

Міністерство освіти науки України  
ДВНЗ «Криворізький національний університет»  
Криворізький економічний інститут  
Наукова бібліотека



# Брендинг в умовах ринку

Рекомендаційний  
бібліографічний  
показчик

Кривий Ріг  
2015

УДК 016:659.126:061-022.214  
Б87

Брендинг в умовах ринку : рекомендаційний бібліографічний покажчик / Наукова бібліотека КЕІ ДВНЗ «КНУ»: укл. С. І. Тимченко; за ред. О. О. Картечевої. – Кривий Ріг: Наукова бібліотека КЕІ ДВНЗ «КНУ», 2016. - 37 с.

У бібліографічному покажчику послідовно розглянуто питання теорії брендингу, розкрито його сутність як філософії підприємницької діяльності в сучасних ринкових умовах і як однієї з головних функцій маркетингової товарної політики і підприємства.

Покажчик адресований викладачам, аспірантам, студентам економічних спеціальностей вузів , а також усім тим, хто цікавиться широким колом питань розвитку товарного ринку, конкурентоспроможності товару, формування асортименту та управління ним – усіх складових економічного процесу, який і має назву – брендинг.

## ЗМІСТ

Передмова .....	4
Розділ I. Бренд: атрибути та асоціації .....	6
Розділ II. Nation Branding як інструмент економічного розвитку та іміджу країни .....	14
Розділ III. Брендінг: система управління активами бренду.....	18
Розділ IV. Торгова марка як засіб боротьби з недобросовісною конкуренцією .....	23
Іменний покажчик .....	32

Бренд – це невідчутна сума властивостей продукту: його назви, упаковки і ціни, його історії, репутації і способу рекламування. Бренд є сполученням вражень, які він справляє на споживачів, і результатом їхнього досвіду у використанні бренда. Це те, що споживачі відчують щодо продукту; це прихильність до нього; це ті персональні якості, що їх вони надають продукту, довіра та відданість, яку вони відчують до нього.

*Девід Огієві*

Останнім часом у полі зору менеджерів, практиків, фахівців з маркетингу з'явилась тема брендингу. Увага до цієї діяльності почала зростати разом з усвідомленням того, як впливає бренд на загальну ефективність бізнесу. Бренди стали визнаною статтею доходів підприємств, а мова брендингу – професійним інструментом усіх тих, хто займається бізнесом.

Значною мірою історія розвитку брендів пов'язана з історією США. Те, що багато відомих брендів сучасності було створено саме в США, пояснюється в основному тим, що американські бізнесмени розробляли бренди набагато швидше, ніж їхні європейські колеги. Це пов'язано з особливостями географічного положення США. Американські компанії працюють на величезному однорідному національному ринку, тоді як європейці ніколи не мали такої можливості. Тимчасом як американські фірми могли провадити масові рекламні й маркетингові кампанії по всій території США і в англомовних країнах, європейські фірми намагалися пристосуватися (іноді невдало) до культурних особливостей окремих держав.

У 1980-ті роки глобалізація вплинула й на розвиток брендингу: компанії намагалися створити глобальний корпоративний бренд, під іменем якого могло виступати багато товарів. Створення брендів під окремий товар стало прерогативою компаній, що випускають принципово інноваційні товари.

Брендинг – це поняття більш широке та багатогранне. Частіше за все даною категорією визначається маркетингова технологія з формування та підтримання конкретного бренда, систематичний процес управління торговою маркою (брендом) компанії від стадії створення до вилучення з ринку.

Вітчизняні бренди тільки формують своє «обличчя», і брендинг як інструмент створення індивідуальності виробника використовують багато вітчизняних спеціалістів.

Саме по цій актуальній темі і підібрано інформацію, яку представлено в даному бібліографічному покажчику.

Цей покажчик складений на основі перегляду СК, СКС наукової бібліотеки КЕІ ДВНЗ «КНУ» і є вибіркоvim.

Покажчик складається з чотирьох розділів, публікації в яких розташовуються в алфавіті прізвищ авторів та назв. Представлено книги, статті із періодичних та продовжуваних видань і наукових збірників, інтернет - ресурсів - 262 джерела українською та російськими мовами за період з 1997 по 2015 роки ( в т. ч. з 1995 по 2014 роки – підручники, навчальні посібники, монографії, з 2000 по 2015 роки – статті із періодичних та продовжуваних видань і наукових збірників).

Нумерація суцільна.

Допоміжний апарат покажчика складається з іменного покажчика, передмови та змісту.

Бібліографічний опис здійснено згідно з державним стандартом «ДСТУ ГОСТ 7.1:2006 «Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання (ГОСТ 7.1-2003, IDT».

Покажчик адресований студентам і викладачам економічних спеціальностей вищих навчальних закладів. Буде корисним також аспірантам, науковцям-дослідникам і практичним працівникам з маркетингу, усім тим, хто прагне до глибокого розуміння проблеми розвитку бренду і брендингу та її ефективного вирішення на підставі дослідження і теоретичного осмислення.



## Розділ 1.

### Бренд: для чого він потрібен ?

1. 658.8(075.8) Армстронг, Г. Упаковка // Армстронг Г. Введение в маркетинг, 5-е издание: учеб. пособ. / Г. Армстронг, Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – С. 272 – 273.  
А83
2. 658.8(075.8) Балабанова, Л. В. Упаковка товарів // Балабанова Л. В. Маркетинг: підручник / Л. В. Балабанова. – 2-ге вид., переоб. і доп. – К.: Знання-Прес, 2004. – С. 326 – 331.  
Б20
3. Беловодская, Е. А. Маркетинговое исследование влияния инноваций в упаковке на сознание потребителей [Электронный ресурс] / Е. А. Беловодская, Д. А. Михайленко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. - №4. – С. 34 - 42. – Режим доступа: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=njuu\\_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21COLORTERMS=0&S21P03=I=&S21STR=%D0%96100487%2F2012%2F2](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=njuu_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21COLORTERMS=0&S21P03=I=&S21STR=%D0%96100487%2F2012%2F2)
4. Быкова, М. В. Бренд работодателя: ожидания молодых сотрудников VS предложения менеджмента / М. В. Быкова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2014. - № 6. – С. 124 – 133.
5. Быкова, М. В. Факторы привлекательности бренда работодателя для молодых сотрудников / М. В. Быкова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2014. - № 3. – С. 110 – 118.
6. 33(477)(062.552) Білошапка, В. С. Створення бренду банку / В. С. Білошапка // Фінанси, облік і аудит: зб. наук. праць. – К.: КНЕУ, 2008. – Вип. 12. – С. 7 – 14.  
Ф59
7. Будякова, О. О. Концепція позиціонування брендів / О. О. Будякова // Маркетинг в Україні. – 2005. - № 2. – С. 30 – 33. - Режим доступа: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/archive.php>
8. Будько, С. Г. Brand у Branding. Можливості та небезпеки / С. Г. Будько // Маркетинг в Україні. – 2004. - № 5. – С. 44 - 47. - Режим доступа: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/archive.php>
9. Буш, О. И. Понятие и особенности зонтичного бренда в маркетинговой теории [Электронный ресурс] / О. И. Буш // Вестник

- Омського університета. Серія «Економіка» . – 2015. - № 1. – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-i-osobennosti-zontichnogo-brenda-v-marketingovoy-teorii>
10. Василькова, Н. В. Управління брендом ВНЗ в умовах глобальної конкуренції [Електронний ресурс] / Н. В. Василькова. – Режим доступу: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/3987/1/Vasilkova.pdf>
  11. Гардабхадзе, И. А. Анализ факторов воздействия на бренд высшего учебного заведения. Особенности индустрии моды / И. А. Гардабхадзе // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013 - №1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21F](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21F)
  12. Гусева, О. Упаковка как элемент бренда [Электронный ресурс] / О. Гусева. – Режим доступа: <http://www.advi.ru/archive/article.php3?pid=105>
  13. Дзюба, С. Структура вартості бренду як основа економічної оцінки ділової репутації підприємства / С. Дзюба // Зовнішня торгівля. – 2008. - № 3. – С. 15 – 20.
  14. Діброва, Т. Імідж бренду: яким він має бути ? / Т. Діброва, О. Кістень // Маркетинг в Україні. – 2006. - № 2. – С. 27 – 30. - Режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
  15. Дійкстра, Я. Актуалізація бренду. Гострі кути маркетингу / Я. Дійкстра // Маркетинг в Україні. – 2004. - № 5. – С. 21 – 22. - Режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
  16. 658.8(075.8) Д45 Диксон, П. Р. Упаковка товара: більше, чем защита товара // Диксон П. Р. Управление маркетингом: учеб. Пособ. / П. Р. Диксон; перс англ.. О. Н. Беленова. – М.: ЗАО «Издательство БИНОМ», 1998. – С. 316 – 319.
  17. 658.8(075.8) Д80 Дугіна, С. І. Ціноутворення брендів // Дугіна С. І. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. / С. І. Дугіна. – К.: КНЕУ, 2005. – С. 373 – 387
  18. Заиченко, И. Бренд как фактор максимизации стоимости бизнеса / И. Заиченко // Економіка. Фінанси. Право. – 2008. - № 10. – С. 20 – 22.
  19. Зозульов, О. Бренд як нематеріальний актив у постіндустріальному суспільстві / О. Зозульов, Ю. Нестерова // Економіка України. – 2008. - № 3. – С. 4 – 11.
  20. Зозульов, О. В. Корпоративний бренд: сутність та особливості / О. В. Зозульов, М. О. Григораш // Маркетинг в Україні. – 2010. - № 2. – С. 36 – 42.

