

---

---

## ОСНОВНІ ПУБЛІКАЦІЇ

### ЗОЗУЛЬОВА ОЛЕКСАНДРА ВІКТОРОВИЧА

#### Монографії

1. Зозульов О.В., Писаренко Н.Л. Ринкове позиціонування: з чого починається створення успішних брендів. – К.: Знання-Прес, 2004. – 199 с. (13,43 ум. друк. арк.; авт. – 10,0 ум. друк. арк.).
2. Організаційно-управлінські механізми розвитку підприємницької діяльності національного господарства: монографія / О.А. Гавриш, П.В. Круш, Л.Є Довгань та ін. – К.: НТУУ „КПІ”, 2009. – 368 с. (21,39 ум. друк. арк.; авт. – 2,3 ум. друк. арк.).

#### Підручники

3. Промисловий маркетинг. Теорія та господарські ситуації. Підручник. //Під редакцією Старостіної А.О. – К.: Іван Федоров, 1997. – 400 с. (авт. - 1,51 ум. друк. арк.).

#### Навчальні посібники

1. Маркетинг науково-технічної продукції промислового призначення. Науково-практичний посібник під ред. О.А. Мазура та О.В. Зозульова. – К.: ІЕЗ, 2015 – 177 с. *(гриф Ученої ради ІЕЗ ім Є.О.Патона (протокол №1 від 30.01.2015), Ученої ради ФММ НТУУ «КПІ» (протокол № 6 от 26.01.2015), Департаменту інноваційної діяльності та трансферу технологій МОН України (лист від 21.01.2015 №5-4/16-11))*
2. Маркетинг: ситуаційні вправи (кейси) та практичні завдання : навч.-метод. посіб. / О. В. Зозульов, Н. В. Язвінська, О. Ю. Цапук [та ін.] ; за ред. С. О. Солнцева. – К. : НТУУ «КПІ», 2012. – 448 с. – Бібліогр.: с. 445–446. – 120 пр. (гриф НТУУ «КПІ»)
3. Зозулёв А.В., Кубышина Н.С. Маркетинг //Под. ред. С.А. Солнцева. – К.:Знання; М.: Рыбари, 2011. – 421 с.
4. Зозулёв А.В. Промышленный маркетинг: рыночная стратегия: Учеб. Пособие. – К. : Центр учебной литературы, 2010. – 576 с.
5. Зозулёв А.В., Солнцев С.А. Маркетинговые исследования: теория, методология, статистика: Учеб. пособие. – М.: Рыбари; К.: Знання, 2008. – 643 с. – (Высшее образование XXI века).
6. Старостіна А.О., Зозульов О.В. Маркетинг: Навч. посіб. – 3-тє вид., перероб. – К.: Знання, 2006. – 327 с. (19,06 ум. друк. арк. в т.ч. 11 ум. друк. арк. автора)
7. Зозулёв А.В. Промышленный маркетинг: стратегический аспект: Учеб. пособие. – Х.: Студцентр, 2005. – 328 с. (20,5 ум. друк. арк.)

- 
8. Зозулєв А.В. Поведення потребителєв: Учебное пособие. – К.: Знання, 2004. – 364 с. (16,67 ум. друк. арк.)
  9. Зозулєв А.В. Сегментирование рынка: Учеб. пособие. – Х.: Студцентр, 2003. – 232 с. (11,73 ум. друк. арк.)
  10. Старостіна А.О., Зозульов О.В. Маркетинг: Навч. посіб. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Знання-Прес, 2003. – 326 с. (19,06 ум. друк. арк. в т.ч. 10 ум. друк. арк. автора)
  11. Старостіна А.О., Черваньов Д.М., Зозульов О.В. Маркетинг: Навч. посіб. – К.: Знання-Прес, 2002. – 191 с. (10,1 ум. друк. арк. в т.ч. 4 ум. друк. арк. автора)

#### **Наукове редагування**

1. Кларк Г. Маркетинг сервиса, приносящего прибыль: Пер. с англ. – К: Знання, 2006. – 302 с. – (Европейский маркетинг).

#### **Навчально-методичні комплекси**

1. Зозульов О.В., Комяков О.О., Язвінська Н.В. та ін. Маркетинг: Навчально-методичний комплекс для студентів інженерно-технічних спеціальностей. – К.: НТУУ „КПІ”. 2007. – 136 с.

#### **Державні стандарти**

1. Стандарт вищої освіти України. Рівень вищої освіти: Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти. // Маркетинг и реклама. – 2016. - № 6 (237). – С. 32-39.
2. Стандарт вищої освіти України. Рівень вищої освіти: Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти. // Маркетинг и реклама. – 2016. - № 6 (237). – С. 40-47.

#### **Методичні вказівки**

1. Методичні рекомендації до виконання розділу магістерських дисертацій «Розроблення стартап-проекту» для студентів інженерних спеціальностей, за заг. ред. Гавриша О.А. [електронне видання]: /Укл.: О.А. Гавриш, С.О. Солнцев, В.В. Дергачова, О.В. Зозульов, Н.В. Юдіна, К.О. Бояринова, Ж.М. Жигалкевич, М.О. Кравченко. – Київ : НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського», 2016. – 30 с. (*Затверджено Методичною радою КПІ ім. Ігоря Сікорського, протокол № 2 від 29.10.2016*)
2. Методичні вказівки до виконання дипломних робіт спеціаліста для студентів із спеціальності 7.03050701 «Маркетинг» усіх форм навчання. Укл. Солнцев С.О., Зозульов О.В., Кубишина Н.С., Лебеденко С.О., Язвінська Н.В. – К.: НТУУ «КПІ», 2016. – 42 с.

- 
3. Методичні вказівки до виконання економічної частини дипломного проекту (дипломної роботи) за розділом «Маркетинг високовольтного обладнання» для студентів спеціальності 7.05070104 «Техніка та електрофізика високих напруг» усіх форм навчання [електронне видання]: /Укл.: В.О. Бржезицький, С.О. Солнцев, О.В. Зозульов, Т.О. Царьова. – К.: НТУУ «КПІ», 2016. – 19 с. (Рекомендовано Вченою радою факультету електроенергетехніки та автоматики НТУУ «КПІ», протокол № 4 з від 28.11.2016 р.)
  4. Методичні вказівки до виконання курсових робіт по дисципліні "Маркетинг промислового підприємства" для напряму підготовки 6.030507 "Маркетинг" усіх форм навчання [Електронне видання]. Укл.: Зозульов О.В., Царьової Т.О. – К.: НТУУ «КПІ», 2013. – 65 с. (затверджено методичною радою ФММ НТУУ «КПІ», протокол № № 8 від 23.04.2013 р.)
    - 1) протокол № 13 від 20.03.2013 засідання кафедри пром. маркетингу
    - 2) протокол № 8 від 23.04.2013 засідання методичної комісії ФММ
    - 3) протокол № 9 від 29.04.2013 засідання Вченої Ради ФММ
  5. Методичні вказівки до виконання дипломних робіт ОКР «Спеціаліст» для студентів із спеціальності 7.03050701 «Маркетинг» усіх форм навчання [Електронне видання]. Укл. Солнцев С.О., Зозульов О.В., Язвінська Н.В., Діброва Т.Г., Кубишина Н.С., Співаковська Т.В. – К.: НТУУ «КПІ», 2013. – 67 с. (затверджено методичною радою ФММ НТУУ «КПІ», протокол № 6 від 1902.2013 р.)
  6. Методичні вказівки до виконання дипломних робіт магістрів для студентів із спеціальності 8.050108 «Маркетинг» усіх форм навчання [Електронне видання]. Укл. Солнцев С.О., Зозульов О.В., Кубишина Н.С. – К.: НТУУ «КПІ», 2011. – 67 с. (затверджено методичною радою ФММ НТУУ «КПІ», протокол № 4 від 28 листопада 2011 р.)
  7. Методичні вказівки до виконання курсових робіт з кредитного модуля "Фундаментальний маркетинг" для напряму підготовки 6.030507 "Маркетинг" усіх форм навчання [Електронне видання]. Укладачі: Кубишина Н. С., Зозульов О.В., Царьова Т. О. – К.: НТУУ «КПІ», 2011. – 42 с. (затверджено методичною радою ФММ НТУУ «КПІ», протокол № 4 від 28 листопада 2011 р.)
  8. Методичні вказівки до виконання курсових робіт по дисципліні "Промисловий маркетинг" для напряму підготовки 6.030507 "Маркетинг" усіх форм навчання [Електронне видання]. Укл.: Зозульов О.В., Царьової Т.О. – К.: НТУУ «КПІ», 2011. – 65 с. (затверджено методичною радою ФММ НТУУ «КПІ», протокол № 4 від 28 листопада 2011 р.)
  9. Солнцев С.О., Зозульов О.В., Кубишина Н.С. та ін. Методичні вказівки до виконання дипломних робіт спеціаліста для студентів спеціальності 7.050108 „Маркетинг” усіх форм навчання. – К.: НТУУ „КПІ”, 2009. – 36 с. (2,09 ум. друк. арк. в т.ч. 1,5 друк. арк. автора).
  10. Зозульов О.В., Кубишина Н.С., Царьова Т.О. Фундаментальний маркетинг: методичні вказівки до виконання курсової роботи для студентів напряму підготовки 6.030507 „Маркетинг” факультету менеджменту та маркетингу – К.: НТУУ „КПІ”, 2008. – 52 с. (3,02 ум. друк. арк. в т.ч. 2 друк. арк. автора).
-

