

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Запорізька політехніка»
Наукова бібліотека

Електронна торгівля в умовах цифровізації економіки

Рекомендаційний покажчик літератури

Запоріжжя

2021

Електронна торгівля в умовах цифровізації економіки: рекомендаційний бібліографічний показник / укладач К. В. Мозгова. – Запоріжжя : НБ НУ «ЗП», 2021 – 50 с.

Бібліографічний показник складено за матеріалами книг, статей з журналів, інтернет-ресурсів українською, російською та англійською мовами за 2016-2021 роки (377 назв).

Укладач К. В. Мозгова

Комп'ютерний набір К. В. Мозгова

Стрімкий технологічний розвиток у сфері електроніки та кібернетики став передумовою інтенсивного нарощення процесів інформатизації усіх сфер народного господарства. Формування інформаційного суспільства призвело до виходу інформаційно-комунікаційних технологій на новий рівень, що дозволяє вирішувати складні економічні завдання як для окремих комерційних структур так і в загальнодержавному масштабі. При цьому значна частина економіки бізнесу стають електронними і переміщуються у глобальне середовище мережі Internet.

Одним із засобів здійснення і підтримки процесів інформатизації в економічному середовищі є електронна торгівля, яка дає змогу максимально ефективно здійснювати комерційні операції, оперативно реагувати на зміни ринку товарів та послуг, розширювати сфери впливу комерційних суб'єктів та посилювати їх конкурентні переваги.

Тому формування системи знань та навичок з електронної комерції на сьогоднішній день є важливим завданням підготовки майбутніх висококваліфікованих спеціалістів.

Мета запропонованого бібліографічного показника «Електронна торгівля в умовах цифровізації економіки» полягає у розкритті суті, змісту та ролі електронної торгівлі в сучасному секторі світової та вітчизняної економіки. Розглянуто інструментарій електронної торгівлі на базі глобальної мережі Internet-маркетингу, сфери та основні принципи ведення електронної комерції. Показник призначений для викладачів та студентів вищих навчальних закладів. Може бути корисним для комерсантів-практиків з метою підвищення кваліфікації у сфері електронної комерції.

До показника входять книги, статті періодики та електронні ресурси, які є в бібліотеці університету за період з 2016 по 2021 рік українською, російською та англійською мовами.

Матеріал розміщено за розділами, всередині кожного розділу – за алфавітом авторів та заголовків.

1. Теоретично-методологічні засади формування інтернет-маркетингу

1. Алиев Р. Вся работа в соцсетях направлена на повышение лояльности аудитории / Р. Алиев // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 7-8 (274-275). – С. 70-71.
2. Артюхова О. Карантин та криза стали мотиваційними поштовхами передивитися наші диджитал-активності : [інтернет-маркетинг] / О. Артюхова // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 7-8 (286-287). – С. 62-63.
3. Артющенко В. Роль реалізації концепції цифрового маркетингу при виході на міжнародний ринок / В. Артющенко, І. Окландер, Д. Горбунов // Маркетинг в Україні. – 2016. – № 5 (98). – С. 52-55.
4. Баловсяк Н. Сколько performance в вашем digital: эффективность интернет-рекламы и ее основные показатели / Н. Баловсяк // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 5 (284). – С. 34-36.
5. Бармотина К. Партнерский маркетинг - тайное оружие рынка e-commerce : [продажи в интернет] / К. Бармотина // Маркетинг и реклама. – 2018. – № 11-12 (266-267). – С. 32-34.
6. Бармотина К. Современный Email-маркетинг: курс на сегментирование и персонализацию / К. Бармотина // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 4 (271). – С. 18-19.
7. Бебик А. Нині в тренді й добре працює community-маркетинг : [community-маркетинг – это продвижение товаров и услуг через сообщество, которое готово рекомендовать вас как надежного партнера] / А. Бебик // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 7-8 (274-275). – С. 82-84.
8. Белікова Ю. Вплив розширення кнопки "LIKE" FACEBOOK на оцінювання ефективності СММ кампанії : [СММ кампанія - соціальна медіа маркетингова кампанія] / Ю. Белікова // Маркетинг в Україні. – 2016. – № 3 (96). – С. 13-17.
9. Благирев А. Будущее наступило и правят тут - данные : [новые информационные технологии в экономике и маркетинге] / А. Благирев // Банковский менеджмент. – 2016. – № 3. – С. 23-25.