21. 33(477)(062.552) Зозульов, О. В. Методи маркетингових досліджень під час формування бренду / Зозульов О. В. // Формування ринкової економіки. Спец. вип. Маркетинг в Україні: зб. наук. праць. – К.: КНЕУ, 2009. – С. 495 – 505
22. Зоткин А. Ю. Бренд как основа успешного современного бизнеса [Электронный ресурс] / А. Ю. Зоткин. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m58/>
23. Зубаранна, Л. В. Формування бренд-орієнтованих стратегій на вітчизняному туристичному ринку / Л. В. Зубаранна // Актуальні проблеми економіки. – 2012. - № 2. – С. 68 – 76.
24. Івашова, Н. В. Формування бренд-орієнтованої системи управління промисловим підприємством [Електронний ресурс] / Н. В. Івашова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. - №4. – Режим доступу: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=njuu\\_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21COLORTERMS=0&S21P03=I=&S21STR=%D0%96100487%2F2012%2F1](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=njuu_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21COLORTERMS=0&S21P03=I=&S21STR=%D0%96100487%2F2012%2F1)
25. Каніщенко, О. Кейс “Міжнародне позиціонування українського коньячного бренду” / О. Каніщенко // Маркетинг в Україні. – 2008. - № 6. – С. 64 – 69.
26. 658.8(100)(0.064) Каніщенко, О. Л Показники капіталу бренду: К19 [Текст]: таблиця // Каніщенко О. Л. Міжнародний маркетинг у діяльності українських підприємств: монографія / О. Л. Каніщенко. – К.: Знання, 2007. – С.359 .
27. Капитальные теории бренда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.advlab.ru/articles/article449.htm>
28. Капустіна, Т. А. Формування бренду продукції плодоовочевої переробки / Т. А. Капустіна // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. - № 6. – С. 96 – 100.
29. Кендюхов, О. В. Оцінювання ефективності бренд-менеджменту на основі бенчмаркінгу / О. В. Кендюхов // Актуальні проблеми економіки. – 2012. - № 11. – С. 131 – 137.
30. Кірик, В. В. Хотите обрати назву для генеричного рецептурного препарату ? [Управління брендами] / В. В. Кірик // Маркетинг в Україні. – 2004. - № 2. – С. 24 – 27.



31. Кондратьева, О. Война брендов / О. Кондратьева, О. Зубчик // Юридичний вісник України. – 2009. - № 5. – С. 11.
32. 658.8-047.37(075.8) Корягіна, С. В. Бренд-аудит, аудит асортименту й розробки нових товарів // Корягіна С. В. Маркетинговий аудит: навч. посіб. / С. В. Корягіна, М. В. Корягін. – К.: ЦУЛ, 2014. – С. 197 – 201.
33. Крещенко, О. Як захистити упаковку товару від плагіату ? [Електронний ресурс] / О. Крещенко. – Режим доступу: [forbes.net.ua/.../1396972-yak-zahistiti-upakovku-tovaru-vid-plagiatu](http://forbes.net.ua/.../1396972-yak-zahistiti-upakovku-tovaru-vid-plagiatu)
34. Купчинська, М. Що бренд прийдешній нам готує? / М. Купчинська, В. Орлов // Маркетинг в Україні. – 2004. - № 5. – С. 41 – 44. - Режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
35. Курячая, Е. Звездная болезнь [Использование знаменитости в продвижении бренда ] / Е. Курячая // Бизнес. – 2008. - № 21. – С. 63 – 65.  
Курячая, Е. Перелицовка: [омоложение бренда] / Е. Курячая // Бизнес. – 2008. - № 22. – С. 66 – 69.
36. Ларионов, В. Г. Упаковка как фактор маркетинговой деятельности [Електронний ресурс] / В. Г. Ларионов, М. Н. Скрыпников // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. - № 4. – Режим доступу: <http://www.mavriz.ru/articles/2000/4/86.html>
37. 658.8 Литл, Дж. Ф. Образ компании // Литл Дж. Ф. Основы Л55 маркетинга. Чего же хотят ваши потребители. Надежный способ это выяснить / Ф. Дж. Литл. – Ростов н / Дону: Феникс, 1997. – С. 241 – 264.
38. Малинка, О. Я. «ДНК» бренду як система збереження, відтворення і передачі інформації до споживача [Електронний ресурс] / О. Я. Малинка // Маркетинг в Україні. – 2006. - № 1. – С. 34 – 39. - Режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
39. Могилевская, О. Ю. Маркетинговые подходы к управлению брендом промышленного предприятия / О. Ю. Могилевская // Инвестиції: практика та досвід. – 2012. - № 17. – С. 31– 34.
40. Мотриченко В. М. Розвиток брендів в Україні / В. М. Мотриченко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2012. - № 11. – С. 157 – 160.

41. Нгуен, Тхи Ми Хонг Теория и методика формирования образовательного бренда вуза [Электронный ресурс]: дис. канд. пед. наук: спец. 13.00.08 «Теория и методика профессионального образования» / Тхи Ми Хонг Нгуен. – М., 2009. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/teoriya-i-metodika-formirovaniya-obrazovatel'nogo-brenda-vuza>
42. Нестерова, Ю. В. Методи оцінки вартості бренду [Електронний ресурс] / Ю. В. Нестерова // Маркетинг в Україні. – 2006. - № 3. – С. 61 – 67. - Режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
43. Оберемчук, В. Ф. Стратегічний розвиток бренду: сутність, оцінювання, перспективи [Електронний ресурс] / В. Ф. Оберемчук, А. С. Погорілка // Стратегія економічного розвитку України. – 2013. - № 32. – Режим доступу: [irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis\\_64.exe?...](http://irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe?...)
44. Пелепягин, А. С. Маркетинг (Конспект лекцій) 1.2.5. Упаковка и маркировка [Електронний ресурс] / А. С. Пелепягин; ред. А. А. Ильин. – Режим доступа: <http://abc.vvsu.ru/Books/marketin/page0007.asp>
45. Пилипчук, В. П. Мультибрендовый формат торгівлі на ринку спортивних товарів України [Електронний ресурс] / В. П. Пилипчук, В. Ю. Логвинова // Маркетинг в Україні. – 2007. - № 5. – С. 44 – 49. - Режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
46. Поліщук, Т. Перспективні напрямки розробки успішних брендів в Україні / Т. Поліщук // Актуальні проблеми економіки. – 2009. - № 7. – С. 129 – 137.
47. Призма идентичности люксового бренда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://luxurytheory.ru/2014/07/prizma-identichnosti-lyuksovogo-brenda/>
48. 658.8(075.8) Призначення та види ідентифікування продукції М26 [бренд] // Маркетинг: підручник / за наук. ред. А. Ф. Павленка. – К.: КНЕУ, 2008. – С. 402 – 406.
49. Примац, Т. Оцінювання іміджу підприємства на споживчому ринку України / Т. Примац // Економіст. – 2002. - № 6. – С. 69 – 71.
50. Пустотін, В. С. 10 років брендобудівництва в Україні: тенденції, основні уроки, перспективи [Електронний ресурс] / В. С. Пустотін // Маркетинг в Україні. – 2006. - № 6. – С. 40 – 45. - Режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
51. Пустотін, В. Ю. Кількісні показники сили бренду / В. Ю. Пустотін // Маркетинг в Україні. – 2011. - № 2. – С. 35 – 37.

52. Пустотин, В. Омоложение украинских брендов: Как правильно ? [Электронный ресурс] / В. Пустотин // Маркетинг в Україні. – 2015. - № 4. – С. 24 – 31. - Режим доступа: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
53. Размус, В. Особистість брендів найбільших мобільних операторів в Україні / В. Размус, О. Слободяник, Б. Нуцковський // Маркетинг в Україні. – 2011. - № 1. – С. 62 – 68.
54. 658.8 Роджерс, Л. Упаковка // Роджерс Л. Маркетинг в малом Р60 би знесе / Л. Роджерс; под. ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколова. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1996. – С. 177 – 179.
55. Сараев, В. Н. Информационные атаки на бренд / В. Н. Сараев // Экономические стратегии. – 2008. - № 4. – С. 62 – 67.
56. 658.8(0.064) Система ринкової ідентифікації товарів та Т33 послуг // Теорія і практика маркетингу в Україні: монографія / А. Ф. Павленко, А. В. Войчак, В. Я. Кардаш, В. П. Пилипчук та ін.; за наук. ред. А. Ф. Павленка. – К.: КНЕУ, 2005. - С. 212 – 232.
57. Скоробогатих, І. І. Бренд розкоші та ефект країни – виробника [Електронний ресурс] / І. І. Скоробогатих // Маркетинг в Україні. – 2008. - № 6. – С. 4 - 6. - Режим доступа: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
58. Слюсаренко, О. Євро-2012 як колиска нового світового бренду / О. Слюсаренко // Зовнішні справи. – 2009. - № 1. – С. 42 – 44.
59. Співаковська, Л. Будь ексклюзивним або... Ексклюзивний маркетинг як нова філософія брендів / Л. Співаковська, А. Жебровська // Маркетинг в Україні. – 2012. - № 2. – С. 31 – 34.
60. Старостіна, А. О. Ефективне управління ризиками – важливий чинник формування сили банківського бренду / А. О. Старостіна // Маркетинг в Україні. – 2010. - № 6. – С. 16 – 24.
61. 658.8:338.3(075.8) Старостіна, А. О. Створення упаковки // С81 Старостіна А. О. Промисловий маркетинг: Теорія, світовий досвід, українська практика: підручник / А. О. Старостіна, А. О. Длігач, В. А. Кравченко. – К.: Знання, 2005. – С. 192 – 193.
62. 658.8:338.3(075.8) Старостіна, А. О. Управління брендами // С81 Старостіна А. О. Промисловий маркетинг: Теорія, світовий досвід, українська практика: підручник / А. О. Старостіна, А. О. Длігач, В. А. Кравченко. – К.: Знання, 2005. – С. 358 – 379.