- 
11. Зозульов О.В., Царьова Т.О. Промисловий маркетинг: методичні вказівки до виконання курсової роботи для студентів факультету менеджменту та маркетингу напряму підготовки 0501 „Економіка і підприємництво” спеціальності 7.050108 „Маркетинг” усіх форм навчання. – К.: НТУУ „КПІ”, 2008. – 64 с. (3,72 ум. друк. арк. в т.ч. 2 друк. арк. автора).
  12. Солнцев С.О., Діброва Т.Г., Зозульов О.В. та ін. Методичні вказівки до виконання атестаційних магістерських робіт для студентів спеціальності 8.050108 „Маркетинг” факультету менеджменту та маркетингу всіх форм навчання. – К.: ІВЦ „Видавництво „Політехніка”, 2005. – 28 с. (1,63 ум. друк. арк. в т.ч. 0,9 друк. арк. автора).
  13. Солнцев С.О., Діброва Т.Г., Зозульов О.В. та ін. Методичні вказівки до виконання дипломних робіт спеціаліста для студентів спеціальності 7.050108 „Маркетинг” факультету менеджменту та маркетингу всіх форм навчання. – К.: ІВЦ „Видавництво „Політехніка”, 2005. – 28 с. (1,63 ум. друк. арк. в т.ч. 0,5 друк. арк. автора).
  14. Солнцев С.О., Діброва Т.Г., Зозульов О.В. та ін. Методичні вказівки до виконання атестаційних робіт бакалаврів для студентів напряму 0501 „Економіка і підприємництво” спеціальності 6.050108 „Маркетинг” факультету менеджменту та маркетингу всіх форм навчання. – К.: ІВЦ „Видавництво „Політехніка”, 2005. – 20 с. (1,16 ум. друк. арк. в т.ч. 0,9 друк. арк. автора).
  15. Зозульов О.В., Писаренко Н.Л. Навчальна програма та методичні вказівки до проходження виробничої практики для студентів спеціальності 7.050108 “Маркетинг”. - К.: ІВЦ “Політехніка”, 2003. – 12 с. (0,5 ум. друк. арк. в т.ч. 0,25 друк. арк. автора).
  16. Старостина А.А., Зозулёв А.В. Теории потребительских мотиваций. // Методические рекомендации и материалы для изучения дисциплины для студентов факультета менеджмента и маркетинга специальности “Маркетинг” всех форм обучения - К.: ТОРГМАРК, 1999. – 110 с. (15 ум. друк. арк. в т.ч. 10 друк. арк. автора).
  17. Старостина А.А., Зозулёв А.В. Сегментация рынка. //Учебно-методические материалы по сегментации рынка по курсам “Маркетинг”, “Промышленный маркетинг” и дипломного проектирования для студентов факультета менеджмента и маркетинга специальности “Маркетинг” всех форм обучения. - К.: ТОРГМАРК, 1999. – 60 с. (8 ум. друк. арк. в т.ч. 6 друк. арк. автора).

---

#### Статті

#### Фахові:

1. Зозульов О.В., Кофанов О.Э. Маркетинг у забезпеченні стартап-проектів. // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. –

---

Запоріжжя: Запорізький національний університет. – 2016. № 4(32) С. 165-172

2. Кофанов О.Э., Зозульов О.В. Науково-методичні засади розроблення маркетингової стратегії стартап-проектів на промисловому ринку // Економічний простір. – Дніпропетровськ: ПДАБА – 2016. - №115. – С. 202-211 (0,3 ум. друк. арк.)(Index Copernicus, РИНЦ).
3. Домашева Є.А., Зозульов О.В. Підходи до оцінювання ефективності маркетингових Інтернет-комунікацій. // Економічний вісник Національного технічного університету України “КПІ”. – К.: НТУУ «КПІ» ВПІ ВПК «Політехніка» – 2016. - №13. – С. 369-376 (0,3 ум. друк. арк.).
4. Шабан К.С., Зозульов О.В. Класифікація інновацій підприємств, що входять до міжорганізаційних об'єднань. // Економічний вісник Національного технічного університету України “КПІ”. – К.: НТУУ «КПІ» ВПІ ВПК «Політехніка» – 2016. - №13. – С. 493-500 (0,3 ум. друк. арк.).
5. Зозульов О.В., Левченко М. Формування омніканальної збутової стратегії підприємства // Економічний вісник Національного технічного університету України “КПІ”. – К.: НТУУ «КПІ» ВПІ ВПК «Політехніка» – 2016. - №13. – С. 361-368 (0,3 ум. друк. арк.).
6. Зозульов О.В., Царьова Т.О. Процесно-технологічний підхід до формування маркетингової моделі товару. // Економічний вісник Національного технічного університету України “КПІ”. – К.: НТУУ «КПІ» ВПІ ВПК «Політехніка» – 2016. - №13. – С. 369-376 (0,4 ум. друк. арк.).
7. Зозульов О.В., Царьова Т.О. Процесний підхід до формування маркетингової моделі товару // Економіка і підприємництво: зб. наук. пр. молодих учених та аспірантів. У 2 ч. Ч. 1. 2015. Вип. 34-35 – С.381-389. (0,3 ум. друк. арк.).
8. Полторак К.А., Зозульов О.В., Жданова О.Г. Оцінювання ефективності маркетингових комунікацій в мережі Інтернет засобами математичного моделювання//Інвестиції: практика та досвід. – К.: ТОВ «ДКС Центр» – 2016. - №3. – С. 38-43 (0,3 ум. друк. арк.).
9. Зозульов О.В. Конкурентні переваги вітчизняних підприємств: маркетингові заходи по формуванню. // Науковий Вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». – 2015 р. - № 1, ч. II (70). – С. 118-127.
10. Полторак К.А., Зозульов О.В. Сучасний стан ринку Інтернет-технологій: детермінанти розвитку ринку та нові підходи до маркетингової діяльності //Економічний вісник Національного технічного університету України “КПІ”. – К.: НТУУ «КПІ» ВПІ ВПК «Політехніка» – 2015. - №12. – С. 372-378 (0,3 ум. друк. арк.).
11. Шабан К.С., Зозульов О.В. Класифікація міжорганізаційних об'єднань в контексті формування інноваційної політики промислово-виробничого

- 
- підприємства //Економічний вісник Національного технічного університету України "КПІ". – К.: НТУУ «КПІ» ВПІ ВПК «Політехніка» – 2015. - №12. – С. 402-410 (0,3 ум. друк. арк.).
12. Зозульов О. Критерії ефективного ринкового позиціонування товарів на споживчому ринку //Маркетинг в Україні. – 2015. - № 2 (89). – С. 39-45 (0,3 ум. друк. арк.).
13. Зозульов О. Ринкові форми торгової марки //Маркетинг в Україні. – 2015. - № 1 (88). – С. 35-39 (0,3 ум. друк. арк.).
14. Зозульов О. В., Царьова Т.О. Підходи до проведення технологічного аудиту [Електронний ресурс] // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 3 (13). – С. 94-103. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n3.html>
15. Зозульов О.В., Мартинова К.Л. Особливості ринкового репозиціонування закладів громадського харчування на преміум сегменті. //Економічний вісник Національного технічного університету України "КПІ". – К.: НТУУ «КПІ» ВПІ ВПК «Політехніка» – 2014. - №11. – С. 409-414 (0,3 ум. друк. арк.).
16. Гнідіна О.Ю., Зозульов О.В. Ребрендинг торгової марки на споживчому ринку. //Економічний вісник Національного технічного університету України "КПІ". – К.: НТУУ «КПІ» ВПІ ВПК «Політехніка» – 2014. - №11. – С. 390-394 (0,25 ум. друк. арк.).
17. Полторац К.А., Зозульов О.В. Застосування крауд-технологій в маркетинговій діяльності підприємств. //Економічний вісник Національного технічного університету України "КПІ". – К.: НТУУ «КПІ» ВПІ ВПК «Політехніка» – 2014. - №11. – С. 422-429 (0,35 ум. друк. арк.).
18. Зозульов О., Полторац К. Новий підхід до управління в маркетингу. //Маркетинг в Україні. – 2013. - № 5 (80). – С. 48-54 (0,4 ум. друк. арк.).
19. Андрух Д.О., Зозульов О.В. Методичні засади оцінювання доцільності виходу українських виробників промислового вагового обладнання на міжнародний ринок (На прикладі підприємства ТОВ НВК «Союзцветметавтоматика») //Економічний вісник Національного технічного університету України "КПІ". – К.: НТУУ «КПІ» ВПІ ВПК «Політехніка» – 2013. - №10. – С. 59-67 (0,4 ум. друк. арк.).
20. Комісарчик О.Є., Зозульов О.В. Маркетинговий підхід до аналізу конкурентоспроможності безпілотного літального апарату //Економічний вісник Національного технічного університету України "КПІ". – К.: НТУУ «КПІ» ВПІ ВПК «Політехніка» – 2013. - №10. – С. 339-347 (0,4 ум. друк. арк.).
21. Зозульов О.В., Полторац К.А. Роль Інтернет-технологій у процесі узгодження економічних інтересів суб'єктів ринку //Економічний вісник Національного технічного університету України "КПІ". – К.: НТУУ «КПІ» ВПІ ВПК «Політехніка» – 2013. - №10. – С. 399-404 (0,3 ум. друк. арк.).
-