10. Близнюк В. Віральні механіки в smm-стратегіях підприємств : [технології вірусного маркетингу] / В. Близнюк // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 9 (276). – С. 34-38.
11. Бржезицкий Д. Инновационная маркетинговая стратегия SEE-THINK-DO-CARE 2017 : [интернет-продажи] / Д. Бржезицкий // Маркетинг в Україні. – 2016. – № 6 (99). – С. 45-47.
12. Бржезицкий Д. Рабочий интернет-маркетинг в 2016 году : [поиск товаров в онлайн, а покупка офлайн] / Д. Бржезицкий // Маркетинг в Україні. – 2016. – № 5 (98). – С. 25-27.
13. Бузов А. Карантин подарил нам время на процессы и настройку работы инструментов : [интернет-маркетинг] / А. Бузов // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 7-8 (286-287). – С. 54-55.
14. В 2018 году потребление видео онлайн достигнет одного часа в день : [интернет-реклама, прогноз Zenith по потреблению видео онлайн] // Маркетинговые исследования в Украине. – 2018. – № 5 (90). – С. 26-27.
15. Васильева О. Основной современный тренд в бренд-коммуникациях - диджитализация / О. Васильева // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 3 (270). – С. 28-30.
16. Васильева О. При выборе социальной сети нужно руководствоваться характеристиками вашей целевой аудитории / О. Васильева // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 7-8 (274-275). – С. 46-47.
17. Венгер Е. Сделать маркетинг "на удаленке" эффективным способен только слаженная работа всех! : [интернет-маркетинг] / Е. Венгер // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 7-8 (286-287). – С. 44-46.
18. Венгер Е. Спецпроекты в Инстаграм - ключевой тренд 2018 года : [маркетинговые тренды] / Е. Венгер // Маркетинг и реклама. – 2018. – № 1 (256). – С. 58-59.
19. Верещинская Т. Как таргетированная реклама укрепляет стереотипы / Т. Верещинская // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 7-8 (274-275). – С. 48-51.
20. Використання мобільних додатків під час пандемії COVID-19 зросло на 40 % // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 7-8 (286-287). – С. 58-61.

21. Винокурова Н. Как собрать команду для разработки OMNI-канального решения? : [омниканальность — маркетинговый термин, обозначающий взаимную интеграцию разрозненных каналов коммуникации в единую систему. Создание команды для обеспечения плавного запуска проекта] / Н. Винокурова // Маркетинг и реклама. – 2018. – № 1 (256). – С. 60-62.
22. Волошина Н. Маркетинг "на удаленке" - довольно сложная практика : [интернет-маркетинг для сувенирной продукции] / Н. Волошина // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 7-8 (286-287). – С. 48-50.
23. Восемь вопросов, которые стоит задать себе организатору гибридного ивента : [технологии онлайн и офлайн событийного маркетинга] // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 12 (291). – С. 44-46.
24. Восемь тактик в социальных сетях, которые помогут повысить конверсии : [технологии привлечения клиентов] / kissmetrics. com // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 7-8 (274-275). – С. 25-27.
25. Гавриш О. Массовая онлайнизация : [интернет-торговля, интернет-реклама] / О. Гавриш // Новое время. – 2016. – № 31 (112). – С. 30-33.
26. Галпин Д. Маркетинг меняет ориентацию : [онлайн- и мобайл-маркетинг] / Д. Галпин // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 2 (233), февраль. – С. 54-55.
27. Гамова І. Автоматизовані підсистеми управління маркетинговою діяльністю підприємств електронної торгівлі / І. Гамова // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2017. – № 3 (113). – С. 82-93.
28. 005 Л89 Горбаль Н. І. Особливості та тенденції розвитку мобільного маркетингу / Н. І. Горбаль, М. М. Куян, Ю. О. Горбаль // "Львівська політехніка" національний університет. Вісник... : збірник наук. праць. № 851. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів, 2016. – С. 12-20.
29. Гриник Н. Про ключові тренди мобільного маркетингу у 2020 р. / Н. Гриник // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 1 (280). – С. 34-37.
30. Грушевский Д. Диджитал маркетинг обеспечивает продвигаемому бренду взаимодействие с покупателем / Д. Грушевский // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 7-8 (238-239). – С. 34-35.