63. Стріжкова, Ю. Просування бренду у соціальних мережах з метою формування лояльності клієнтів автомобільної компанії або як залучити цільову аудиторію покоління Y [Електронний ресурс] / Ю. Стріжкова // Маркетинг в Україні. – 2015. - № 5. – С. 52 - 58. - Режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
64. Стріжкова, Ю. Формування драйверів бренду як ефективного інструменту стратегії підвищення лояльності клієнтів в період стагнації автомобільного ринку [Електронний ресурс] / Ю. Стріжкова, О. Гайдамаха // Маркетинг в Україні. – 2015. - № 2. – С. 8 - 16. - Режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
65. Студінська, Г. Я. Алгоритмізація процесу побудови та управління брендом в умовах ринкової економіки / Г. Я. Студінська // Формування ринкових відносин в Україні. – 2014. - № 11. – С. 138 – 144.
66. Студінська, Г. Я. Теоретико-методологічні підходи до моделювання брэнда / Г. Я. Студінська // Формування ринкових відносин в Україні. – 2014. - № 12. – С. 119 – 126.
67. Тапінц, Х. Презентація нових дослідницьких технологій SBVC [Формули обчислення цінності марки, потенціалу бренду] / Х. Тапінц // Маркетинг в Україні. – 2008. - № 6. – С. 58 – 59.
68. Трусов, Г. Ревіталізація брендів [Електронний ресурс] / Г. Трусов // Маркетинг в Україні. – 2007. - № 6. – С. 14. - Режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
69. 658.8(075.8) Упаковка та маркування товару // Маркетинг: М26 підручник / А. Ф. Павленко, І. Л. Решетнікова, А. В. Войчак та ін.; за наук. ред. А. Ф. Павленка. – К.: КНЕУ, 2008. – С. 383 – 397.
70. Упаковка як один з найважливіших елементів в маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ua-referat.com/Упаковка\\_як\\_один\\_з\\_найважливіших\\_елементів\\_в\\_маркетингу](http://ua-referat.com/Упаковка_як_один_з_найважливіших_елементів_в_маркетингу)
71. Управление репутацией брэнда в интернете [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.advertiser-school.ru/advertising-theory/upravlenie-reputacziej-brenda-v-internete.html>
72. 658.8:338.3(075.8) П81 Управління брэндами // Промисловий маркетинг: Теорія, світовий досвід, українська практика: підручник / за ред. А. О. Старостіної . – К.: Знання, 2005. – С. 358 – 379.

73. Федоричак, В. Как упаковка товар может быть инструментом маркетинга [Электронный ресурс] / В. Федоричак. - Режим доступа: <http://www.imagecms.net/blog/internet-marketing/upakovka-tovara-instrument-marketinga>
74. Федоричак, В. Упаковка товара как элемент бренда [Электронный ресурс] / В. Федоричак. - Режим доступа: <http://lemarbet.com/razvitie-internet-magazina/upakovka-tovara-kak-element-brenda/>
75. Харченко, А. С. Управління брендом підприємства [Електронний ресурс ] / А. С. Харченко. – Режим доступу: [http://thesis.at.ua/publ/15\\_11\\_15\\_12\\_2013\\_r\\_menedzhment\\_rozvitok\\_teoriya\\_ta\\_praktika/kharchenko\\_a\\_s\\_upravlinnja\\_brendom\\_pidpriemstva/9-1-0-237](http://thesis.at.ua/publ/15_11_15_12_2013_r_menedzhment_rozvitok_teoriya_ta_praktika/kharchenko_a_s_upravlinnja_brendom_pidpriemstva/9-1-0-237)
76. Хотинская, А. В. Теория и методология оценки бренд-капитала [Электронный ресурс] / А. В. Хотинская // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2010. - № 2. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-i-metodologiya-otsenki-brend-kapitala>
77. 336(08) Чернышова, Е. И. Бренд как индикатор оценки банка клиентами / Е. И. Чернышева, Н. А. Лунякова // Сучасні проблеми і перспективи розвитку фінансово-кредитної системи України: зб. наук. праць. – Кривий Ріг, 2010. – С. 249.
78. Чикусова, М. Ю. Формування програм лояльності до брендів дилерів на ринку легкових автомобілів в Україні / М. Ю. Чикусова // Маркетинг в Україні. – 2010. - № 4. – С 21 – 25.
79. Что такое бренд [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.reklamist.com/useful/branding/1.html>
80. Чумаченко, А. Ю. Важливість правильного позиціонуванням бренду в соціальних медіа / А. Ю. Чумаченко // Маркетинг в Україні. – 2011. - № 2. – С. 46 – 51.
81. Шарифходжаев, У. У. Управление брендами на рынке средств массовой информации [Электронный ресурс] / У. У. Шарифходжаев. – Маркетинг в России и за рубежом. – 2015. - № 1. – Режим доступа: <http://mavriz.ru/annotations/2015/1/>
82. 33(477)(062.552) Шевченко, О. Л. Застосування проектних методик у дослідженнях споживацького сприйняття брендів / О. Л. Шевченко // Формування ринкової економіки. Спец. вип. Маркетинг в Україні: зб. наук. праць. – К.: КНЕУ, 2009. – С. 620 – 629.

83. 658.8(075.8) Шканова, О. М. Бренд – стратегії підприємства Ш // Шканова О. М. Маркетинг послуг: навч. посіб. / О. М. Шканова . – К.: Кондор, 2003. – С. 115 – 118.
84. Шрамко, І. К. Бренди, про які Ви не знали і навіть не було у кого запитати / І. К. Шрамко // Маркетинг в Україні. – 2011. - № 3. – С. 45 – 47.
85. Шубін, О. О. Особливості формування та просування дитячого бренду [Електронний ресурс] / О. О. Шубін, А. О. Кривоніс // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. - №4. - С. 105 – 111.– Режим доступу: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=njuu\\_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21COLORTERMS=0&S21P03=I=&S21STR=%D0%96100487%2F2012%2F4](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=njuu_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21COLORTERMS=0&S21P03=I=&S21STR=%D0%96100487%2F2012%2F4)
86. Яковенко, О. Моделювання вартості банківського бренду на основі аналізу впливу процентної політики / О. Яковенко // Вісник Національного банку України. – 2008. - № 3. – С. 28 – 32.
87. Яцишина, Л. Бренд-менеджмент і маркетингові технології [Електронний ресурс] / Л. Яцишина // Маркетинг в Україні. – 2015. - № 1. – С. 12 – 14. - Режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
88. Яцюк, Д. В. Реклама як основний чинник формування і функціонування бренду [Електронний ресурс] / Д. В. Яцюк // Маркетинг в Україні. – 2007. - № 3. – С. 28 - 33. - Режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>



## *Розділ 2.*

### **Nation Branding як інструмент економічного розвитку та іміджу країни**

89. Антонюк, О. В. Бренд держави: особливості формування національного бренду / О. В. Антонюк // Маркетинг в Україні. – 2010. - № 5. – С. 52 – 55.
90. Антонюк, О. В. Стратегія просування бренду країни як інструмент підвищення інвестиційної привабливості України / О. В. Антонюк // Інвестиції: практика та досвід. – 2012. - № 2. – С. 33 – 36.

91. Біловодська О. А. Стратегічний підхід до формування бренда міста (на прикладі м. Сум) [Електронний ресурс] / О. А. Біловодська, Н. В. Гайдабрус // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. - №2. – С. 22-31. – Режим доступу: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=njuu\\_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21COLORTERMS=0&S21P03=I=&S21STR=%D0%96100487%2F2012%2F2](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=njuu_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21COLORTERMS=0&S21P03=I=&S21STR=%D0%96100487%2F2012%2F2)
92. Біловодська О. А. Теоретико-методичні засади створення бренда міста [Електронний ресурс] / О. А. Біловодська, Н. В. Гайдабрус // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. - №1. – С. 35 – 43. – Режим доступу: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=njuu\\_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=njuu_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P)
93. Бойко, М. Методичні основи розрахунку показників ефективності брендингу в туризмі [Електронний ресурс] / М. Бойко. – Режим доступу: [visnik.knteu.kiev.ua/files/2010/02/6.pdf](http://visnik.knteu.kiev.ua/files/2010/02/6.pdf)
94. Бойко, М. Г. Організаційно-економічні механізми формування національного бренду [Електронний ресурс] / М. Г. Бойко. – Режим доступу: [tpe.econom.univ.kiev.ua/data/2010\\_21/Zb21\\_40.pdf](http://tpe.econom.univ.kiev.ua/data/2010_21/Zb21_40.pdf)
95. Бренд «Україна» [Електронний ресурс] // Позиціонування української держави за кордоном // Офіційний сайт. - Режим доступу: <http://brandukraine.org>
96. Герасименко, А. О. Вплив сучасних глобалізаційних процесів на брендингову політику країн світу (на прикладі найбільш успішних державних брендів) [Електронний ресурс] / А. О. Герасименко. – Режим доступу: [www.free-lancing.ru/media/.../jc/aa73654dd0.doc](http://www.free-lancing.ru/media/.../jc/aa73654dd0.doc)
97. Гладунов, О. Бренд Майдану в чотирьох вимірах / О. Гладунов // Маркетинг в Україні. – 2013. - № 6. – С. 20 - 22.
98. Дослідження сприйняття України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://brandukraine.org/k/>
99. Зубик О. Імідж України: погляд з-за меж. [Електронний ресурс] - Режим доступу: [experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT\\_ID=11063](http://experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT_ID=11063).
100. Каніщенко, О. А. Управління міжнародними брендами: фактор «високих мотивацій» / О. А. Каніщенко, Т. В. Доця // Маркетинг в Україні. – 2010. - № 2. – С. 32 – 36.