- 
22. Зозульов О., Царьова Т. АТІ-технологія динамічного таргетування //Маркетинг в Україні. – 2013. - № 4 (79). – С. 50-59 (0,4 ум. друк. арк.).
23. Зозульов О. Підмогільна О. Принципи формування маркетингової стратегії: від унітарних до інтегрованих корпоративних маркетингових стратегій //Маркетинг в Україні. – 2013. - № 3 (78). – С. 41-48 (0,3 ум. друк. арк.).
24. Зозульов О. Економічні логіки маркетингових дій //Маркетинг в Україні. – 2012. - № 5 (74). – С. 57-61 (0,3 ум. друк. арк.).
25. Зозульов О.В., Скороход К.О. Процедура оцінювання можливості комерціалізації технології (на прикладі технології прямого відновлення заліза) //Економічний вісник Національного технічного університету України “КПІ”. – К.: НТУУ «КПІ» – 2012. - №9. – С. 193-199 (0,45 ум. друк. арк.).
26. Храпай А.В., Зозульов О.В. Особливості стимулювання продажів на промисловому ринку //Економічний вісник Національного технічного університету України “КПІ”. – К.: НТУУ «КПІ» – 2012. - №9. – С. 379-384 (0,3 ум. друк. арк.).
27. Зозульов О.В. Концептуальні напрямки досліджень внутрішнього маркетингу [Електронне видання] //Проблеми системного підходу в економіці. Випуск 1. – 2012. Режим доступу: [http://www.nbuuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2012\\_1/Zozulyov\\_112.htm](http://www.nbuuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2012_1/Zozulyov_112.htm).
28. Базь О., Зозульов О. Модель споживчої оцінки конкурентоспроможності інноваційного продукту // Економічні науки. Серія «Облік і фінанси». Збірник наукових праць. Луцький національний технічний університет. Випуск 8 (29). – Ч. 2. – Луцьк, 2011. – С. 22-32 (0,3 ум. друк. арк.).
29. Зозульов О.В., Мурга К.А. Специфіка та етапи формування іміджу дилерської послуги. //Економічний вісник Національного технічного університету України “КПІ”. – К.: ЕКМО – 2011. - №8. – С. 346-351 (0,3 ум. друк. арк.).
30. Зозульов О.В. Місце ринкового позиціонування в системі заходів по посиленню конкурентних позицій підприємства. //Економічний вісник Національного технічного університету України “КПІ”. – К.: ЕКМО – 2010. - №7. – С. 166-170 (0,3 ум. друк. арк.).
31. Григораш М. О., Зозульов О.В. Підходи до розвитку брендів компанії. //Економічний вісник Національного технічного університету України “КПІ”. – К.: ЕКМО – 2010. - №7. – С. 159-160 (0,25 ум. друк. арк.).
32. Зозульов О., Григораш М. Корпоративний бренд: сутність та особливості //Маркетинг в Україні. – 2010. - № 2 (60). – С. 36-42 (0,4 ум. друк. арк.).
33. Зозульов О., Гусиніна А. Дворівневий евристично-статистичний підхід до сегментації ринку. //Маркетинг в Україні. – 2010. - № 1 (59). – С. 21-25 (0,25 ум. друк. арк.).
-

- 
- 34.Царьова Т.О., Зозульов О.В. Технологія як економічна категорія. //Економічний вісник Національного технічного університету України "КПІ". – К.: НТУУ „КПІ” – 2009. - №6. – С. 345-351 (0,7 ум. друк. арк.).
- 35.Зозульов О., Микало О. Аутсорсинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах глобалізації. //Економіка України. – 2009. - № 8 (573). – С. 16-24 (0,35 ум. друк. арк.).
- 36.Зозульов О.В. Типи позиціонування товарів і марок на споживчому ринку. //Економічний вісник Національного технічного університету України "КПІ". – К.: НТУУ „КПІ” – 2008. - №5. – С. 224-229 (0,3 ум. друк. арк.).
- 37.Ставська С.М., Зозульов О.В. Економічна оцінка доцільності впровадження ресурсозберігаючих технологій (на прикладі концепції „інтелектуальна будівля”). //Економічний вісник Національного технічного університету України "КПІ". – К.: НТУУ „КПІ” – 2008. - №5. – С. 118-124 (0,3 ум. друк. арк.).
- 38.Зозулёв А.В., Глеевая М.Г. Проблемы определения специфики товарного ассортимента как источника конкурентоспособности предприятия. //Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць. – Дніпропетровськ: ДНУ. – 2008. – Випуск 236. – Том IV. – С. 1008- 1015 (0,25 ум. друк. арк.).
- 39.Зозульов О., Несторова Ю. Бренд як нематеріальний актив у постіндустріальному суспільстві. // Економіка України. – 2008. - № 3 (556). – С. 4-11 (0,4 ум. друк. арк.).
- 40.Зозульов О., Базь М., Царьова Т. Маркетинг як основа інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств. //Маркетинг в Україні. – 2007. - № 4 (44). – С. 33-41 (0,5 ум. друк. арк.).
- 41.Зозульов О.В., Базь М.О. Типи та методи маркетингових досліджень інноваційного продукту. //Економічний вісник Національного технічного університету України "КПІ". – К.: ЭКМО – 2007. - №4. – С. 236-244 (0,6 ум. друк. арк.).
- 42.Солнцев С.А., Зозулёв А.В., Кубышина Н.С. Влияние маркетинговой среды на эффективность выхода украинских предприятий на рынок ЕС. // Вісник Львівської комерційної академії. - Серія економічна, випуск 22. – Львів: Видавництво Львівської комерційної академії. – 2006. – С. 272-278 (0,25 ум. друк. арк.).
- 43.Зозульов О., Несторова Ю. Моделі брендингу: класифікація та стисла характеристика. //Маркетинг в Україні. – 2006. - № 5 (39). – С. 44-49 (0,4 ум. друк. арк.).
- 44.Зозульов О. Стратегії ринкового позиціонування товару на споживчому ринку. // Економіка України. – 2006. - № 10 (539). – С. 43-48 (0,43 ум. друк. арк.).
-



- 
45. Зозульов О.В. Методика ринкового позиціонування. //Економічний вісник Національного технічного університету України "КПІ". – К.: Політехніка – 2006. - №3. – С. 119-124 (0,3 ум. друк. арк.).
46. Зозульов О.В., Парфьонов О.С. Методика визначення оптимальних атрибутів товару. //Економічний вісник Національного технічного університету України "КПІ". – К.: ЕКМО. – 2005. - №2. – С. 321-326 (0,3 ум. друк. арк.).
47. Зозульов О.В., Недашківська О.І. Порівняльна характеристика прямого та опосередкованого методу побудови карт сприйняття. //Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць. – Дніпропетровськ: ДНУ. – 2005. – Випуск 203. – С. 1168- 1175 (0,35 ум. друк. арк.).
48. Зозульов О.В. Проблеми і перспективи стратегічної стабільності підприємства. //Маркетинг в Україні. – 2005. - № 2 (30). – С. 54-57 (0,4 ум. друк. арк.).
49. Зозульов О.В. Вплив митного і податкового регулювання в Україні на маркетингову політику підприємства. //Вісник Сумського державного університету. Серія "Економіка". – Суми: Видавництво СумДУ. – 2004. - №5 (64). – С. 30-36 (0,4 ум. друк. арк.).
50. Зозульов О.В., Луковкіна М.Г. Використання матричних методів аналізу конкурентоспроможності підприємств. //Механізм регулювання економіки. – Суми: ВТД "Університетська книга". – 2003. - №3. – С. 109-117 (0,35 ум. друк. арк.).
51. Зозульов О.В. Маркетингові стратегії обхвату ринку та їх зв'язок з економічними аспектами діяльності підприємства. //Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць. – Дніпропетровськ: ДНУ. – 2003. – Випуск 185. – С. 671- 677 (0,25 ум. друк. арк.).
52. Зозульов О.В. Систематизація заходів для посилення конкурентних позицій підприємств у ринкових умовах. //Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія "Логістика". – Львів: Видавництво Національного університету "Львівська політехніка" – 2003. – № 472. – С. 68-73 (0,25 ум. друк. арк.).
53. Зозульов О. Про посилення конкурентних переваг підприємства. // Економіка України. – 2003. - № 8 (501). – С. 33-38 (0,43 ум. друк. арк.).
54. Зозульов О.В. Система показників рівня попиту на ринку та її зв'язок з маркетинговою стратегією компанії // Маркетинг в Україні. – 2003. - № 2 (18). – С. 22-24 (0,27 ум. друк. арк.).
55. Зозульов О.В., Длігач А.О., Каніщенко О.Л. В очікуванні управлінської революції: актуальні проблеми менеджменту українських підприємств. //Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: економічна. Випуск 56. – Донецьк: ДонНТУ. – 2003. – С. 116-122. (0,5 ум. друк. арк.)
-