31. Даниленко М. Пошуковий маркетинг готелів / М. Даниленко // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2018. – № 3 (119). – С. 90-102.
32. Девять ошибок маркетинга, которые могут стоить вам больших денег : [выбор четких целей для продвижения товара на рынок] // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 11-12 (242-243). – С. 50-55.
33. Девять трендов в маркетинговых исследованиях // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 11 (278). – С. 56-62.
34. 10 законов SMM-маркетинга: чего от вас ждут клиенты / <https://geniusmarketing.me> // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 7-8 (274-275). – С. 74-81.
35. Десять секретов успеха компании в социальных сетях : [сервис для работы в соцсетях PubliBox дает советы новичкам] // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 1 (268). – С. 68-70.
36. 10 трендов в дизайне E-mail- рассылок в 2016 году // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 10 (241). – С. 40-45.
37. Домашева Е. А. Оценивание эффективности маркетинговых интернет-коммуникаций на основе KPI : [предложена система ключевых показателей эффективности (KPI) для измерения поставленных целей организации] / Е. А. Домашева, А. В. Зозулев // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 3 (234), март. – С. 22-27.
38. Дубовик Т. В. Інформаційно-комунікаційні технології в торговельному маркетингу / Т. В. Дубовик, І. О. Бучацька // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 4 (235). – С. 36-40.
39. Ефимец С. Топ-5 трендов контент-маркетинга, которые станут ведущими в 2017 году / С. Ефимец // Маркетинг в Україні. – 2016. – № 6 (99). – С. 38-39.
40. Зинкевич А. Разработка маркетинговой стратегии для компаний B2B и SaaS: пошаговое руководство / А. Зинкевич // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 7-8 (274-275). – С. 58-69.
41. Злобин И. Тенденции маркетинга в социальных сетях меняются каждый год / И. Злобин // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 7-8 (274-275). – С. 44-45.

42. Зозульов О. Особливості нейромаркетингу та актуальність використання айтрекінгу при тестуванні сторінок : [нейромаркетингові технології в інтернет-маркетингу] / О. Зозульов, О. Москаленко // Маркетинг в Україні. – 2018. – № 1 (106). – С. 29-36.
43. Зозульов О. Розроблення стратегії виведення інтернет-магазину на промисловий ринок / О. Зозульов, К. Афанасьєва // Маркетинг в Україні. – 2017. – № 2 (101). – С. 53-61.
44. Зозульов О. В. Теоретично-методологічні засади формування міжнародних маркетингових стратегій на ринку електронної комерції в умовах глобалізації / О. В. Зозульов, С. О. Федько // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 7-8 (238-239). – С. 53-59.
45. Зюзиков А. Как добавить магазин на страницу в Facebook / А. Зюзиков // Маркетинг в Україні. – 2016. – № 5 (98). – С. 32-41.
46. Зюзиков А. Как легко создать рекламу в инстаграм за 5 шагов / А. Зюзиков // Маркетинг в Україні. – 2016. – № 1-2 (94-95). – С. 66-73.
47. Зюзиков А. Прямые эфиры - тренд маркетинга на Facebook / А. Зюзиков // Маркетинг в Україні. – 2016. – № 4 (97). – С. 33-37.
48. Интернет-реклама не работает, если... : [системные проблемы при развитии интернет-маркетинга] // Маркетинг и реклама. – 2017. – № 4 (247). – С. 42-44.
49. Исследование использования языка эмодзи (психологический аспект) // Маркетинговые исследования в Украине. – 2016. – № 1 (74), янв.-февр. – С. 32-36.
50. Исследование мирового рынка Digital-видеорекламы // Маркетинговые исследования в Украине. – 2016. – № 1 (74), янв.-февр. – С. 38-40.
51. Как грамотно продвигать компанию в соцсетях: шпаргалка для маркетолога : [рекомендации компании Stylus.ua // Маркетинг в Україні. – 2020. – № 6 (123). – С. 32-33.
52. Как преодолеть крупнейшие SMM-вызовы : [продвижение брендов в соцсетях] // Маркетинг и реклама. – 2018. – № 7-8 (262-263). – С. 62-69.