101. Ким-Галимова, В. 50 самых популярных брендов Украины. Рейтинг Фокуса [Электронный ресурс] / В. Ким-Галимова, А. Бутенко, Е. Шаповал, Н. Гузенко. – Режим доступа: <http://focus.ua/charts/143859>
102. Концепція Державної програми формування позитивного міжнародного іміджу України на 2007-2010 роки [Електронний ресурс] - Режим доступа: [www.mfa.gov.ua/mfa/ua/publication/content/6652.htm](http://www.mfa.gov.ua/mfa/ua/publication/content/6652.htm).
103. Country brand index 2010 [Електронний ресурс] - Режим доступа: [www.futurebrand.com/wp-content/uploads/2010/11/CBI\\_BBC\\_2010.pdf](http://www.futurebrand.com/wp-content/uploads/2010/11/CBI_BBC_2010.pdf).
104. Крикун, Т. Є. Особливості розвитку теорії національного брендингу та формування міжнародного іміджу країни у контексті системи державного управління [Електронний ресурс] / Т. Є. Крикун // Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2014. - № 9. – Режим доступа: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=757>
105. Кучай, О. В. Індекс національних брендів, 2012: таблиця // Кучай О. В. Умови та шляхи формування іміджу Києва як європейського культурно-історичного центру / О. В. Кучай // Регіональна економіка. – 2014. - № 1. – С. 150.
106. Кучеренко, К. В. Сучасні підходи до організації процесу формування міжнародного туристичного бренду країни / К. В. Кучеренко // Інвестиції: практика та досвід. – 2013. - № 12. – С. 96 – 100.
107. Личова, Г. Імідж України очима іноземних споживачів / Г. Личова // Маркетинг в Україні. – 2005. - № 5. – С. 63 – 66.
108. Личова, Г. Міжнародний імідж України очима американських експертів / Г. Личова // Маркетинг в Україні. – 2007. - № 5. – С. 63 – 66. - Режим доступа: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
109. Любаренко, Т. І. Глобалізація брендів на світових товарних ринках / Т. І. Любаренко // Економіка. Фінанси. Право. – 2010. - № 11. – С. 7 – 10.
110. Любаренко, Т. І. Інноваційні технології формування міжнародних брендів / Т. І. Любаренко // Економіка. Фінанси. Право. – 2009. - № 11. – С. 3 - 6.
111. Люльчак, З. С. Національний бренд та брендинг у контексті міжнародних подій [Електронний ресурс] / З. С. Люльчак, А. А. Ліпенцев, Ю. І. Галушак. – Режим доступа: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/16023/1/19-Lyulchak-127136.pdf>.



112. Мелешко, С. Брендинг України: як запам'ятися світу [Електронний ресурс] / С. Мелешко, В. Мусієнко. – Режим доступу: <http://www.experts.in.ua/inform/smi/detail.php?ID=7521>
113. Міністерство закордонних справ України [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.mfa.gov.ua/>.
114. Мотриченко, В. М. Рейтинг вартості брендів 100 корпорацій світу у 2011 році: таблиця // Мотриченко В. М. Розвиток брендів в Україні / В. М. Мотриченко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2012. - № 11. – С. 158.
115. Нагорняк, Т. Бренди країн світу. Імідж українських регіонів у контексті розбудови бренда «Україна» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://social-science.com.ua/article/62>
116. Нагорняк, Т. Країна як бренд. Національний бренд «Україна» [Електронний ресурс] / Т. Нагорняк. - Режим доступу: [old.niss.gov.ua/book/StrPryor/9/30.pdf](http://old.niss.gov.ua/book/StrPryor/9/30.pdf)
117. Полішко, Г. Г. Теоретико-методологічні основи брендингу території [Електронний ресурс] / Г. Г. Полішко. – Режим доступу: [global-national.in.ua/archive/2-2014/25.pdf](http://global-national.in.ua/archive/2-2014/25.pdf)
118. 33(477)(062.552) Поліщук, Т. В. Бренд країни в підвищенні конкурентоспроможності національної економіки / Т. В. Поліщук // Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. – К.: КНЕУ, 2009. – Вип. 21. – С. 313 – 321.
119. Попович Н. ЄВРО-2012. Курс на брендинг України [Електронний ресурс] - Режим доступу: [www.uapr.com.ua/index.phpidd=messengerlist&article=18](http://www.uapr.com.ua/index.phpidd=messengerlist&article=18).
120. Рейтинг найдорожчих FMGG брендів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kontakty.com.ua>
121. Саніна, О. Процес розроблення та реалізації стратегії бренду малого міста [Електронний ресурс] / О. Саніна, М. Пирч // Маркетинг в Україні. – 2014. - № 5. – С. 29 - 37. - Режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
122. Старостіна, А. О. Міжнародний імідж країни: практичні аспекти аналізу / А. О. Старостіна, В. А. Кравченко, Г. В. Личова // Маркетинг в Україні. – 2011. - № 3. – С. 47 – 57.
123. Стеченко, Д. М. Особливості формування рекреаційно-туристичного бренду України в контексті зарубіжного досвіду [Електронний ресурс] / Д. М. Стеченко, І. В. Безуглий. – Режим

доступу: [chtei-knteu.cv.ua/herald/.../v3/NV-2014-v3\\_10.pdf](http://chtei-knteu.cv.ua/herald/.../v3/NV-2014-v3_10.pdf)

124. Телетов, О. С. Дослідження та перспективи туристичного бренда України [Електронний ресурс] / О. С. Телетов, В. В. Зарубіна, О. Є. Тімашова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. - №1. – С. 27 – 42. – Режим доступу: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=njuu\\_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=njuu_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P)
125. 658.8(075.8) Формування національного іміджу продукту на іноземному ринку / Новітній маркетинг: навч. посіб. / за ред. Е. В. Савельєва. – К.: Знання, 2008. – С. 345 – 349.
126. Чала, Ю. В. Формування національного бренду України в контексті інтеграції до світової економічної спільноти [Електронний ресурс] / Ю. В. Чала, О. О. Расторгуєва // Економіка. Управління. Інновації. – 2011. – № 2 (6). – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/e-journals/eui/2011\\_2/11chjvses](http://nbuv.gov.ua/e-journals/eui/2011_2/11chjvses).
127. Шатава, Ю. Л. Механізм розробки бренду території [Електронний ресурс] / Ю. Л. Шатава // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. - №4. – С. 324 – 329. – Режим доступу: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=njuu\\_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21COLORTERMS=0&S21P03=I=&S21STR=%D0%96100487%2F2012%2F4](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=njuu_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21COLORTERMS=0&S21P03=I=&S21STR=%D0%96100487%2F2012%2F4)
128. Штефано, А. П. Україна як бренд [Електронний ресурс] / А. П. Штефано, О. Б. Раца. – Режим доступу: <http://intkonf.org/shtefano-ar-ratsa-ob-ukrayina-yak-brend/>



### *Розділ 3.*

## **Брендинг: система управління активами бренду**

129. Актуальність брендингу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://osvita.ua/vnz/reports/econom\\_pidpr/20316/](http://osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/20316/)

130. Быков, И. Технологии брендинга [Электронный ресурс] / И. Быков. – Режим доступа: <http://www.tm2brand.narod.ru/brand.html>
131. Брендинг / Новітній маркетинг: навч. посіб. / за ред. Е. В. Савельєва. – К.: Знання, 2008. – С. 114 – 136.
132. 658.8(075.8) М27 Брэндинг // Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / под. ред. В. А. Алексунина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М., 2002. – С. 249 – 271.
133. Брендинг по Юнгу: теория архетипов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://wtpack.ru/reviews/brand-archetypes/>
134. 658.8(075.8) Г20 Гаркавенко, С. С. Фірмовий стиль // Гаркавенко С. С. Маркетинг: навч. посіб. / С. С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 1996. – С. 296 – 304.
135. Гевко, О. Брендинг у машинобудуванні: стан і перспективи / О. Гевко // Маркетинг в Україні. – 2008. - № 6. – С. 53 – 57.
136. Головка, А. Я. Брендинг в Україні: генеза та перспективи / А. Я. Головка // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. - № 5. – С. 82 – 85.
137. 659.1(076) Д40 Джефкінс, Ф. Фірмовий стиль // Джефкінс Ф. Реклама: практ. посіб / Ф. Джефкінс; ред. Д. Ядіна. – К.: Знання, КОО, 2001. – С. 335 – 344.
138. 658.8(075.8) Д69 Дорошев, В. И. Брэндинг // Дорошев В. И. Введение в теорию маркетинга: учеб. пособ. / В. И. Дорошев. – М.: ИНФРА-М, 2000. – С. 68 – 77.
139. Заноско, О. В. Брендинг в Україні [Електронний ресурс] / О. В. Заноско. – Режим доступу: // <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=58042>
140. 658.8(075.8) З-78 Зозулев, А. В. Брендинг // Зозулев А. Б. Маркетинг: учеб. пособ / А. В. Зозулев, Н. С. Кубышина; под. ред. С. А. Солнцева. – К.: Знання; М.: Рыбари, 2011. – С. 125 – 155.
141. Зозульов, О. Моделі брендингу: класифікація та стисла характеристика / О. Зозульов, Ю. Нестерова // Маркетинг в Україні. – 2006. - № 5. – С. 44 – 49.