- 
56. Зозульов О.В. Огляд мотиваційних теорій, що використовуються у практиці маркетингової діяльності. // Маркетинг в Україні. – 2003. - № 1 (17). – С. 39-43 (0,5 ум. друк. арк.).
57. Богомаз Н.В., Зозульов О.В. Метод інтегральної оцінки ставлення споживачів до торгівельної марки. // Маркетинг в Україні. – 2002. - № 6 (16). – С. 30-33 (0,27 ум. друк. арк.).
58. Зозульов О.В. Основні етапи розробки анкети в процесі маркетингових досліджень. // Маркетинг в Україні. – 2002. - № 5 (15). – С. 34-36 (0,36 ум. друк. арк.).
59. Зозульов О.В. Брендінг та антибрендінг: що вибрати в Україні? // Маркетинг в Україні. – 2002. - № 4 (14). – С. 26-28 (0,3 ум. друк. арк.).
60. Зозульов О., Длігач А., Писаренко Н. Сучасні проблеми менеджменту українських підприємств. // Економіка України. – 2002. - № 6 (487). – С. 41-46 (0,55 ум. друк. арк.).
61. Зозульов О.В. Позиціонування брендів: українські проблеми. // Маркетинг в Україні. – 2002. - № 3 (13). – С. 38-40 (0,26 ум. друк. арк.).
62. Зозульов О.В. Аналіз ставлення споживачів до торгівельної марки: огляд сучасних теорій та підходів. // Маркетинг в Україні. – 2002. - № 1 (11). – С. 4-8 (0,4 ум. друк. арк.).
63. Зозульов О.В. Методика проведення маркетингових досліджень споживчих мотивацій на основі сумісного аналізу. // Стратегія економічного розвитку України: Наук. зб. – Вип. 6. – К.: КНЕУ, 2001. – С. 341-345 (0,25 ум. друк. арк.).
64. Зозульов О.В. Методика інтегральної оцінки сегментів ринку. // Маркетинг в Україні. – 2001. - № 3 (9). – С. 38-41 (0,4 ум. друк. арк.).
65. Зозульов О.В. Сегментація ринку як основа маркетингової стратегії підприємства. // Маркетинг в Україні. – 2000. - № 4 (6) (спецвипуск). – С. 37-38 (0,25 ум. друк. арк.).
66. Зозульов О.В. Мотиваційні маркетингові дослідження: методика розробки пошукових питань. // Маркетинг в Україні. – 2000. - № 2 (4). – С. 21-23 (0,25 ум. друк. арк.).
67. Зозульов О.В. Метод виявлення визначальних елементів мотивацій споживачів та ступень їх усвідомлення за допомогою елементів алгебри висловлювань. // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку (Вісник Державного університету "Львівська політехніка). – 2000. - № 384. – С. 110-115. (0,4 ум. друк. арк.).
68. Зозулёв А.В. Методика разработки анкеты в ходе проведения маркетинговых исследований. // Персонал. – 1999. - № 4. – С. 64-66 (0,25 ум. друк. арк.).
-

- 
- 
69. Зозульов О.В. Моніторинг ринку алкогольних виробів м. Києва. // Маркетинг в Україні. – 1999. - № 2. – С. 11-13. (0,5 ум. друк. арк.).
  70. Зозульов О.В. Джерела вторинної маркетингової інформації в Україні. // Промисловий маркетинг. Теорія та господарські ситуації. – К.: Іван Федоров, 1997. С. 421-429. (0,5 ум. друк. арк.).
  71. Старостіна А.О., Зозульов О.В. Етика в маркетинговій діяльності. // Промисловий маркетинг. Теорія та господарські ситуації. – К.: Іван Федоров, 1997. С. 293-300 (0,37 ум. друк. арк.).
  72. Старостіна А.О., Зозульов О.В. Підприємство по виробництву пакувально-фасувальних ліній. Господарська ситуація. // Промисловий маркетинг. Теорія та господарські ситуації. – К.: Іван Федоров, 1997. С. 389-394 (0,32 ум. друк. арк.).
  73. Старостіна А.О., Зозульов О.В. Інститут електрозварювання ім. академіка Є.О. Патона. Господарська ситуація. // Промисловий маркетинг. Теорія та господарські ситуації. – К.: Іван Федоров, 1997. С. 374-389 (0,32 ум. друк. арк.).

#### **У іноземних виданнях:**

1. Зозулев А.В., Полторак К.А. Особенности трансформации подходов к управлению в маркетинге // Маркетинг в России и за рубежом. Издательство: Финпресс (Москва) ISSN: 1028-5849. - 2013. - №6. - С. 3-10
  2. Zozulyov A. The Technique Of Market Positioning Of The Goods. // The 4<sup>th</sup> International Scientific Conference “Business and Management’ 2006 “, the 14<sup>th</sup> International Scientific Conference “Enterprise Management: Diagnosis, Strategy, Efficiency”. Selected papers (October 5-6, 2006, Vilnius, Lithuania). – Vilnius: VGTU Press “Technicka” – 2007. – pp. 211-214. (0,25 ум. друк. арк.) (Литва)
  3. Зозулёв А., Нестерова Ю. Брендинг в схемах. //Маркетолог. – 2006. - № 11. – С. 9-15. (0,4 ум. друк. арк.) (Росія).
  4. Зозулёв А.В. К вопросу о стратегической стабильности в маркетинговой политике предприятия. // Материалы международной научно-практической конференции «Современный маркетинг: проблемы и перспективы развития» (24-28 января 2005 г.). – Минск: Издательство Белорусского государственного аграрного технического университета – 2005. – С. 37-43 (0,4 ум. друк. арк.) (Білорусія).
  5. Зозулёв А.В. Проблемы и перспективы стратегической стабильности предприятия. //Труды XIII Международной научно-практической конференции «Управление организацией: диагностика, стратегия, эффективность» (7-8 апреля 2005 г.). – Санкт-Петербург: Издательство политехнического университета – 2005. – С. 386-393 (0,4 ум. друк. арк.) (Росія).
  6. Зозулёв А.В. Проблемы и перспективы стратегической стабильности предприятия. //Вестник Брестского государственного технического
- 
-

---

университета. Экономика. – Брест: Издательство Брестского государственного технического университета – 2005. – № 1 (31). – С. 171-173 (0,4 ум. друк. арк.) (Білорусія).

7. Зозулёв А.В. Сегментация рынка: теория и практика. // Маркетолог. – 2002. - № 4 (30). – С. 32-36 (0,5 ум. друк. арк.) (Росія).

#### Додаткові:

1. Зозулёв А.В. К вопросу о сегментировании рынка// Маркетинг и реклама. – 2017. – № 7-8. – С. 56-61. (0,3 ум. друк. арк.).
2. Зозульов О. Афанасьєва К. Розроблення стратегії виведення Інтернет-магазину на промисловий ринок. // Маркетинг в Україні. – 2017. - № 2 (101). – С. 53-61 (0,3 ум. друк. арк.).
3. Домашєва Е, Зозулёв А. Алгоритмизация процесса разработки стратегии выведения на рынок нового для предприятия товара// Маркетинг и реклама. – 2017. – № 5-6. – С. 48-55. (0,25 ум. друк. арк.).
4. Домашєва Є.А., Зозульов О.В. Розроблення стратегії виведення нового для підприємства товару на ринок. // Актуальні проблеми економіки та управління: Зб. наук. праць. – К.: НТУУ „КПІ”. – Вип. 11. – 2017. — Режим доступу: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/102848/97960>
5. Саранчук О.В., Зозульов О.В. Мерчандайзинг у роздрібній торгівлі промисловими товарами. // Актуальні проблеми економіки та управління: Зб. наук. праць. – К.: НТУУ „КПІ”. – Вип. 11. – 2017. — Режим доступу: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/102845/97958>
6. Єремєєва Н.С., Зозульов О.В. Організація електронного бізнесу на ринку ветеринарних препаратів // Актуальні проблеми економіки та управління: Зб. наук. праць. – К.: НТУУ „КПІ”. – Вип. 11. – 2017. — Режим доступу: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/102841/97954>
7. Афанасьєва К.О., Зозульов О.В. Методичні засади виведення інтернет-магазину на промисловий ринок // Актуальні проблеми економіки та управління: Зб. наук. праць. – К.: НТУУ „КПІ”. – Вип. 11. – 2017. — Режим доступу: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/102838/97951>
8. Зозульов О., Василенко А. Схема аналізу поведінки споживачів на промисловому ринку. // Маркетинг в Україні. – 2017. - № 1 (100). – С. 24-31 (0,3 ум. друк. арк.).
9. Зозульов О.В., Царьова Т.О. Процесно-технологічний підхід до формування маркетингової моделі товару // Маркетинг и реклама. – 2017. - № 1 (244). – С. 58-65 (0,4 ум. друк. арк.).
10. Зозульов О., Полторак К. Крауд-технології в управлінні маркетинговими комунікаціями підприємства. // Маркетинг в Україні. – 2016. - № 4 (97). – С. 17-24 (0,3 ум. друк. арк.).
11. Зозульов О.В., Федько С.О. Теоретико-методичні засади формування міжнародних маркетингових стратегій на ринку електронної комерції в

