**Рекомендована література**

**Основна:**

1. Закон України про рекламу (за станом на 25 січня 2000 р.). *Верховна Рада України.* Київ : Парламентське видавництво, 2000. 20 с.
2. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 612 с.
3. Забалдіна Ю.Б., Забалдіна Ю.Б., Полтавська О.В. Маркетинг : опорний конспект лекцій. Київ : КНТЕУ, 2016. 96 с.
4. Іванова Л.О., Семак Б.Б., Вовчанська О.М. Маркетинг послуг : навч. посіб. Львів : Магнолія 2006, 2019. 508 с.
5. Ларіна Я.С., Бабічева О.І., Забуранна Л.В., Антофій Н.М., Фомішин С.В., Рябчик А.В., Гальчинська Ю.М. Маркетинг міжнародного туризму : навч. посіб. Херсон : Гельветика, 2019. 412 с.
6. Липчук В.В., Погребняк Л.В. Маркетингові дослідження : посібник. 2-ге вид., стер. Львів : Магнолія 2006, 2019. 348 с.
7. Литовченко І.Л., Пилипчук В.П. Інтернет-маркетинг : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 183 с.
8. Смерічевська С.В. Жаболенко М.В., Чернишева С.В. Маркетинг і логістика : концептуальні основи та стратегічні рішення : навч. посіб. за ред. С.В. Смерічевської. 3-тє вид., стер. Львів : Магнолія 2006, 2019. 547 с.
9. Танасійчук А.М., Поліщук І.І., Громова О.Є., Бондаренко В.М., Гевчук А.В., Поліщук Н.В. Маркетинг : навчальний посібник. Вінниця : ТОВ «Меркюрі-Поділля». 2019. 292 с.

**Додаткова**:

1. Агафонова Н.О. Сутність зв’язків з громадськістю в системі публічного управління. *Публічне управління та регіональний розвиток*. 2018. № 1. С. 10-31.

2. Архипенко С.В., Мартиненко В.Ф. Виборчі PR-технології як інструмент реалізації зв’язків з громадськістю в публічній сфері : характеристика наявних підходів. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 35(1). С. 84-88.

3. Буторіна В.Б. Механізм використання інструментарію психологічного впливу реклами на споживача. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 54. С. 85-90.

4. Васильченко Л.С., Якушев О.В., Литвин С.В. Веб-сайт підприємства як ефективний інструмент маркетингових комунікацій в мережі Інтернет. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 2020. № 1(2). С. 19-24.

5. Васильців Н.М. Digital-реклама як один з основних складників рекламно-комунікаційного ринку. *Бізнес-навігатор*. 2020. Вип. 1. С. 90-96.

6. Гoлoвчyк Ю.O., Сеpедницька Л.П. Маpкетингoва тoваpна пoлітика - інстpyмент підвищення кoнкypентoспpoмoжнoсті підпpиємства. *Агpoсвіт*. 2020. № 1. С. 61–68.

7. Демченко М.В. Кількісні методи вивчення потреб та поведінки споживачів у контексті сучасних маркетингових комунікацій. *Communications and communicative technologies*. 2019. Вип. 19. С. 41-47.

8. Дибчук Л.В., Пітик О.В. Сувенірно-подарункова продукція як потужний інструмент маркетингових комунікацій. *Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво.* 2019. № 2. С. 36-40.

9. Ільченко Т.В. Актуальні аспекти формування ефективної маркетингової комунікаційної політики підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство.* 2018. Вип. 18(2). С. 29-33.

10. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємств : сучасний зміст: монографія. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 252 с.

11. Копань Т.М., Копань Т.М. Вибір маркетингових комунікацій підприємств сфери зв’язку та інформатизації у процесі підвищення їх конкурентоспроможності. *Ринкова економіка : сучасна теорія і практика управління.* 2019. Т. 18, вип. 1. С. 153-168.

12. Новосельчук Н.Є. Зовнішня реклама у міському просторі - проблемні питання та рекомендації щодо розташування. *Науковий вісник будівництва*. 2020. Т. 100, № 2. С. 65-72.

13. Полях С.С Сутність, інструменти та методи digital-маркетингу у сучасному бізнесі. *Стратегія економічного розвитку України.* 2020. Вип. 46. С. 53-63.

14. Пчелянська Г.O., Гoлoвчyк Ю.O. Вплив інститyційних фактopів на маpкетингoве цінoyтвopення opганічнoї пpoдyкції. *Пpичopнoмopські екoнoмічні стyдії*. 2020. № 49. С. 83-87.

15. Тарнавська Н., Голоднюк О. Маркетингові інновації як пріоритетне джерело конкурентних переваг підприємства. *Вісник ТНЕУ*. 2015. № 3. С.79-92.

16. Чубукова О.Ю., Марциновський В.В. Інтегровані маркетингові комунікації: актуальні питання теорії. Формування ринкових відносин в Україні. 2019. № 6. С. 62-72.

**Інформаційні джерела**:

1. База маркетингової інформації. Аналіз ринків. Огляд ринків. URL: http://www.marketing.vc
2. Українська асоціація директ-маркетингу. URL: http://www.uadm.com.ua
3. Інформаційно-комерційна система «Маркетинг-термінал 2000». URL: http://www.marketland.com.ua.