53. Как рассчитать ROI рекламных кампаний в социальных сетях : [ROI - return on investment - окупаемость своих инвестиций] / Genius Marketing // Маркетинг и реклама. – 2017. – № 2-3 (245-246). – С. 52-55.
54. 658.7 Л89 Касян С. Я. Взаємодія е-логістики та маркетингових комунікацій високотехнологічних підприємств у площині дистрибуції до споживачів / С. Я. Касян // "Львівська політехніка" національний університет. Вісник... : збірник наук. праць. № 863. Логістика. – Львів, 2017. – С. 68-76.
55. Катрулина А. Сбор данных в ходе проведения публичных консультаций : [технологии интернет-маркетинга] / А. Катрулина // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 11 (290). – С. 26-30.
56. Кац Э. Королем любого маркетинга остается контент! : [интернет-маркетинг] / Э. Кац // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 4 (271). – С. 22-23.
57. Кац Э. Надо учиться говорить с клиентом на понятном ему языке : [интернет-маркетинг] / Э. Кац // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 1 (268). – С. 30-31.
58. Кінас І. О. Інтернет-маркетинг та його роль у формуванні маркетингової стратегії підприємства : [інструменти трафік-менеджменту] / І. О. Кінас. - Електронні дані // "Ефективна економіка". - Дніпро, 2021. - № 4. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8812/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 24.09.2021. - Бібліогр.: 8 назв.
59. Кликабельность рекламы на Facebook во втором квартале упала на 5 % // Маркетинговые исследования в Украине. – 2016. – № 4 (77). – С. 59-61.
60. Козловский М. Зачем интернет-магазину фулфилмент? / М. Козловский ; по материалам <https://b2epl.ru/> // Логистика: проблемы и решения. – 2020. – № 5 (90). – С. 28-31.
61. Колодий У. SMM - это очень эффективное направление маркетинга : [SMM - Social Media Marketing] / У. Колодий // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 7-8 (274-275). – С. 52-54.
62. Колядюк Р. Три причины, почему on-line-маркетингу требуется поддержка методов off-line / Р. Колядюк // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 7-8 (286-287). – С. 20-27.