- 
- умовах глобалізації // Маркетинг и реклама. – 2016. - № 7-8 (238-239). – С. 53-59 (0,3 ум. друк. арк.).
12. Зозульов О.В., Столяр М.В. Забезпечення конкурентоспроможності бренду на ринкових сегментах з власною субкультурою // Маркетинг и реклама. – 2016. - № 6 (237). – С. 57-61 (0,3 ум. друк. арк.).
13. Зозульов О.В., Левченко М. Формування омніканальної збутової стратегії // Маркетинг и реклама. – 2016. - № 5 (236). – С. 36-42 (0,35 ум. друк. арк.).
14. Зозулёв А.В., Вайнтрауб Е.А. Новый подход к формированию сервисной политики промышленного предприятия. // Маркетинг и реклама. – 2016. - № 4 (235). – С. 46-51 (0,3 ум. друк. арк.).
15. Домашева Е.А., Зозулёв А.В. Оценивание эффективности маркетинговых Интернет-коммуникаций на основе KPI // Маркетинг и реклама. – 2016. - № 3 (234). – С. 22-27 (0,3 ум. друк. арк.).
16. Зозулёв А.В. К вопросу о методологических основах принятия маркетинговых решений, или почему маркетинг – это наука, а не искусство // Маркетинг и реклама. – 2016. - № 1 (232). – С. 54-60 (0,35 ум. друк. арк.).
17. Зозульов О.В. Ринкові форми торговельної марки, їх соціально-психологічна природа та сутність активів. // Маркетинг и реклама. – 2015. - № 5-8 (226-227). – С. 52-55 (0,35 ум. друк. арк.).
18. Зозулёв А., Еремеева Н. Проблема определения спроса на рынке ветеринарных препаратов // Маркетинг и реклама. – 2015. - № 3-4 (222-223). – С. 42-49 (0,35 ум. друк. арк.).
19. Ткачук А.М., Зозульов О.В. Вплив життєвого циклу фірми на споживчу поведінку на промисловому ринку. // Актуальні проблеми економіки та управління: Зб. наук. праць. – К.: НТУУ „КПІ”. – Вип. 9. – 2015. — Режим доступу до журналу: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/41562>
20. Зозулёв А.В., Ткачук А.Н. Жизненный цикл фирмы и его влияние на потребительское поведение на промышленного предприятия // Маркетинг и реклама. – 2015. - № 2 (221). – С. 40-44 (0,3 ум. друк. арк.).
21. Зозулёв А.В. К вопросу о целесообразности перехода отечественных компаний к формированию интегрированных корпоративных маркетинговых стратегий // Маркетинг и реклама. – 2014. - № 10 (217). – С. 34-40 (0,35 ум. друк. арк.).
22. Зозулёв А.В. Полторак К.А. Управление потребителем в условиях эмерджентной экономики // Маркетинг и реклама. – 2014. - № 7 (214). – С. 36-42 (0,35 ум. друк. арк.).
23. Зозулёв А.В. О необходимости перехода отечественных предприятий к формированию интегрированных корпоративных маркетинговых стратегий. // Маркетинг и реклама. – 2014. - № 5 (212). – С. 57-63 (0,35 ум. друк. арк.).
24. Кувиркова М. В., Зозульов О.В. Формування моделі процесу розширення збуту в каналах дистрибуції для промислових виробників будматеріалів. // Актуальні проблеми економіки та управління: Зб. наук. праць. – К.: НТУУ „КПІ”. – Вип. 8. – 2014. — Режим доступу до журналу: <http://probleconomy.kpi.ua/node/500>
-

- 
25. Зозульєв А.В. Полторак К.А. Краудмаркетинг как современный подход к управлению маркетинговой деятельностью предприятия. // Маркетинг и реклама. – 2014. - № 4 (211). – С. 46-52 (0,35 ум. друк. арк.).
26. Зозульєв А.В. Экономические логики маркетинговых действий. // Маркетинг и реклама. – 2013. - № 12 (207). – С. 66-70 (0,3 ум. друк. арк.).
27. Турбінська Г.В., Костик С.І., Зозульєв О.В. Стан та перспективи розвитку вітчизняного ринку біогазових станцій. // Актуальні проблеми економіки та управління: Зб. наук. праць. – К.: НТУУ „КПІ”. – Вип. 7. – 2013. — Режим доступу до журналу: <http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2013-30.pdf>
28. Цуканова І.В., Зозульєв О.В. Особливості формування інтегрованих маркетингових комунікацій на ринку консалтингових послуг. // Актуальні проблеми економіки та управління: Зб. наук. праць. – К.: НТУУ „КПІ”. – Вип. 7. – 2013. — Режим доступу до журналу: <http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2013-2.pdf>
29. Зуб Т.А., Зозульєв О.В. Просування послуг за допомогою засобів телекомунікації. // Актуальні проблеми економіки та управління: Зб. наук. праць. – К.: НТУУ „КПІ”. – Вип. 7. – 2013. — Режим доступу до журналу: <http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2013-10.pdf> .
30. Базь М.О., Зозульєв О.В. Модель вибору споживачем промислових товарів // Маркетинг и реклама. – 2012. - № 11 (182). – С. 64-69 (0,35 ум. друк. арк.).
31. Черних О.О., Зозульєв О.В. Оцінювання доцільності виведення товару на ринок [Електронне видання] // Актуальні проблеми економіки та управління: Зб. наук. праць. – К.: НТУУ „КПІ”. – Вип. 6. – 2012. — Режим доступу до журналу: <http://probl-economy.kpi.ua/node/261>
32. Кляченко І.О., Зозульєв О.В. Програми лояльності споживачів до бренду [Електронне видання] // Актуальні проблеми економіки та управління: Зб. наук. праць. – К.: НТУУ „КПІ”. – Вип. 6. – 2012. — Режим доступу до журналу: <http://probl-economy.kpi.ua/node/263>
33. Кривов'язя В.С., Зозульєв О.В. Особливості просування консалтингових послуг на промисловому ринку [Електронне видання] // Актуальні проблеми економіки та управління: Зб. наук. праць. – К.: НТУУ „КПІ”. – Вип. 6. – 2012. — Режим доступу до журналу: <http://probl-economy.kpi.ua/node/266>
34. Ву Тхи Туєн, Зозульєв А.В. Управление лояльностью потребителей. // Актуальні проблеми економіки та управління: Зб. наук. праць. – К.: НТУУ „КПІ”. – Вип. 5. – 2011. – С. 74-78 (0,25 ум. друк. арк.).
35. Зозульєв А.В. Рыночное позиционирование в системе мероприятий по усилению конкурентных преимуществ предприятия. // Маркетинг и реклама. – 2010. - № 7-8 (167-168). – С. 96-101 (0,3 ум. друк. арк.).
36. Вітковська Н.С., Зозульєв О.В. Специфіка та основні етапи залучення клієнтів на ринку колокації. // Актуальні проблеми економіки та управління: Зб. наук. праць. – К.: НТУУ „КПІ”. – Вип. 4. – 2010. – С. ?? (0,25 ум. друк. арк.).
-

- 
37. Гусиніна А.В., Зозульов О.В. Методи структурного аналізу споживачів на ринку. // Актуальні проблеми економіки та управління: Зб. наук. праць. – К.: НТУУ „КПІ”. – Вип. 4. – 2010. – С. ?-? (0,25 ум. друк. арк.).
38. Сербін Т.В., Зозульов О.В. Модель побудови бренду торговельного закладу на споживчому ринку. // Актуальні проблеми економіки та управління: Зб. наук. праць. – К.: НТУУ „КПІ”. – Вип. 4. – 2010. – С. ?-? (0,25 ум. друк. арк.).
39. Витковская Н.С., Зозульов А.В. Типы клиентов компании на промышленном рынке. // Маркетинг и реклама. – 2010. - № 5 (165). – С. 66-69 (0,25 ум. друк. арк.).
40. Зозульов О.В., Чупринына А.В. Етапи розробки та впровадження нових послуг. // Сучасні проблеми економіки і підприємництва: Збірник наукових праць. – К.: ІВЦ Видавництво Політехніка. – Випуск 5, частина III. – 2010. – С. 104-108 (0,25 ум. друк. арк.).
41. Зозульов А.В. О методологических основах формирования эффективных маркетинговых решений в бизнесе. // Маркетинговые исследования в Украине. – 2009. - № 5 (36). – С. 82-89 (0,35 ум. друк. арк.).
42. Зозульов О. До питання про методологічну основу формування ефективних маркетингових рішень у бізнесі. // Питання управління бізнесом: зб. ст. / Міжнарод. ін-т менедж.; за ред. М.А. Гольцберга. – К.: ВД „Стилос”. – 2009. – С. 82-90.
43. Гракова М.П., Зозульов О.В. Методи аналізу маркетингових можливостей підприємства. // Актуальні проблеми економіки та управління: Зб. наук. праць. – К.: НТУУ „КПІ”. – Вип. 3. – 2009. – С. 67-68 (0,25 ум. друк. арк.).
44. Єрошова І.В., Зозульов О.В. Маркетингові стратегії на стадії впровадження товару на ринок. // Актуальні проблеми економіки та управління: Зб. наук. праць. – К.: НТУУ „КПІ”. – Вип. 3. – 2009. – С. 71-73 (0,25 ум. друк. арк.).
45. Єрошова І.В., Зозульов О.В. Підходи до визначання „новий товар”. // Сучасні проблеми економіки і підприємництва: Збірник наукових праць. – К.: ІВЦ Видавництво Політехніка. – Випуск 4, частина II. – 2009. – С. 59-63 (0,25 ум. друк. арк.).
46. Мілішенко К.В., Зозульов О.В. Роль відділу маркетингу в підвищенні конкурентоспроможності підприємства. // Сучасні проблеми економіки і підприємництва: Збірник наукових праць. – К.: ІВЦ Видавництво Політехніка. – Випуск 4, частина II. – 2009. – С. 140-143 (0,25 ум. друк. арк.).
47. Зозульов О., Базь М., Царьова Т. Маркетинг як основа інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств. // Вища школа. – 2008. - № 6. – С. 50-68 (0,52 ум. друк. арк.).
48. Зозульов О. Типи позиціонування товарів і марок на споживчому ринку. // Отдел маркетинга. – 2008. - № 7-8. – С. 31-35 (0,27 ум. друк. арк.).
-