- 142 658.8(0.064) Капустина, Л. М. Ко-брендинг в системе маркетинговых альянсов компаний [Электронный ресурс]: монография / Л. М. Капустина, Н. В. Хмелькова. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2010. – 209 с. – Режим доступа: [meu.usue.ru/.../Ко-брендинг%20в%20системе%20маркетинговых%20альянсов%20компан..](http://meu.usue.ru/.../Ко-брендинг%20в%20системе%20маркетинговых%20альянсов%20компан..)
143. Концепция брэндинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.reklamist.com/useful/branding/0.html>
144. Концепция брэндинга: сущность и основные понятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://brandr.ru/бренд-и-брендинг/350-концепция-брендинга-сущность-и-основные-понятия>
145. Костинець, В. В. Модель управління активами бренду СЕЗ «Курортполіс Трускавець» / В. В. Костинець // Актуальні проблеми економіки. – 2013. - № 6. – С. 80 – 85.
146. Костюченко, Т. І. Необхідність брендингу в умовах нової економіки [Електронний ресурс] / Т. І. Костюченко. – Режим доступу: [http://fbi.crimea.edu/arhiv/2014/nv\\_1-2014/022kostyuch.pdf](http://fbi.crimea.edu/arhiv/2014/nv_1-2014/022kostyuch.pdf)
147. Кравець, В. Брендинг: світовий досвід та перспективи впровадження в Україні [Електронний ресурс] / В. Кравець.- Режим доступу: <http://conference.spkneu.org/2015/04/brending-svitovij-dosvid-ta-perspektivi-vprovadzhenny>
148. 658.8(075.8) Лук'янець, Т. І. Брендинг // Лук'янець Т. І. Л84 Маркетингова політика комунікацій: навч. посіб. / Т. І. Лук'янець. – 2-ге вид., доп. і перероб. – К.: КНЕУ, 2004. – С. 353 – 396.
149. Міщенко, Ф. Ребрендинг фінансових установ / Ф. Міщенко // Фінансовий ринок України. – 2011. - № 10. – С. 21 – 22.
150. Мороз, О. В. Теорія сучасного брендингу [Електронний ресурс]: монографія / О. В. Мороз, О. В. Пашенко. – Режим доступу: <http://publish.vntu.edu.ua/book/?b=105>
151. Наумчик, К. Г. Брендинг як інструмент формування конкурентної позиції підприємств [Електронний ресурс] / К. Г. Наумчик, М. С. Клюквіна. – Режим доступу: [probl-economu.kpi.ua/pdf/2011\\_8.pdf](http://probl-economu.kpi.ua/pdf/2011_8.pdf)
152. Окландер, М. Технологія брендингу страхової компанії / М. Окландер, Л. Новошинська, О. Чукурна // Економіст. – 2012. - № 11. – С. 39 – 42.

153. Олефиренко, О. М. Проблемы теории и практики брендинга территорий на примере концепции формирования бренда Сумской области [Электронный ресурс] / О. М. Олефиренко, М. Ю. Карпищенко. – Режим доступа: [mmi.fem.sumdu.edu.ua/.../mmi2011\\_4\\_2\\_30\\_40.pdf](http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/.../mmi2011_4_2_30_40.pdf)
154. 658.8(075.8) О-73 Осипова, Е. А. Теория и практика социального брендинга. Ценностные аспекты создания бренда в социальной сфере [Электронный ресурс]: учеб. пособ. / Е. А. Осипова. – М.: ИПК госслужбы, 2009. – 156 с. – Режим доступа: [osipova-pr.com/assets/files/Social\\_%20branding.pdf](http://osipova-pr.com/assets/files/Social_%20branding.pdf)
155. 658.8 П76 Прингл, Х. Три волны в брендинге // Прингл Х. Энергия торговой марки / Х. Прингл, М. Томпсон. – СПб: Питер, 2001. – С. 82 – 104.
156. Пустотин, В. Да кому он нужен – этот твой ребрендинг? [Электронный ресурс] / В. Пустотин // Маркетинг в Україні. – 2015. - № 5. – С. 4 - 8. - Режим доступа: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
157. 658.8(0.064) Т33 Розвиток сучасного брендингу // Теорія і практика маркетингу в Україні [Текст]: монографія / А. Ф. Павленко, А. В. Вовчак, В. Я. Кардаш, В. П. Пилипчук та ін.; за наук. ред. А. Ф. Павленка. – К.: КНЕУ, 2005. – С. 542 – 563.
158. 659.1(075.8) Р69 Ромат, Е. В. Брэндинг // Ромат Е. В. Реклама: учебник / Е. В. Ромат. – СПб: Питер, 2001. – С. 173 – 210.
159. 659.1(075.8) Р69 Ромат, Е. В. Фирменный стиль // Ромат Е. В. Реклама в системе маркетинга: учеб. пособ. / Е. В. Ромат. – 3-е изд., перераб. и доп. – К.; Харьков: 1995. – С. 58 – 72.
160. 659.1(075.8) Р 69 Ромат, Е. В. Фирменный стиль // Ромат Е. В. Реклама: учебник / Е. В. Ромат. – 3-е изд., перераб. И доп. – К; Харьков: НВФ «Студцентр», 2000. – С. 199 – 222.
161. Солових, В. П. Суб'єкти державної політики брендингу територій в Україні [Електронний ресурс] / В. П. Солових, Ю. М. Інковська . – Режим доступа: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2012-2/doc/1/09.pdf>
162. Сологубов, С. Н. Универсальная концепция брендинга [Электронный ресурс] / С. Н. Сологубов. – Режим доступа: [cyberleninka.ru/.../universalnaya-kontseptsiya-brendinga.pdf](http://cyberleninka.ru/.../universalnaya-kontseptsiya-brendinga.pdf)

163. Спирина Н.А. Точки контакта в системе брендинга высшего учебного заведения: особенности определения и мониторинга в современной экономике ценностей [Электронный ресурс] / Н. А. Спирина // Маркетинг в России и за рубежом. – Режим доступа: <http://mavriz.ru/annotations/2015/1/>
164. 658.8(075.8) Старостіна, А. О. Брендинг (управління активами торговельної марки) // Старостіна А. О. Маркетинг: навч. посіб. / А. О. Старостіна, О. В. Зозульов. – К.: Знання-Прес, 2003. – С. 96 – 103.
165. Телетов, О. С. Брендинг та ребрендинг в умовах сучасних промислових виробництв [Електронний ресурс] / О. С. Телетов. – Режим доступу: [http://vuzlib.com.ua/articles/book/31641Brending\\_ta\\_rebrending\\_v\\_umova/1.html](http://vuzlib.com.ua/articles/book/31641Brending_ta_rebrending_v_umova/1.html)
166. Теория методологии организации брендинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [storage.piter.com/upload/.../978594807039\\_p.pdf](http://storage.piter.com/upload/.../978594807039_p.pdf)
167. Файвішенко, Д. С. Новітні технології брендингу в умовах його інноваційного розвитку [Електронний ресурс] / Д. С. Файвішенко. – Режим доступу: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011\\_6\\_2/152-155.pdf](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_6_2/152-155.pdf)
168. Файвішенко, Д. С. Оцінка ефективності брендингу: функціональний підхід / Д. С. Файвішенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. - №4 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUJ\\_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%96100487](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUJ_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%96100487)
169. Федоренко, О. Брендинг як спосіб підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / О. Федоренко. – Режим доступу: <http://conference.spkneu.org/2013/04/brending-yak-sposib-pidvishhennya-rivnya-k/>
170. Федорук, Д. Л. Брендинг по – Українському, що далі ? [Електронний ресурс] / Д. Л. Федорук. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/9\\_DN\\_2010/Economics/61579.doc.htm](http://www.rusnauka.com/9_DN_2010/Economics/61579.doc.htm)
171. Федорченко, А. В. Актуальність використання технологій брендингу на горілчаному ринку України / А. В. Федорченко, І. К. Ярошенко // Маркетинг в Україні. – 2005. - № 1. – С. 26 – 31.

172. Федорченко, А. В. Загальна схема впровадження брендингу в діяльність підприємства: рисунок // Федорченко А. В. Актуальність використання технологій брендингу на горілчаному ринку України / А. В. Федорченко, І. К. Ярошенко // Маркетинг в Україні. – 2005. - № 1. – С. 29.
173. 658.8(075.8) Федько, В. П. Современные перспективные технологии по созданию долгосрочного предпочтения товару – брэнддинг // Федько В. П. Основы маркетинга: учебник / В. П. Федько, Н. Г. Федько. – Ростов н / Дону: Феникс, 2002. – С. 145 – 153.  
Ф32
174. 658.8(075.8) Федько, В. П. Фирменный стиль. Имидж фирмы // Федько В. П. Основы маркетинга: учебник / В. П. Федько, Н. Г. Федько. – Ростов н / Дону: Феникс, 2002. – С. 443 – 447.  
Ф32
175. Шляхова, Є. В. Тенденції та перспективи розвитку брендингу в Україні [Електронний ресурс] / Є. В. Шляхова. – Режим доступу: <http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/>
176. Юдіна, Н. Неймінг та створення нового бреду на ринку продуктів тваринництва / Н. Юдіна, М. О. Терещенко // Маркетинг в Україні. – 2008. - № 3. – С. 53 – 56.



