 2014. – Т. 56. – С . 96-99: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh\_2014\_56\_20.
3. Зелінська Н. М. Рекламування книжкових видань на сучасному українському телебаченні / Наталія Зелінська // Вісник Львівського Університету. Серія журналістика. – 2013. – Вип. 38. – С. 277–282 //

http://eprints.zu.edu.ua/16547/1/стаття\_Зелінської\_Н.М.\_.pdf