63. Контент-маркетинг: стратегія і тактика / Н. Савицька, В. Михайлова, К. Полевич, В. Декадіна // Маркетинг в Україні. – 2018. – № 6 (111). – С. 45-51.
64. 004.73 К66 Кордзая Н. Р. Основи інтернет-маркетингу : навчальний посібник. Ч. 1 / Н. Р. Кордзая. – Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2019. – 184 с.
65. Корнилов Д. Омниканальность в маркетинге : [маркетинговые коммуникации] / Д. Корнилов // Маркетинг и реклама. – 2018. – № 2-3 (257-258). – С. 44-45.
66. Коршевнюк Л. Email-маркетинг в Украине находится на стадии перелома / Л. Коршевнюк // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 4 (271). – С. 20-21.
67. Костянчук К. В. Дослідження доцільності виведення на ринок нового товару : [маркетингові дослідження доцільності виведення на ринок електричних модулів теплопостачання] / К. В. Костянчук, О. В. Зозульов // Маркетинг и реклама. – 2018. – № 9 (264). – С. 46-53.
68. Кофман В. Социальные сети - идеальное место для соблазнения потребителя / В. Кофман // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 7-8 (274-275). – С. 55-57.
69. Кравченко В. Нас ожидает гибридная модель организации ивентов : [технологии ивент-маркетинга в онлайн и офлайн] / В. Кравченко // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 12 (291). – С. 30-31.
70. Кравченко В. Нужно хорошо разбираться в работе соцсетей и активно работать вместе с SMM-специалистами : [для достижения маркетинговых целей. SMM - Social Media Marketing] / В. Кравченко // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 7-8 (274-275). – С. 28-31.
71. Кравчук В. Digital-маркетинг: проблемы и перспективы внедрения в бизнес-процессы / В. Кравчук // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 7-8 (238-239). – С. 40-42.
72. Крупные бренды предпочитают использовать мемы при общении с поколением Z // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 1 (280). – С. 41.
73. Крыжановская А. Взаимоотношения с блогерами: как нужно и не нужно их строить / А. Крыжановская // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 11 (290). – С. 35-37.

74. Куденко Е. Контент-маркетинг - один из базовых инструментов любого SMM-специалиста : [SMM - Social Media Marketing] / Е. Куденко // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 7-8 (274-275). – С. 32-33.
75. Кутовой Д. Для успеха компании требуется сильная команда : [интернет-маркетинг] / Д. Кутовой // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 7-8 (286-287). – С. 40-42.
76. Левченко С. Сопровождение онлайн-бизнеса: в поисках идеальной команды : [подбор персонала в компанию] / С. Левченко // Маркетинг и реклама. – 2017. – № 5-6 (248-249). – С. 56-57.
77. Летик В. Маркетинг "на удаленке" - это использование всего ассортимента современных инструментов! / В. Летик // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 7-8 (286-287). – С. 30-32.
78. 658.8 Л64 Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг : навчальний посібник / І. Л. Литовченко, В. П. Пилипчук. – Київ : Центр учбової літератури, 2017. – 184 с.
79. Лищук Ю. Маркетологи XXI века : [практика меркетинга] / Ю. Лищук // Маркетинг и реклама. – 2018. – № 7-8 (262-263). – С. 30-32.
80. Лядский И. Маркетинг 4.0. Украинские реалии : [1.0 - маркетинг товара, 2.0 - маркетинг потребителя, 3.0 - маркетинг ценностей. Суть маркетинга 4.0 - глобализация социума, активная вовлеченность в Интернет] / И. Лядский // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 5 (284). – С. 14-16.
81. Лядский И. Наиболее перспективен инструментарий digital-маркетинга / И. Лядский // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 11 (278). – С. 22-23.
82. Лях А. Все медиа в скором времени будут оцифрованы, персонализированный маркетинг победит / А. Лях // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 10 (289). – С. 18-21.
83. Мазаракі А. Інтернет-маркетинг у готельному бізнесі / А. Мазаракі, С. Мельниченко, М. Даниленко // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2018. – № 5 (121). – С. 46-58.