## *Розділ 4*

### **Торгова марка як засіб боротьби з недобросовісною конкуренцією**

177. Про ратифікацію Сінгапурського договору про право товарних знаків : закон України від 15.04. 2009 р. № 1263-VI // Офіційний вісник України. – 2009. - № 32. – Ст.
178. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг: закон України від 15.12.1993 р. № 3689-XII // Юридичний вісник України. – 2007. - № 6. – ІПБ. – С. 6 – 14.

179. Положення про Державний реєстр свідоцтв України на знаки для товарів і послуг: затверджено наказом МОН України від 10.01.2002 р. № 10. // Юридичний вісник України. – 2007. - № 6. – ІПБ. – С. 30 – 34.
180. Правила складання та розгляду заявки на видачу свідоцтва України на знак для товарів і послуг: затверджено наказом Державного патенту України від 28.07.1995 р. № 116 // Юридичний вісник України. – 2007. - № 6. – ІПБ. – С.15 - 27.
181. 658.8 А61 Амблер, Т. Дифференциация марки и ее преимущества // Амблер Т. Практический маркетинг: марочный капитал, маркетинговые войны, позиционирование, парадоксы дзен-буддизма / Т. Амблер; пер. с англ. под общей ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб: Изд-во «Питер», 1999. – С. 197 – 198.
182. 658.8 А61 Амблер, Т. Марочный капитал // Амблер Т. Практический маркетинг: марочный капитал, маркетинговые войны, позиционирование, парадоксы дзен-буддизма / Т. Амблер; пер. с англ. под общей ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб: Изд-во «Питер», 1999. – С. 47 – 60.
183. 658.8 А61 Амблер, Т. Торговая марка в роли гадкого утенка // Амблер Т. Практический маркетинг: марочный капитал, маркетинговые войны, позиционирование, парадоксы дзен-буддизма / Т. Амблер; пер. с англ. под общей ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб: Изд-во «Питер», 1999. – С. 349 – 359.
184. Андрощук, Г. Торговельні марки, що стали загальноживаними / Г. Андрощук // Інтелектуальна власність. – 2013. - № 4. – С. 34 – 42.
185. Антонюк, К. І. Просування на ринку морозива: Торгова марка чи товарна категорія / К. І. Антонюк // Маркетинг в Україні. – 2008. - № 2. – С. 50 - 56. - Режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
186. 658.8 А83 Армстронг, Г. Использование марочных названий // Армстронг Г. Введение в маркетинг, 5-е издание: учеб. пособ. / Г. Армстронг, Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – С. 265 – 271.
187. Бабенко, Т. Практика розгляду відповідей та рекомендації щодо вирішення спірних питань при реєстрації знака / Т. Бабенко // Інтелектуальна власність. – 2014. - № 5. – С. 36 – 44.



188. 658.8(075.8) Б20 Балабанова, Л. В. Товарна марка, упаковка і сервіс товару // Балабанова Л. В. Маркетинг: підручник / Л. В. Балабанова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Знання-Прес, 2004. – С. 316 – 335.
189. 658.8(075.8) Д 45 Балабанова, Л. В. Стратегії управління ринковою атрибутикою товарів // Балабанова Л. В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств: навч. посіб. / Л. В. Балабанова, О. А. Бриндіна. – К.: ВД «Професіонал», 2006. – С. 270 – 277. сч
190. Владимірова, Н. Спосіб захисту прав на торговельну марку / Н. Владимірова // Інтелектуальна власність. – 2014. - № 1. – С. 43 – 47.
191. 658.8(075.4) Г65 Гончарова, С. Ю. Товарні марки, упаковки, сервіс // Гончарова С. Ю. Маркетинг: навч. посіб. для сам ост. вивч. дисц. / С. Ю. Гончарова. – Х.: Видавничий Дім «ІНЖЕК», 2003. – С. 64 – 75.
192. 341(075.8) Д27 Дей, М. О. Особливості захисту знаків за Паризькою Конвенцією про охорону промислової власності // Дей М. О. Міжнародне економічне право: навч. посіб. / М. О. Дей. – Кривий Ріг, 2009. – С. 636 – 638.
193. Дідківська, Л. І. Розвиток власних торгових марок у конкурентному процесі / Л. І. Дідківська // Маркетинг в Україні. – 2007. - № 2. – С. 30 - 36. - Режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
194. 339.5(075.8) Д44 Дідківський, М. І. Стратегія товарних знаків // Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб. / М. І. Дідківський. – К., 2006. – С. 192 – 198.
195. 658.8(0.75.8) Д45 Диксон П. Р. Индивидуальность и авторитет // Диксон П. Р. Управление маркетингом / П. Р. Диксон. – М.: ЗАО «Изд-во БИНОМ», 1998. – С. 308 – 313.
196. Дмитриченко, Г. Колізія права на торговельну марку та географічне зазначення на міжнародно-правовому рівні / Г. Дмитриченко // Підприємництво, господарство і право. – 2013. - № 4. – С. 141 – 144.
197. 658.8 Д62 Дойль, П. Как создаются торговые марки // Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость / П. Дойль; пер с англ. под. ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб: Питер, 2001. – С. 306 – 311.

198. Дорожко, Г. До питання щодо вдосконалення охорони прав на знаки для товарів і послуг в Україні / Г. Дорожко, Т. Матяшова // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2011. - № 2. – С. 54 – 58.
199. 658.8 Дурович, В. П. Рыночная атрибутика товара // Дурович В. Д84 П. Маркетинг в предпринимательской деятельности / В. П. Дурович. – Мн.: НПЖ «Финансы, учт, аудит», 1977. – С. 217 – 232.
200. Зозульов, О. Ринкові форми торгової марки [Електронний ресурс] / О. Зозульов // Маркетинг в Україні. – 2015. - № 1. – С. 35 - 40. - Режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
201. Зозульов, О. В. Типи позиціонування товарів і марок на споживчому ринку [Електронний ресурс] / О. В. Зозульов // Маркетинг в Україні. – 2008. - № 6. – С. 49 - 53. - Режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
202. 658.8(075.8) Зозулев, А. В. Типы приверженности к торговой марке : 3 -78 таблица // Зозулев А. Б. Маркетинг: учеб. пособ / А. В. Зозулев, Н. С. Кубышина; под. ред. С. А. Солнцева. – К.: Знання; М.: Рыбари, 2011. – С. 145 – 146.
203. Іваницька, Н. Вдосконалення законодавства, що регулює відносини за ліцензійним договором на використання торговельної марки / Н. Іваницька // Право України. – 2008. - № 9. – С. 107 – 113.
204. 658.8 Іспользование марок // Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. О - 75 Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг. – 2-е европ. Изд. – К; М; СПб: Издат. Дом «Вильямс», 1998. – С. 632 – 648.
205. 658.71(075.8) Кардаш, В.Я. Товарні марки та упаковка // Кардаш К21 В. Я. Маркетингова товарна політика: підручник / В. Я. Кардаш. – К.: КНЕУ, 2001. – С. 221 – 235.
206. 658.71(075.4) Кардаш, В.Я. Товарні марки та упаковка // К21 Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика: навч.-метод. посіб. для сам ост. вивч. дисц. / В. Я. Кардаш, М. Ю. Антонченко. – К.: КНЕУ, 2006. – С.202 – 213.
207. Кендюхов, О. Новий підхід до визначення сутності позиціонування торгової марки [Електронний ресурс] / О. Кендюхов // Маркетинг в Україні. – 2006. - № 2. – С. 23 - 27. - Режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>

208. Кодинець, А. Торговельні марки: проблеми функціональної ієрархії / А. Кодинець // Право України. - 2005. - № 12. – С. 44 – 48.
209. Коташевський, О. Недобросовісна конкуренція з використанням "розкрученої" торгової марки / О. Коташевський // Юридичний журнал. – 2008. - № 10. – С. 127 – 134.
210. 658.8(0.75.8) Котлер, Ф. Разработка товаров: товары, K73 товарные марки, упаковка, услуги // Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер; общ. ред. Е. М. Пеньковой. – М.: Прогресс, 1990. – С. 282 – 321.
211. Крижна, В. М. Співвідношення прав на торговельну марку та промисловий зразок за законодавством України / М. В. Крижна // Вісник господарського судочинства. – 2005. - № 3. – С. 191 – 197.
212. Левицька, Л. Компанія Кнауф реклами не потребує / Л. Левицька // Голос України. – 2009. – 18.09(№175). – С. 12.
213. 658.8(075.8) Липчук, В. В. Ринкова атрибутика товарів // Л61 Липчук В. В. Маркетинг: основи теорії та практики: навч. посіб. / В. В. Липчук, А. П. Дудяк, С. Я. Бугіль. – Львів: «Новий Світ-2000». – 2003. – С. 32 – 40.
214. Макода, В. Право інтелектуальної власності на торговельну марку / В. Макода // Юридична Україна. – 2009. - № 5. – С. 60 – 64.
215. Максимова, Н. «Розмивання» відомих торговельних марок / Н. Максимова // Інтелектуальної власності. – 2005. - № 3. – С. 68 – 70.
216. 658.8 Марка продукта и стратегия марки // Рынок как орган P93 экономики и маркетинг / сост. Г. П. Семилетка. – К., 1994. – С. 109 – 110.
217. Мироненко, Н. Захист прав на торговельні марки: українська практика та європейський досвід / Н. Мироненко // Право України. – 2011. - № 3. – С. 30 – 39.
218. Мішкур, А. Охорона товарних знаків в європейському співтоваристві / А. Мішкур // Інтелектуальна власність. – 2013. - № 5. – С. 21 – 29.
219. Можаровська, Н. Адміністративно-правові аспекти набуття права на торговельні марки, їх охорони та захисту в Україні / Н. Можаровська // Право України. – 2010. - № 2. – С. 143 – 149.