- 
49. Зозулєв А, Глєєва М. К вопросу формирования оптимального товарного портфеля компании // Отдел маркетинга. – 2008. - № 6. – С. 60-63 (0,25 ум. друк. арк.).
50. Зозульов О. Типи позиціонування товарів і марок на споживчому ринку. // Вища школа. – 2008. - № 4. – С. 42-50 (0,27 ум. друк. арк.).
51. Нікітенко Т.Г., Зозульов О.В. Сучасні шляхи просування товарів за допомогою Інтернет-мережі. // Актуальні проблеми економіки та управління: Зб. наук. праць. – К.: НТУУ „КПІ”. – Вип. 2. – 2008. – С. 69-72 (0,25 ум. друк. арк.).
52. Войцехова О.С., Зозульов О.В. Класифікація визначень поняття „Конкурентоспроможність продукції”. // Актуальні проблеми економіки та управління: Зб. наук. праць. – К.: НТУУ „КПІ”. – Вип. 2. – 2008. – С. 97-99 (0,2 ум. друк. арк.).
53. Глєєва М.Г., Зозульов О.В. Класифікація методів формування оптимального товарного портфелю компанії. // Актуальні проблеми економіки та управління: Зб. наук. праць. – К.: НТУУ „КПІ”. – Вип. 2. – 2008. – С. 107-111 (0,25 ум. друк. арк.).
54. Зозульов О. Методика ринкового позиціонування товару. // Отдел маркетинга. – 2008. - № 1. – С. 19-23 (0,25 ум. друк. арк.).
55. Ставська С. Зозульов О. Дослідження особливостей маркетингової діяльності підприємства у залежності від етапу життєвого циклу його галузевого ринку (на прикладі ринку інтелектуальних будівель). // Отдел маркетинга. – 2008. - № 2. – С. 54-58 (0,25 ум. друк. арк.).
56. Зозульов О., Базь М., Царьова Т. Маркетинг як основа інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств. // Отдел маркетинга. – 2008. - № 2. – С. 2-11 (0,5 ум. друк. арк.).
57. Зозулєв А.В., Ставская С.М. Исследование особенностей деятельности предприятия в зависимости от этапа жизненного цикла его отраслевого рынка. // Маркетинговые исследования в Украине. – 2008. - № 1 (26). – С. 66-71 (0,25 ум. друк. арк.).
58. Микало О.І., Зозульов О.В. Вибір методів маркетингового дослідження попиту на промисловому ринку. // Актуальні проблеми економіки та управління: Зб. наук. праць. – К.: НТУУ „КПІ”. – Вип. 1. – 2007. – С. 46-47 (0,2 ум. друк. арк.).
59. Зозулєв А. Стратегии рыночного позиционирования товара на потребительском рынке. // Маркетинговые исследования в Украине. – 2007. - № 5 (24). – С. 58-65 (0,3 ум. друк. арк.).
60. Зозулєв А.В., Нестерова Ю.В. Бренд как нематериальный актив в постиндустриальном обществе. // Маркетинговые исследования в Украине. – 2007. - № 2 (21). – С. 38-43 (0,3 ум. друк. арк.).
-



- 
- 
61. Зозулёв А. Методика разработки концепции оптимального товара. //Отдел маркетинга. – 2006. - № 12. – С. 11-14 (0,3 ум. друк. арк.).
  62. Зозулёв А. Стратегии рыночного позиционирования товара на потребительском рынке. //Отдел маркетинга. – 2006. - № 11. – С. 18-23 (0,43 ум. друк. арк.).
  63. Зозулёв А., Нестерова Ю. Модели брендинга: классификация и краткая характеристика. //Отдел маркетинга. – 2006. - № 10. – С. 40-47 (0,4 ум. друк. арк.).
  64. Зозулёв А.В. Кабинетные маркетинговые исследования. //Отдел маркетинга. – 2006. - № 8. – С. 26-27 (0,25 ум. друк. арк.).
  65. Зозулёв А., Базь М. Маркетинговые исследования инновационного продукта. //Маркетинговые исследования в Украине. – 2006. - № 4 (17). – С. 24-34 (0,5 ум. друк. арк.).
  66. Зозулёв А.В. Маркетинговая среда промышленного рынка. //Отдел маркетинга. – 2005. - №11. – С. 2-6 (0,25 ум. друк. арк.).
  67. Зозулёв А.В. Особенности спроса на промышленном рынке. //Отдел маркетинга. – 2005. - №9. – С. 16-20 (0,25 ум. друк. арк.).
  68. Зозульов О. Методика визначання оптимальних характеристик товару. //Маркетинговые исследования в Украине. – 2005. - № 4 (11). – С. 42-47 (0,3 ум. друк. арк.).
  69. Зозулёв А., Недашковская О. Сравнительная характеристика прямого и опосредованного метода построения карт восприятия. //Отдел маркетинга. – 2005. - №3. – С. 27-30 (0,35 ум. друк. арк.).
  70. Зозулёв А. Анализ маркетинговой среды в ходе стратегического планирования. //Маркетинговые исследования в Украине. – 2004. - № 6. – С. 22-30 (0,75 ум. друк. арк.).
  71. Зозулёв А. Исследование потребительских мотиваций на основе первичной маркетинговой информации. //Отдел маркетинга. – 2004. - №10. – С. 22-27 (0,5 ум. друк. арк.).
  72. Зозулёв А. К вопросу об исследовании рыночного спроса. //Маркетинговые исследования в Украине. – 2004. - № 4. – С. 40-53 (0,5 ум. друк. арк.).
  73. Зозулёв А. Современная теория сегментации рынка: краткий обзор современных положений. //Маркетинг и реклама. – 2004. - № 7-8 (95-96). – С. 26-32 (0,5 ум. друк. арк.).
  74. Зозулёв А. Экономические аспекты выбора маркетинговой стратегии охвата рынка. //Отдел маркетинга. – 2004. - №6. – С. 2-4 (0,3 ум. друк. арк.).
- 
-

- 
75. Зозульов О.В. Особливості застосування концепції маркетингу в умовах України. //Економічний вісник Національного технічного університету України "КПІ". – К.: ЕКМО. – 2004. - №1. – С. 333-338. (0,45 ум. друк. арк.).
76. Зозульов А., Клецкова Т. К вопросу об эффективности рекламы торговых марок. //Маркетинговые исследования в Украине. – 2004. - № 3 (4) . – С. 28-37 (0,5 ум. друк. арк.).
77. Зозульов А. Стратегическая стабильность предприятия: прогноз через ретроспективу. //Отдел маркетинга. – 2004. - №3. – С. 2-4 (0,25 ум. друк. арк.).
78. Зозульов О.В., Луковкіна М.Г. Використання матриці Б. Карлефа та С. Естблума для аналізу конкурентоспроможності підприємств. //Маркетинговые исследования в Украине. – 2004. - № 2 (3) . – С. 66-71 (0,35 ум. друк. арк.).
79. Зозульов А. Мотивы потребителей: детерминация и основные прикладные классификации. //Отдел маркетинга. – 2004. - №2. – С. 24-29 (0,58 ум. друк. арк.).
80. Зозульов А., Канищенко Е. Украинские компании и рынок ЕС. //Отдел маркетинга. – 2004. - №1. – С. 2-4 (0,3 ум. друк. арк.).
81. Канищенко О.Л., Зозульов О.В. Маркетингові аспекти дослідження інвестиційної привабливості зарубіжних ринків. //Маркетинговые исследования в Украине. – 2004. - № 1 (2) . – С. 46-50 (0,25 ум. друк. арк.).
82. Зозульов А. Маркетинговые исследования: мифы и реальность. //Отдел маркетинга. – 2003. - №11. – С. 20-24 (0,58 ум. друк. арк.).
83. Зозульов А.В. Налоговое и таможенное регулирование в Украине: маркетинговый аспект. // Маркетинг и реклама. – 2003. - № 12 (88). – С. 32-35 (0,3 ум. друк. арк.).
84. Зозульов А. Отечественные предприятия: необходимость концептуальных перемен. //Отдел маркетинга. – 2003. - №10. – С. 2-4 (0,43 ум. друк. арк.).
85. Зозульов О. Дослідження споживчих мотивацій з використанням елементів алгебри висловлювань. //Маркетинговые исследования в Украине. – 2003. - № 1 (1) . – С. 64 –69 (0,4 ум. друк. арк.).
86. Зозульов А. Уровни формирования брендов в современных условиях. //Отдел маркетинга. – 2003. - №7. – С. 19-22 (0,3 ум. друк. арк.).
87. Зозульов А., Длигач А., Канищенко Е. Компания – воз или паровоз?! //Отдел маркетинга. – 2003. - №2. – С. 2-5 (0,5 ум. друк. арк.).
88. Зозульов О.В. Позиціонування брендів: українські проблеми.// Довідкове видання "Торгові марки та фірмові найменування від "А" до "Я". – К.:
-

---

Українська академія геральдики, товарного знаку та логотипу. – 2003. – С. 38-40 (0,26 ум. друк. арк.).