84. Мазура Е. Социальные сети не могут быть основным или единственным источником информации в маркетинговых исследованиях / Е. Мазура // Маркетинговые исследования в Украине. – 2018. – № 4 (88). – С. 32-33.
85. Малец В. Инфлюенс-маркетинг в период праздников : [интернет-маркетинг в социальных сетях] / В. Малец // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 11 (290). – С. 44-49.
86. Малыш А. 2018 год станет годом аналитики и омниканальных коммуникаций : [развитие маркетинговых коммуникаций. Омниканальность — маркетинговый термин, обозначающий взаимную интеграцию разрозненных каналов коммуникации в единую систему] / А. Малыш // Маркетинг и реклама. – 2018. – № 1 (256). – С. 22-23.
87. Мандычева О. Управление аудиовизуальным фоном: аудиомаркетинг и системы Digital Signage для бизнеса / О. Мандычева // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 3 (270). – С. 58-65.
88. Маркетинг в локдауне - не путать с нокдауном! (По материалам блиц-опроса экспертов) : [маркетинг в период карантина, работа в онлайн] // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 7-8 (286-287). – С. 8-15.
89. Маркетинг влияния для вашего бизнеса: лайфхаки, инсайты и подводные камни при работе с блогерами // Банковский менеджмент. – 2020. – № 5. – С. 41-45.
90. Машевская К. Бренды и "цифра": эффективный digital-маркетинг : [сравнительный анализ традиционного и интернет-маркетинга. Троллинг как форма провокации в интернете] / К. Машевская // Бизнес. – 2017. – № 7-8. – С. 44-46.
91. Мельник О. Використання системи інтерактивних маркетингових комунікацій для забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на міжнародному ринку / О. Мельник, А. Радько // Економіст. – 2016. – № 1 (351), січень. – С. 42-45.
92. Мертел Д. Статистика поколінь і швидкість змін : [соціокультурне та психологічне розуміння споживачів: технології інтернет-маркетингу] / Д. Мертел // Маркетинг в Україні. – 2020. – № 6 (123). – С. 34-36.
93. Методология исследования медиаметрических показателей рекламных Цифровых панелей / Індустріальний комітет внутрішньої реклами // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 5 (272). – С. 58-60.

94. Миронюк К. Етапи створення і виведення на ринок повноцінного SaaS продукту : [SaaS - software as a service - програмне забезпечення як послуга] / К. Миронюк // Маркетинг в Україні. – 2019. – № 3 (114). – С. 21-25.
95. 658.7
Л89 Мороз М. Причини, методи та ефекти блокування online-реклами / М. Мороз // "Львівська політехніка" національний університет. Вісник... : збірник наук. праць. № 863. Логістика. – Львів, 2017. – С. 259-266.
96. 070
Л89 Мудра І. Нові методи збуту ЗМІ в Інтернеті / І. Мудра, О. Кухарська // "Львівська політехніка" національний університет. Вісник... : збірник наук. праць. Вип.3. Журналістські науки. – Львів, 2019. – С. 81-86.
97. Никитюк В. Мониторинг Out-of-Home в режиме #stayhome : [исследования наружной рекламы в Украине] / В. Никитюк // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 4 (283). – С. 35-37.
98. Никишкин В. В. Интегральная оценка юзабилити сайтов: на примере интернет-магазинов ювелирных изделий / В. В. Никишкин, М. Д. Твердохлебова, Т. А. Воронова // Актуальні проблеми економіки = Actual Problems of Economics. – 2016. – № 8 (182). – С. 415-420.
99. Новости маркетинговых исследований в Украине : [исследование рынка персональных устройств, рынка яблок за 2016 год и интернет торговли в первом квартале 2017 года] // Маркетинговые исследования в Украине. – 2017. – № 2 (81). – С. 8-11.
100. Новости маркетинговых исследований в Украине : [тренды ритейла 2018, сфера интернет-маркетинга, автоматизация продаж, рынок украинского вина, рейтинг популярности сайтов] // Маркетинговые исследования в Украине. – 2018. – № 2 (87). – С. 8-14.
101. Оберемок З. Аудит email-маркетинга как залог эффективности онлайн-продаж / З. Оберемок // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 4 (271). – С. 24-31.
102. Оганджян А. Успех любой компании - это люди! : [онлайн-маркетинг в период карантина] / А. Оганджян // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 7-8 (286-287). – С. 18-19.
103. Окландер И. Ведущие тренды цифрового маркетинга от Google. Короткий обзор / И. Окландер // Маркетинг в Україні. – 2020. – № 6 (123). – С. 30-31.