220. 658.8(075.8) Мороз, Л. А. Товарні знаки й упаковка // Мороз Л. М80 А. Маркетинг: підручник / Л. А. Мороз, Н. І. Чухрай. – 2-ге вид. – Львів: Інтелект-Захід, 2002. – С. 77 – 81.
221. Немеш, П. Актуальні питання правової охорони торговельних марок на прикладі країн ЄС / П. Немеш // Часопис КУП. – 2008. - № 1. – С. 150 – 154.
222. Новый восход Черкасской «Авроры» [Присоединение к международному концерну Helios Group] // Бизнес. – 2008. - № 9. – С. 110 - 111.
223. Охромов, Ю. Нарушение прав на промобразец / Ю. Охромов // Юридична практика. – 2008. - № 22. – С. 11, 13.
224. Пашкеев, С. Индийские ТАТАнцы [Tata Ijrgroup] / С. Пашкеев // Бизнес. – 2008. - № 38. – С. 69 – 71.
225. Пашкеев, С. Книжное обозрение [Компания Barnes & Noble – крупнейший продавец книг США] / С. Пашкеев // Бизнес. – 2008. - № 45. – С. 74 – 77.
226. Пашкеев, С. MARSианские хроники [Корпорация MARS Inc.] / С. Пашкеев // Бизнес. – 2008. - № 49. – С. 64 – 66.
227. Пашкеев, С. Бытовая изменчивость [Торговая сеть Best Buy] / С. Пашкеев // Бизнес. – 2008. - № 23. – С. 72 – 75
228. Пашкеев, С. В борьбе за это [Компания Colgate - Palmolive] / С. Пашкеев // Бизнес. – 2008. - № 11. – С. 78 – 81.
229. Пашкеев, С. Почту - за честь [Компания Unital Parcel Service] / С. Пашкеев // Бизнес. – 2008. - № 7. – С. 76 – 79.
230. Пашкеев, С. Сила в плавках [Gerbau – крупнейшая металлургическая компания Бразилии] / С. Пашкеев // Бизнес. – 2008. - № 15. – С. 76 – 79.
231. Пашкеев, С. Сплошная химия [Химический концерн Dow Chemical] / С. Пашкеев // Бизнес. – 2008. - № 19. – С. 74 – 77.
232. 005:658.8(075.8) Пелішенко, В. П. Управління марочним товаром П24 // Пелішенко В. П. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. / В. П. Пелішенко. – К., 2003. – С. 132 – 136
233. 659.1 Песоцкий, Е. Товарные знаки и их роль в рекламе // П28 Песоцкий Е. Современная реклама: теория и практика / Е. Песоцкий. – Ростов н / Дону: Феникс, 2001. – С. 193 – 203.

234. Піддубний, В. Electrolux в Україні та світі / В. Піддубний // Фондовый рынок. – 2008. - № 34. – С. 28 – 36.
235. Піддубний, В. Нелегке лідерство ЗАТ «Оболонь» / В. Піддубний // Фондовый рынок. – 2009. - № 10. – С. 28 – 32.
236. Пономарьов, А. Невикористання торговельної марки як підстава для довгострокового припинення дії свідоцтва / А. Пономарьов // Підприємництво, господарство і право. – 2011. - № 12. – С. 61 – 64.
237. 659.1(075.8) Попов, Е. В. Товарная марка // Попов Е. В. П58 Продвижение товаров и услуг: учеб. пособ. / Е. В. Попов. – М. Финансы и статистика, 1999. – С. 238 – 241.
238. Порядок визнання знака добре відомим в Україні Апеляційною платою Державного департаменту інтелектуальної власності // Інтелектуальна власність. – 2005. - № 6. – С. 78 – 83.
239. Примак, Т. Рейтинг торговых марок бутылированной воды киевского региона по уровню сервисного сопровождения / Т. Примак, А. Сержук // Маркетинг в Україні. – 2013. - № 3. – С. 33 - 37.
240. 658.8(075.8) Разработка торговой марки и упаковки товара // М27 Маркетинг: учебник, практикум и учебно-методический комплекс по маркетингу / Р. Б. Ноздрева, Г. Д. Крылова, М. И. Соколова, В. Ю. Гречков. – М.: Экономист, 2003. – С. 130 – 131.
241. 346.7(062.552) Рассомахіна, О. А. Взаємозв'язок П68 торговельної марки, ділової репутації та гудвілу як активів підприємства: правовий аспект / О. А. Рассомахіна // Правове регулювання економіки: зб. наук. праць / відп. ред. В. Ф. Опришко. – К.: КНЕУ, 2008. – Вип. 8. – С. 257 – 272.
242. 346.7(062.552) Рассомахіна, О. А. Про історію становлення П68 інституту правової охорони торговельних марок в Україні та за кордоном: відмінність світогляду / О. А. Рассомахіна // Правове регулювання економіки: зб. наук. праць / відп. ред. В. Ф. Опришко. – К.: КНЕУ, 2007. – Вип. 7. – С. 301 - 315.
243. Решетнікова, Г. С. Стратегії марок світових та вітчизняних виробників кондитерських виробів [Електронний ресурс] / Г. С. Решетнікова // Маркетинг в Україні. – 2005. - № 6. – С. 32 – 37. - Режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>

244. Романенко, Д. З якою метою реєструють торговельну марку? Чому надмірна популярність торговельної марки може зашкодити компанії? [Консультація] / Д. Романенко // Інтелектуальна власність. – 2013. - № 1. – С. 69 – 72.
245. Романюха, О. Використання підприємством торговельної марки / О. Романюха // Бухгалтерія. – 2008. - № 23. – С. 63 – 64.
246. Савич, С. Графічне представлення як передумова надання правової охорони торговельній марці за правом ЄС та її включення у національне законодавство (на прикладі Республіки Польща) / С. Савич // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2012. - № 2. – С. 59 – 65.
247. Савич, С. Тенденції розвитку цивільного законодавства про комерційне найменування (фірму) в Україні та Республіці Польща: порівняльно-правовий аналіз / С. Савич // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2012. - № 2. – С. 28 – 45.
248. 658.8(062.552) Ф79 Скринько, М. М. Вивчення іміджу марки «Фокстрот» як основи формування програми підтримки бренду / М. М. Скринько // Формування ринкової економіки. Спец. вип. Маркетинг в Україні: зб. наук. праць. – К.: КНЕУ, 2009. – С. 602 – 608.
249. Смілянець, В. В. Технології формування власної торговельної марки / В. В. Смілянець // Маркетинг в Україні. – 2011. - № 3. – С. 39 – 45.
250. 658.8(075.8) М25 Сприйняття продукту і торгової марки // Маркетингова товарна політика: підручник / Н. О. Криковцева, Л. Г. Саркіян, О. Ю. Біленький, Н. В. Кортельова; за ред. Н. О. Криковцевої. – К.: Знання, 2012. – С. 74 – 82.
251. Степаненко, С. Управління торговельними марками: боротьба з паразитизмом / С. Степаненко // Журнал Європейської економіки. – 2014.- Том(№1). – С. 80 - 93.
252. Стефанішин, В. Я. Стратегії позиціонування торгових марок на ринку В2В: ефективно та креативно / В. Я. Стефанішин // Маркетинг в Україні. – 2011. - № 4. – С. 38 – 45.

253. 658.71(075.8) Ткаченко, Н. Б. Державна реєстрація товарного знака // Ткаченко Н. Б. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. / Н. Б. Ткаченко. – К.: Київ. держ. торг.-екон.-ун-т, 2000. – С. 90 - 94.  
Т48
254. 658.71(075.8) Ткаченко, Н. Б. Товарна марка, упаковка, кодування товарів // Ткаченко Н. Б. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. / Н. Б. Ткаченко. – К.: Київ. держ. торг.-екон.-ун-т, 2000. – С. 88 – 98.  
Т48
255. 005.941(075.8) Товарний знак, піктограми // Корпоративна культура: навч. посіб. / за ред. Г. Л. Хаєта. – К., 2003. – С. 153 – 159.  
К66
256. 658.8(075.8) Товарный знак и его сущность // Маркетинг: учебник / А. Н. Романов, Ю. Ю. Корлюгов, С. А. Красильников и др.; под общ. ред. А. Н. Романова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996. – С. 127 – 132.  
М25
257. 347.77(075.8) Ходаківський, Є. І. Знаки для товарів і послуг (торговельні марки) / Є. І. Ходаківський // Ходаківський Є. І. Інтелектуальна власність: економіко-правові аспекти: навч. посіб. / Є. І. Ходаківський, В. П. Якобчук, І. Л. Литвинчук. – К.: ЦУЛ, 2014. – С. 66 – 73.  
Х69
258. Цибенко, Л. Сінгапурський договір про право з торговельних марок: порівняльний аналіз / Л. Цибенко // Підприємництво, господарство і право. – 2007. - № 1. – С. 5 – 7.
259. Чомахішвілі, О. До питання історії розвитку правової охорони прав на промислові зразки / О. Чомахішвілі // Держава і право. – 2008. – Вип. 39. – С. 394 – 399.
260. Щербак, В. Г. Аналіз ефективності управління торговими марками за допомогою показників рівня розвитку та сили домінування (На прикладі підприємств легкої промисловості) / В. Г. Щербак, О. М. Бихова // Актуальні проблеми економіки. – 2010. - № 5. – С. 159 – 165.
261. Щукіна, К. Введення в оману споживача щодо особи, яка виробляє товари чи надає послуги при використанні позначення / К. Щукіна // Підприємництво, господарство і право. – 2011. - № 8. – С. 62 – 64.
262. 658.8 Эванс, Дж. Р. Товарные марки и упаковка // Эванс Дж. Р. Маркетинг / Эванс Дж. Р. Маркетинг / Дж. Р. Эванс, Б. Берман; науч. ред. А. А. Горячев. – М.: Экономика, 1990. – С. 177 – 193.  
Э14