89. Зозульов О.В. Сегментація ринку як метод посилення конкурентних позицій вітчизняних підприємств. // Збірник наукових праць викладачів і аспірантів факультету менеджменту та маркетингу. – К.: ІВЦ “Політехніка”, 2002. – С. 146-154 (0,4 ум. друк. арк.).
90. Зозульов О.В. Брендінг та антибрендінг: що вибрати в Україні? // М.А.ДЕ. – 2002. - № 6 (12). – С. 47-49 (0,3 ум. друк. арк.).
91. Зозульов О., Пуговкін Д. Методика використання гнучкого методу сегментації споживчого ринку. // Маркетинг и реклама. – 2002. - № 12 (76). – С. 20-22 (0,25 ум. друк. арк.).
92. Зозульов О.В. Місце маркетингу у посиленні конкурентних позицій підприємств. // Маркетинг и Реклама. – 2002. - № 9 (73). – С. 44-47 (0,4 ум. друк. арк.).
93. Зозулёв А.В. Эффективность рекламы торговых марок. Некоторые вопросы усвоения и запоминания потребителем информации о торговой марке. // М.А.ДЕ. – 2002. - № 4 (10). – С. 27-31 (0,5 ум. друк. арк.).
94. Зозулёв А. Крах современной политики формирования брендов. Но выход есть! // Поставщики продовольственных товаров зима-весна 2002. – 2002. – С. 38-40 (0,25 ум. друк. арк.).
95. Зозульов О.В. Сегментація ринку як основа маркетингової стратегії підприємства. // Вестник Международного Соломонова университета. – 2001. - № 6. – С. 120-126 (0,5 ум. друк. арк.).
96. Старостіна А.О., Зозульов О.В. Завод “Супутник”. Кейс // Бизнес образование. – 2001. - № 3. – С. 65-68 (0,3 ум. друк. арк.).
97. Зозульов О.В. Мотиваційні маркетингові дослідження: методика розробки списку пошукових питань. // Бизнес образование. – 2001. - № 3. – С. 23-25 (0,25 ум. друк. арк.).
98. Старостина А.А., Зозулёв А.В., Мазур А.А. Источники маркетинговой информации. // Маркетинг продукции промышленного назначения. Научно-методический сборник. – Национальная академия наук Украины. Институт электросварки им. Е.О. Патона. – Вып. 1. – 1997. – С. 9-20 (0,5 ум. друк. арк.).

---

#### **Тези доповідей та матеріали конференцій**

1. Курочкін О.О., Зозульов О.В. Індекс концентрації (CR) і Херфіндаля-Хіршмана (ННІ) як інструмент аналізу ступеня концентрації на ринку соняшникової олії України // Збірник наукових праць XI Всеукраїнської

- 
- науково-практичної конференції «B2B Маркетинг», 16-17 березня 2017 р. – Київ: НТУУ «КПІ» - 2017. – С. 94-96.
2. Афанасьєва К., Зозульов О.В. Предумови виведення інтернет-магазину на промисловий ринок автозапчастин// Тези VIII регіональної науково-практичної конференції «Маркетинг очима молоді», 17 травня 2017 р. – Хмельницький: Хмельницький національний університет – 2017. - С. 57-58.
  3. Домашєва Є.А., Зозульов О.В. Визначення стратегії виведення нового для підприємства товару на ринок // Тези VIII регіональної науково-практичної конференції «Маркетинг очима молоді», 17 травня 2017 р. – Хмельницький: Хмельницький національний університет – 2017. - С. 61-64.
  4. Кофанов О.Є., Зозульов О.В. Аналіз теоретичного підґрунтя маркетингового забезпечення стартап-проектів. //Збірник тез доповідей VI Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні питання організації та управління діяльністю підприємств у сучасних умовах господарювання», 17 листопада 2016 р.: електронне видання – Харків: Національна академія Національної гвардії України – 2016. - С. 130-134. Режим доступу: <http://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/11/113.pdf>
  5. Кофанов О.Є. Зозульов О.В. Стартап-проекти як основа формування економіки на засадах сталого розвитку. //Тези Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сталий розвиток країни в рамках Європейської інтеграції», 27 жовтня 2016 р. – Житомир: ЖДТУ – 2016. - С. 113.
  6. Зозульов О.В., Царьова Т.О. Технологічний аудит як складова інноваційного розвитку підприємства // Збірник тез доповідей X Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу» 29 вересня – 1 жовтня 2016 р. – Суми, ФОП Ткачов О.О. – 2016. - С. 92-93
  7. Зозульов О.В., Царьова Т.О. Модель товару як технології задоволення потреб // Маркетинг і цифрові технології: зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф. 26-27 травня 2016 р. – Одеса, ТЕС. – 2016. - С. 67-69
  8. Домашєва Є.А., Зозульов О.В., Царьова Т.О. Підходи та системи оцінювання ефективності маркетингових Інтернет-комунікацій // Маркетинг і цифрові технології: зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф. 26-27 травня 2016 р. – Одеса, ТЕС. – 2016. - С. 60-62
  9. Зозульов О.В., Шабан К.С. Маркетингова інноваційна політика в інноваційному процесі підприємства// Збірник тез доповідей IX Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу» 24-25 вересня 2015 р. – Суми, ФОП Ткачов О.О. – 2015. - С. 75-77.
  10. Зозульов О.В., Полторак К.А. Класифікація маркетингових комунікацій в епоху крауд-технологій // Матеріали четвертої міжнародної науково-практичної конференції «Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики» (Одеса, 18 вересня 2015 р., ОНЕУ) – Одеса, Атлант. – 2015. - С. 218-220.
-

- 
11. Зозульов О.В. Особливості ринкового репозиціонування закладів громадського харчування // Тези доповідей VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Сучасні економічні системи: стан та перспективи» (Хмельницький, 14-15 травня 2015 р.). – Хмельницький: ХКТЕІ – 2015. – С. 305-306. Режим доступу: <http://www.xktei.km.ua/files/zbir2.pdf>
  12. Зозульов О.В., Шабан К.С. Маркетингова інноваційна політика в емерджентних системах // Тези доповідей X Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг та логістика в системі менеджменту» (Львів, 6-8 листопада 2014 р.). – Львів: Видавництво Львівської політехніки, – 2014. – С. 139-141.
  13. Царьова Т.О., Зозульов О.В. Оцінювання потенціалу комерціалізації технології. // Тези доповідей X Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг та логістика в системі менеджменту» (Львів, 6-8 листопада 2014 р.). – Львів: Видавництво Львівської політехніки, – 2014. – С. 396-397.
  14. Зозульов О.В., Полторак К.А. Двуконтурна модель комунікаційного впливу в мережі Інтернет. // Маркетинг і цифрові технології: зб. матеріалів I Міжнародної науково-практичної конференції 29-30 травня 2014 р. – Одеса: ТЕС – 2014. – 59-61.
  15. Зозульов О.В., Царьова Т.О. Технологічний аудит цифрових технологій: підходи до проведення // Маркетинг і цифрові технології: зб. матеріалів I Міжнародної науково-практичної конференції 29-30 травня 2014 р. – Одеса: ТЕС – 2014. – 62-63.
  16. Зозульов О.В., Царьова Т.О. Історія розвитку технологічного аудиту: від акцентів на виробництво до акцентів на потреби // Економіка і менеджмент – 2013: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: збірник наукових праць Міжнар. наук.-практ. конференції 24-25 квітня 2014 р. : у 6 томах. – Дніпропетровськ : Біла К.О. – 2014. – Том 2 (Проблеми та перспективи розвитку системи управління в умовах інтеграції). С. 49-51.
  17. Зозульов О.В. Ринкове позиціонування у формуванні активів торгової марки. // Тези доп. VII Міжнар. наук.-практ. конференції «Реклама: інтеграція теорії та практики» (Київ, 18 грудня 2013 р.). – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – 2013. – 68-70.
  18. Зозульов О.В., Царьова Т.О. Засади динамічного таргетування. // Збірник тез доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу» (Суми, 26-28 вересня 2013 р.). – Суми: ТОВ «ДД «Папірус» – 2013. – С. 92-93.
  19. Зозульов О.В., Царьова Т.О. Техніка динамічного таргетування. // Тези II Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингова освіта в Україні» (Київ, 10-12 жовтня 2013 р.). – Київ: КНЕУ, – 2013. – С. 23-26.
  20. Зозульов О.В. Основні економічні логіки маркетингових дій // Тези доповідей IX Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг та логістика в системі менеджменту» (Львів, 8-10 листопада 2012 р.). – Львів: Видавництво Львівської політехніки, – 2012. – С. 152-153.
-

