**Основна:**

**Малтиз В.В. Маркетинг комунікацій і соціальних мереж : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра всіх спеціальностей. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2024. 113 с.**

1. Інтернет-маркетинг: методичні рекомендації з вивчення дисципліни. М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, Каф. маркетингу та менеджменту; Ю.Б. Лижник, Р.В. Шамрін, В.В. Барабанова, Г.А. Богатирьова. Кривий Ріг : [ДонНУЕТ], 2022. 52 с.

2. Попова Н. В. Маркетингові комунікації : підручник Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т. А. Муха ; під загальною редакцією Н. В. Попової. Харків: «Факт», 2020. 315 с.

3. Палеха Ю. І. Палеха О.Ю.Маркетинг інформаційних продуктів і послуг. Київ : Ліра-К, 2020. 480с.

4. Посібник з питань використання соціальних мереж, розроблений Департаментом преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні. м. Київ, EUAM Ukraine, 2020. 47 с.

5. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. К: КМ-Букс. 2018. 208 с.

6. Маркетинг: навч. посіб. Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.

7. Вовк Н.С. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг. Львів: Видавництво "Новий світ - 2000", 2021. 271 с.

8. Дарчук В. Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності. Навч. посібник. Київ. ДУТ, 2019. 146 с.

9. Малтиз В.В. Маркетинг комунікацій і соціальних мереж : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра всіх спеціальностей. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2024. с.120

10. Шевчук І. Б. Бізнес у соціальних мережах: навч. посіб. Львів: Видавництво ННВК «АТБ», 2021. 219 с.

11. Kvyatko T., Zaika S. (2020). Benchmarking as an element of marketing activities of ukrainian enterprises. Modern scientific and technical methods of management information flow and their influence on the development of society. Abstracts of V International Scientific and Practical Conference. Frankfurt am 242 Main, Germany, p. 12-14. URL: http://isg-conf.com

12. Zaika S., Kuskova S., Zaika O. Trends of marketing development in the condition of digital economy. Economy digitalization in a pandemic conditions: processes, strategies, technologies: International scientific conference (January 22-23, 2021. Kielce, Poland). Riga, Latvia: “Baltija Publishing”, 2021. Р. 150-154. DOI: https://doi.org/10.30525/978-9934-26-028-5-31

13. Савицька Н.Л., Забаштанська Т.В., Забаштанський М.М., Борисович В.А. Соціальні медіа як сучасний інструмент просування бренда. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг.* 2020. Вип. 2. С. 116-130.

14. Савицька Н.Л., Чміль Г.Л. Нова парадигма маркетингу в умовах цифрової трансформації економіки. *Вісник Сумського національного аграрного університету.* 2020. Вип. 2(84). С. 81.

**Додаткова:**

1. Янковець Т.М. Цифрові технології підвищення вартості брендів. *Вісник КНТЕУ*. No 4 (126), 2019. С. 85-100.

2. Головчук Ю.О., Дибчук Л.В., Середницька Л.П. Контент-маркетингова стратегія просування на ринок та поширення послуг. *Економiка та держава*. 2022. No 4.

3. Філіна О.В. Роль та види контенту при про- суванні в соціальних мережах. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2020. No 1(31). С. 75-81.

4. Маркетинг промислового підприємства: навчальний посібник / за ред. проф. А.І. Яковлєва, проф. М.І. Ларки. К. : Видавничий дім «Кондор», 2019. 504 с.

5. Бубенець І., Чатченко О. Маркетингова діяльність підприємств в умовах кризи. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. No3. С. 323- 326.

6. Кубецька О.М., Остапенко Т.М., Фісуненко Н.О. Сутність маркетингу та його сучасні тенденції. Бізнес Інформ. 2021. No5. C. 390-396.

7. Жуковська, В.М. Цифрові технології в управлінні персоналом: сутність, тенденції, розвиток. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного ун-ту.* Серія: Економіка і менеджмент. 2017. Вип. 27. Ч. 2. С. 13-17.

8. Краус Н. М., Голобородько О. П., Краус К. М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. Ефективна економіка. 2018. № 1.

9. Інтернет-маркетинг: методичні рекомендації з вивчення дисципліни. М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, Каф. маркетингу та менеджменту; Ю.Б. Лижник, Р.В. Шамрін, В.В. Барабанова, Г.А. Богатирьова. Кривий Ріг : [ДонНУЕТ], 2022. 52 с.

10. Іванов М.М., Череп О.Г., Малтиз В.В., Терент’єва Н.В. Маркетинг : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра освітньо-професійних програм «Маркетинг», «Облік і аудит», «Фінанси і кредит», «Економічна кібернетика», «Міжнародна економіка», «Управління персоналом і економіка праці». Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2021. 171 с.

11. Калетнік Г.М., Гунько І.В. Інноваційні платформи організації науково-дискусійних молодіжних майданчиків у контексті євроінтеграційного розвитку аграрної економіки. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики.* 2017. №4. С. 7-18.

12. Малтиз В.В., Вовченко Д.В., Панфьоров Д.М. ДНК та піраміда бренду як складова маркетингових інструментів впливу на поведінку споживача. *Актуальні проблеми економіки.* 2023. №10 (268). С.31-38

13. Kubetska, O.M., Ostapenko, T.M., & Fisunenko, N.O. (2021). Sutnist marketynhu ta ioho suchasni tendentsii. Biznes-Inform, (5). 390-396.

14. Джоді Кук. Instagram Rules. The Essential Guide to Building Brands, *Business and Community*. Frances Lincoln. 2020. Р.256

15. Девід Кіркпатрік. Facebook Effect. *The Inside Story of the Company that Is Connecting the World*. Ebury Press 2020, р.344

**Інформаційні джерела:**

1. Роменкська С.Є. Маркетинг соціальних мереж: сучасний виклик. *Маркетинг і цифрові технології* Том 7, No 1, 2023 URL: https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/287/182

2. Ivanov M., Ivanov S., Maltiz V., Tetentieva N.V., Kalyuzhnaya J. Fuzzy modeling in human resource management. *E3S Web of Conferences.* 2020. C. 1-8. URL: <https://www.researchgate.net/publication/340834672_Fuzzy_modeling_in_human_resource_management>

3. Альошина Т.В. Контент-маркетинг як сучасний елемент маркетингової стратегії підприємства. *Економічний вісник*, 2022, No3. URL: <https://ev.nmu.org.ua/docs/2022/3/EV20223_059-068.pdf>

4. Українська Асоціація Маркетингу http://uam.in.ua/

5. Американська асоціація маркетингу https://www.ama.org

6. Маркетинговий портал http://www.marketing-research.in.ua