104. Окландер М. Професійний стандарт "фахівець з цифрового маркетингу" / М. Окландер, І. Златова // Маркетинг в Україні. – 2016. – № 4 (97). – С. 64-69.
105. Окландер М. Розвиток проектів неформальної маркетинг-освіти в умовах цифровізації суспільства : [перелік закладів неформальної маркетинг-освіти в Україні, характеристика проектів ШАГ, Hillel, МІМ, оцінка якості їх послуг, ефективності та конкурентоспроможності] / М. Окландер, Р. Шемчук // Маркетинг в Україні. – 2020. – № 2 (119). – С. 49-71.
106. Орлова Ю. Маркетинг 4.0 - это принципиальная смена бизнес-моделей / Ю. Орлова // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 5 (284). – С. 23-25.
107. Павлик Н. CTR как показатель эффективности E-mail рассылки : [E-mail-маркетинг, определение показателя кликов (CTR) в электронной рассылке] / Н. Павлик // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 11-12 (242-243). – С. 56-57.
108. Павлик Н. E-mail- маркетинг остается одним из самых недооцененных инструментов : [значение E-mail- маркетинга на каждом этапе развития интернет-торговли] / Н. Павлик // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 10 (241). – С. 60-61.
109. Павлів Н. Найважливішим для нашої компанії є люди, продукт та бренд : [інтернет-маркетинг] / Н. Павлів // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 7-8 (286-287). – С. 52-53.
110. Панченко Н. В бренд-коммуникациях с небольшими бюджетами важная роль принадлежит digital / Н. Панченко // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 3 (270). – С. 24-25.
111. Панченко О. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент маркетингових комунікацій у банку / О. Панченко // Маркетинг в Україні. – 2019. – № 1 (112). – С. 47-54.
112. Покупки онлайн глазами потребителей: что поменялось за пять лет / Nielsen // Маркетинговые исследования в Украине. – 2017. – № 1 (80). – С. 36-38.
113. Полный гид по партнерскому маркетингу: как получить первые деньги : [партнерский маркетинг и интернет-продажи] // Маркетинг и реклама. – 2018. – № 11-12 (266-267). – С. 24-31.

114. Полтавцев А. Специфика Маркетинг 4.0 - в более точном таргетировании / А. Полтавцев // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 5 (284). – С. 18-19.
115. Попова Т. Компании, которые хотят быть конкурентоспособными, должны проводить мониторинг социальных сетей / Т. Попова // Маркетинговые исследования в Украине. – 2018. – № 4 (88). – С. 38-39.
116. Попригіна Л. Особливості мерчандайзингу ХХІ століття та його роль в управлінні продажами / Л. Попригіна // Маркетинг в Україні. – 2019. – № 2 (113). – С. 55-58.
117. 330
Л89 Просович О. П. Маркетплейс як дієвий інструмент цифрового маркетингу : [маркетплейс - це торговельний майданчик в Інтернеті, який допомагає продавцям і потенційним покупцям знаходити один одного онлайн і взаємодіяти між собою] / О. П. Просович, Ю. С. Боцман // "Львівська політехніка" національний університет. Вісник... : збірник наук. праць. № 897. Проблеми економіки та управління.. – Львів, 2018. – Вип. 2. – С. 32-38.
118. Прохоренко А. Маркетинг без бюджета: 10 мощных тактик : [тактики, которые помогут компании укрепить авторитет и повысит узнаваемость бренда] / А. Прохоренко // Банковский менеджмент. – 2020. – № 5. – С. 32-33.
119. Прошкина А. E-mail- маркетинг - лучший инструмент для возврата и повышения лояльности клиентов / А. Прошкина // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 10 (241). – С. 18-19.
120. Пудова Д. Он-лайн исследования в Украине : [маркетинговые он-лайн исследования] / Д. Пудова // Маркетинг в Україні. – 2016. – № 5 (98). – С. 16-20.
121. Пять ресурсов для создания видеопостов : [интернет-маркетинг] // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 9 (276). – С. 40-43.
122. Пять самых распространенных ошибок интерактивного дизайна сайтов // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 1 (232), январь. – С. 26-29.
123. Пять способов улучшить клиентский опыт в мобильном шопинге // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 10 (289). – С. 34-36.
124. Пять таргетингов, которые сделают рекламу эффективнее : [эффективность интернет-рекламы] // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 1 (268). – С. 72-74.