## ІМЕННИЙ ПОКАЖЧИК

Алексунин В. А.	132(ред.)
Амблер Т.	181, 182, 183
Андрощук Г.	184
Антонченко М. Ю.	206(співавт.)
Антонюк К. І.	185
Антонюк О. В.	89, 90,
Армстроног Г.	1, 186, 204
Бабенко Т.	187
Балабанова Л. В.	2, 188, 189
Безуглий І. В.	123(співавт.)
Беловодская Е. А.	3
Берман Б.	262(співавт.)
Быков И.	130
Быкова, М. В.	4, 5
Бихова О. М.	260(співавт.)
Біленький О. Ю.	250
Біловодська О. А.	91, 92
Білошапка В. С.	6
Бойко М. Г.	93, 94
Бриндіна О. А.	189(співавт.)
Бугіль С. Я.	213(співавт.)
Будякова О. О.	7
Будько С. Г.	8
Бутенко А.	101(співавт.)
Буш О. И.	9
Василькова Н. В.	10
Владимирова Н.	190
Войчак А. В.	56, 69, 157
Вонг В.	204
Гайдабрус Н. В.	91(співавт.), 92(співавт.)
Гайдамаха Ю.	64(співавт.)
Галушак Ю. І.	111(співавт.)
Гардабхадзе И. А.	11
Гаркавенко С. С.	134
Гевко О.	135
Герасименко А. О.	96
Гладунов О.	97
Гончарова С. Ю.	191
Горячев А. А.	262(співавт.)
Гречков В. Ю.	240
Григораш М. О.	20(співавт.)



Гузенко Н.	101(співавт.)
Гусєва О.	12
Дей М. О.	192
Джефкінс Ф.	137
Дзюба С.	13
Діброва Т.	14
Дідківська Л. І.	193
Дідківський М. І.	194
Дійкстра Я.	15
Диксон П. Р.	16, 195
Длігач А. О.	61(співавт.), 62(співавт.)
Дмитриченко Г.	196
Дойль П.	197
Дорожко Г.	198
Дорошев В. И.	138
Доця Т. В.	100(співавт.)
Дугіна С. І.	17
Дудяк А. П.	213(співавт.)
Дурович В. П.	199
Жебровська А.	59(співавт.)
Заиченко И.	18
Зайцев Л. Г.	54(співавт.)
Заноско О. В.	139
Зарубіна В. В.	124(співавт.)
Зозулев А. В.	140, 202
Зозульов О.	19, 20, 21, 141, 164(співавт.), 200, 201
Зоткин А. Ю.	22
Зубаранна Л. В.	23
Зубик О.	99
Зубчик О.	31(співавт.)
Іваницька Н.	203
Івашова Н. В.	24
Ильин, А. А.	44(ред.)
Інковська Ю. М.	161(співавт.)
Каніщенко О.	25, 26, 100,
Капустина Л. М.	142
Капустіна Т. А.	28
Карпищенко М. Ю.	153(співавт.)
Кардаш В. Я .	56, 157, 205, 206
Кендюхов О. В.	29, 207
Ким-Галимова В.	101
Кістень О.	14(співавт.)
Клюквіна М. С.	151(співавт.)
Кодинець А.	208
Кондратьєва О.	31
Корлюгов Ю. Ю.	256

Кортельова Н. В.	250
Корягін М. В.	32(співавт.)
Корягіна С. В.	32
Костинець В. В.	145
Костюченко Т. І.	146
Коташевський О.	209
Котлер Ф.	1(співавт.), 186(співавт.), 204, 210
Кравець В.	147
Кравченко В. А.	61(співавт.), 62(співавт.), 122(співавт.)
Красильников С. А.	256
Крещенко О.	33
Кривоніс А. О.	85(співавт.)
Крижна В. М.	211
Криковцева Н. О.	250
Крикун Т. Є.	104
Крылова Г. Д.	240
Кубышина Н. С.	140(співавт.), 202(співавт.)
Купчинська М.	34
Курячая Е.	35
Кучай О. В.	105
Кучеренко К. В.	106
Ларионов В. Г.	36
Левицька Л.	212
Ліпенцев А. А.	111(співавт.)
Литвинчук І. Л.	257(співавт.)
Литл Дж. Ф.	37
Личова Г.	107, 108, 122(співавт.)
Липчук, В. В.	213
Логвинова В. Ю.	45(співавт.)
Лук'янець Т. І.	148
Лунякова Н. А.	77(співавт.)
Любаренко Т. І.	109, 110
Люльчак З. С.	111
Макода В.	214
Максимова Н.	215
Малинка О. Я.	38
Матяшова Т.	198(співавт.)
Мелешко С.	112
Мироненко Н.	217
Михайленко Д. А.	3 (співавт.)
Мішкур А.	218
Міщенко Ф.	149
Могилевская О. Ю.	39
Можаровська Н.	219
Мороз Л. А.	220
Мороз О. В.	150

Мотриченко В. М.	40, 114
Мусієнко В.	112(співавт.)
Нагорняк Т.	116
Наумчик К. Г.	151
Нгуєн Тхи Ми Хонг	41
Немеш П.	221
Нестєрова Ю.	19(співавт.), 42
Новошинська Л.	152(співавт.)
Ноздрева Р. Б.	240
Нуцковський Б.	53(співавт.)
Оберемчук В. Ф.	43
Окландер М.	152
Олефиренко О. М.	153
Опришко В. Ф.	242(відпов. ред.)
Орлов В.	34
Осипова Е. А.	154
Охромов Ю.	223
Павленко А. Ф.	48(ред.), 56, 69, 157
Пашенко О. В.	150(ред.)
Пашкеєв С.	224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231
Пелепягин А. С.	44
Пелішенко В. П.	232
Пенькова Е. М.	210(співавт.)
Песоцкий Е.	233
Піддубний В.	235
Пилипчук В. П.	45, 56, 157
Пирч М.	121(співавт.)
Погорілка А. С.	43(співавт.)
Полішко Г. Г.	117
Поліщук Т.	46, 118
Пономарьов А.	236
Попов Е. В.	237
Попович Н.	119, 155
Примак Т.	49, 239
Прингл Х.	155
Пустотін В. С.	50, 51, 52, 156
Размус В.	53
Рассомахіна О. А.	241
Расторгуєва О. О.	126(співавт.)
Раца О. Б.	128
Решетнікова Г. С.	243
Решетнікова, І. Л.	69
Роджерс Л.	54
Романенко Д.	244
Романов А. Н.	256
Романюха О.	245

Ромат Е. В.	158, 159, 160
Савельєва Е. В.	125(ред.), 131(ред.)
Савич С.	246, 247
Саніна О.	121
Сараєв В. Н.	55
Саркісян Л. Г.	250
Семилетка Г. П.	216(уклад.)
Сержук А.	239(співавт.)
Скоробогатих І. І.	57
Скринько М. М.	248
Скрипникова М. Н.	36(співавт.)
Слободяник О.	53(співавт.)
Слюсаренко О.	58
Смілянець В. В.	249
Соколов М. И.	54(співавт.)
Соколова М. И.	240
Солнцева С. А.	140(ред.), 202(ред.)
Солових В. П.	161
Сологубов С. Н.	162
Сондерс Дж.	204
Співаковська Л.	59
Спирина Н. А.	163
Старостіна А. О.	60, 61, 62, 72(ред.), 122, 164
Степаненко С.	251
Стефанішин В. Я.	252
Стеченко Д. М.	123
Стріжкова Ю.	63, 64
Студінська Г. Я.	65, 66
Тапінц Х.	67
Терещенко М. О.	176
Телетов О. С.	124, 165
Тімашова О. Є.	124(співавт.)
Ткаченко Н. Б.	253, 254
Трусов Г.	68
Файфішенко Д. С.	167, 168
Федоренко О.	169
Федоричак В.	73, 74
Федорук Д. Л.	170
Федорченко А. В.	171, 172
Федько В. П.	173, 174
Федько Н. Г.	173, 174
Хайєт Г. Л.	255(ред.)
Харченко А. С.	75
Хмелькова Н. В.	142(співавт.)
Ходаківський Є. І.	257
Хотинская А. В.	76

Цибенко Л.	258
Чала Ю, В.	126
Чернышова Е. И.	77
Чикусова М. Ю.	78
Чомахішвілі О.	259
Чукурна О.	152(співавт.)
Чумаченко А. Ю.	80
Чухрай Н. І.	220(співавт.)
Шаповал Е.	101(співавт.)
Шарифходжаев У. У.	81
Шатава Ю. Л.	127
Шевченко О. Л.	82
Шканова О. М.	83
Шляхова Є. В.	175
Шрамко І. К.	84
Штефано А. П.	128
Шубін О. О.	85
Щербак В. Г.	260
Щукіна К.	261
Эванс Дж. Р.	262
Юдіна Н.	176
Ядіна Д.	137(ред.)
Якобчук В. П.	257(співавт.)
Яковенко О.	86
Ярошенко І. К.	171(співавт.), 172(співавт.)
Яцишина Л.	87
Яцюк Д. В.	88