- 
21. Зозульов О.В., Базь М.О. Модель споживчого вибору інноваційного продукту. // Тези V Всеукраїнської науково-практичної конференції «Реклама в Україні: інтеграція теорії та практики» (Київ, 18 листопада 2011 р.). – Київ: КНТЕУ, – 2011. – С. 81-83.
  22. Зозульов О.В., Царьова Т.О. Актуальні проблеми технологічного обміну України. // Тези Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингова освіта в Україні» (Київ, 20-21 жовтня 2011 р.). – Київ: КНЕУ, – 2011. – С. 27-29.
  23. Зозульов О.В. Ринкове позиціонування в системі заходів по посиленню конкурентних позицій підприємства. // Тези доповідей VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг та логістика в системі менеджменту» (Львів, 4-6 листопада 2010 р.). – Львів: Видавництво Львівської політехніки, – 2010. – С. 185-187.
  24. Зозульов О.В. Ринкове позиціонування в системі заходів по посиленню конкурентних позицій підприємства. // Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції «Управління розвитком підприємництва в сучасних умовах» (Севастополь, 6-9 жовтня 2010 р.). – Сімферополь: ДИАЙПИ, – 2010. – С. 116-118.
  25. Зозульов О.В., Кубишина Н.С. Маркетингові дослідження інноваційного продукту. // Тези доповідей Міжнародного науково-практичного бізнес-форуму «Бізнес і наука: вектори співпраці» (Крим, смт. Партеніт, 18-22 травня 2009 р.). – Сімферополь, – 2009. – С. 120-121.
  26. Зозульов О.В. Типи позиціонування товарних марок на споживчому ринку. // Тези доповідей IX Міжнародної конференції «Маркетинг в Україні» (Київ, 20-21 листопада 2008 р.). – Київ: Українська Асоціація Маркетингу, – 2008. – С. 49-50.
  27. Язвінська Н., Зозульов О., Боклан Н. Маркетинговий інструментарій забезпечення сталого розвитку підприємств: управління взаємовідносинами зі споживачами // Збірник тез доповідей II Міжнародного науково-практичного семінару з міжнародною участю «Актуальні проблеми забезпечення економічної безпеки України» (Тернопіль, 16-18 грудня 2008 р.). – Тернопіль – 2008. – С. 265-267.
  28. Зозульов О.В. Типи позиціонування товарних марок на споживчому ринку. // Тези доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг та логістика в системі менеджменту» (Львів, 9-11 листопада 2008 р.). – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», – 2008. – С. 165-166.
  29. Зозульов А.В., Мыкало А.И. Аутсорсинг – продукт глобальной экономики // Materialy IV mezinarodni vedecko-prakticka conference “Efektivni nastroje modernich ved -2008” – Dil 5. Economicke vedy: Praha. Publishing House “Education and Science” s.r.o., 2008. - С. 40-44.
-

- 
30. Зозульов О.В., Базь М.О., Царьова Т.О. Маркетинг як основа інноваційної діяльності українських підприємств в сучасних умовах // Матеріали XVI Міжнародної науково-практичної конференції „Управління підприємством: діагностика, стратегія, ефективність”, Таллінн, Естонія, , 10-11 квітня 2008 р. – К.: ВПІ „Політехніка” , 2008. - С. 79-81.
31. Zozul`ov A. The technique of market positioning of the goods // International scientific conference “Economics and Management - 2007”, 2007, 19-20 April. – Kaunas, Lithuania (електронний варіант).
32. Zozul`ov A., Nesterova J. Brand as the non-material active in the postindustrial society // International scientific dual-conference “Towards knowledge-based economy” & “Enterprise management: diagnostics, strategy, effectiveness”: Conference Proceedings, 2007, 12-13 April. – Riga: RTU Publishing House, 2007. – p. 191.
33. Зозульов О.В. Класифікація стратегій ринкового позиціонування товару на споживчому ринку. //Матеріали II Международной научно-практической конференции «Ключевые аспекты научной деятельности – «2007». Том 1. – Экономические науки. – г. Днепропетровск: Наука и образование, 2007. – С. 91-92.
34. Зозульов О.В. Визначення типу позиціонування торговельної марки. //Тези доповідей VI Міжнародної науково-практичної конференції “Маркетинг та логістика в системі менеджменту” (Львів, 9-11 листопада 2006 р.). – Львів: Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, – 2006. – С. 112-113.
35. Zozulyov A. The basic stages of market positioning of the goods. // 4<sup>th</sup> International Scientific Conference BUSINESS AND MANAGEMENT; 14<sup>TH</sup> International Scientific Conference ENTERPRISE MANAGEMENT: DIAGNOSIS, STRATEGY, EFFICIENCY (5-6 October 2006). CONFERENCE PROCEEDINGS. Vilnius: Technika, 2006. – p. 181-182.
36. Зозулёв А.В. К вопросу о стратегической стабильности предприятия. //Труды XIII Международной научно-практической конференции «Управление организацией: диагностика, стратегия, эффективность» (7-8 апреля 2005 г.). – Санкт-Петербург: Издательство политехнического университета – 2005. – С. 384-386.
37. Зозулёв А.В. К вопросу о стратегической стабильности предприятия. //Тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції “Маркетинг та логістика в системі менеджменту” (Львів, 7-9 жовтня 2004 р.). – Львів: Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, – 2004. – С. 108-110.
38. Зозулёв А.В. Стратегическая стабильность предприятия: ретроспективный анализ теорий. // Материалы XII Международной научно-практической конференции “Управление организацией: диагностика, стратегия,
-

---

эффективность” (Москва, 15-16 апреля 2004 г.). – Москва: Издательский дом “МЕЛАП”, - 2004. – С. 25-27.

39. Зозульов О.В., Діброва Т.Г. Маркетингові стратегії обхвату ринку та їх зв'язок з економічними аспектами діяльності підприємства. //Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції “Сучасні проблеми економіки підприємства” (Дніпропетровськ, 5 грудня 2003 р.) – Дніпропетровськ: Наука і освіта, – 2003. – С. 125-127.
40. Зозульов О.В., Канищенко О.Л. Маркетингові аспекти дослідження інвестиційного клімату. //Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції “Проблеми формування та реалізації інвестиційної стратегії господарюючого суб'єкту” (Дніпропетровськ, 12-13 грудня 2002 р.). – Дніпропетровськ: Наука і освіта, – 2002. – С. 155-157.
41. Зозульов О.В. Менеджмент та маркетинг в системі заходів по посиленню конкурентних позицій українських підприємств. //Тези доповідей IV Міжнародної науково-практичної конференції “Маркетинг та логістика в системі менеджменту” (Львів, 7-9 листопада 2002 р.). – Львів: Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, – 2002. – С. 135-136.
42. Зозулёв А.В. Методика разработки поисковых вопросов при проведении мотивационных маркетинговых исследований. //Матеріали VI міжнародної науково-практичної конференції “Теорія управління організацією: стан та перспективи” (6-7 квітня 2000 року). – Київ – Трускавець: НТУУ “КПІ”, КНЕУ, ДДПУ, - 2000. – С. 69-70.
43. Старостіна А.О., Зозульов О.В. Особливості проведення маркетингових досліджень промислової продукції в Україні. //Міжнародна науково-практична конференція “Сучасний менеджмент та маркетинг: теорія та практика, проблеми підготовки фахівців”. – К.: КДЕУ, - 1996. – С. 40.
44. Старостина А.А., Зозулёв А.В. Роль маркетинговых исследований в разработке новых технологий. // Новые технологии и маркетинг в литейном производстве. Тезисы докладов конференции 10-12 октября 1995 г. – К.: Знание, - 1995 г. – С. 59.

#### **Доповіді на конференціях**

1. Зозульов О.В., Канищенко О.Л. Організаційні та фінансові фактори маркетингової привабливості бізнесу: аналіз попиту. //Материалы международной научно-практической конференции молодых ученых “Актуальные проблемы финансового менеджмента на предприятиях” – Донецк: Донецкий национальный технический университет. – 2003. – С. 222-226 (0,27 ум. друк. арк.).



---

---

### **Конференції, доповіді на яких опубліковані у фахових виданнях**

1. Первая международная конференция “Проблемы современной экономики и институциональная теория”, 27-28 января 2003 г., Донецк.

### **Інтерв'ю**

1. Маркетинг: необходимость перемен. //Отдел маркетинга. – 2004. - №12. – С. 22-23 (0,25 ум. друк. арк.).

### **Привітальні слова**

2. Маркетинг и реклама. № 100. С. 6.