125. Пять трендов, которые ретейлеры и бренды должны учитывать в 2019 году // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 2 (269). – С. 48-49.
126. П'ять українських сервісів автоматизації бізнесу : [цифровий маркетинг] // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 10 (289). – С. 38-42.
127. Решетняк А. Именно в социальных сетях сегодня формируется имидж компаний / А. Решетняк // Маркетинговые исследования в Украине. – 2018. – № 4 (88). – С. 36-37.
128. Ривз Д. E-mail- маркетинг: к вопросу о частоте рассылок : [технологии работы с клиентами] / Д. Ривз // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 10 (241). – С. 34-38.
129. Ромат Е. Адвергейминг: понятие и основные типы : [онлайн-игры, создаваемые для продвижения товаров и услуг] / Е. Ромат // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 10 (241). – С. 46-52.
130. Ромат Е. Адвергейминг: понятие и основные типы : [психологические особенности "поколения Y" - людей, рожденных между 1981 и 2000 гг. Адвергейминг – игры, которые разрабатываются специально для презентации продукта/бренда целевой аудитории. Геймификация] / Е. Ромат // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 9 (240). – С. 38-46.
131. Савельев Д. Как реализовать контент-маркетинговую кампанию с нулевым бюджетом: пять бесплатных инструментов / Д. Савельев // Банковский менеджмент. – 2020. – № 5. – С. 38-40.
132. Савенко А. Главный тренд - переход маркетинг-активностей в цифровую среду / А. Савенко // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 1 (280). – С. 20-21.
133. Савицкая Д. 13 распространенных ошибок Email-маркетологов : [интернет-маркетинг] / Д. Савицкая // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 4 (271). – С. 48-56.
134. Семенова Л. Ю. Маркетинг 4.0 : [обґрунтовано комплексний підхід в використанні маркетингових інструментів сучасних видів маркетингу на ринку оточуючого інтелекту] / Л. Ю. Семенова, В. В. Даценко, В. Д. Хурдей. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2020. – № 11. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8322/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 28.12.2020.

135. Смартфоны в корне меняют покупательское поведение // Маркетинговые исследования в Украине. – 2016. – № 4 (77). – С. 40-42.
136. Соловей А. Самое важное для выживания и сохранения устойчивости - это быстрая реакция на изменения в рынке / А. Соловей // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 7-8 (286-287). – С. 36-38.
137. Соловьев А. Перфоманс-маркетинг: представление, которое работает : [ивент-маркетинг] / А. Соловьев // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 9 (240). – С. 20-25.
138. Соловьев С. Как искусственный интеллект отберет ваш бизнес : [интернет-маркетинг] / С. Соловьев // Банковский менеджмент. – 2020. – № 6. – С. 13-15.
139. Соловьев С. Маркетинг в условиях турбулентности : [исследование интернет-маркетинга] / С. Соловьев // Банковский менеджмент. – 2019. – № 1. – С. 30-33.
140. 45 % своих бюджетов бренды тратят на рекламу в мобильных приложениях // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 1 (268). – С. 17.
141. Соснюк О. Возможно, Украина в будущем станет страной "победившего" цифрового маркетинга" / О. Соснюк // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 10 (289). – С. 14-16.
142. Ставрати Н. Клиентская база во время кризиса - самый большой актив компаний / Н. Ставрати // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 4 (283). – С. 28-29.
143. Ставрати Н. Основные тренды развития маркетинга в торговле. И не только в торговле / Н. Ставрати // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 1 (280). – С. 32-33.
144. Степаненко Е. SMM-прогноз: что ожидать от социальных сетей в 2017 году / Е. Степаненко // Маркетинг в Україні. – 2016. – № 6 (99). – С. 40-42.
145. Сфера интернет маркетинг: динамика изменений и современное состояние : [исследование рынка вакансий интернет- маркетологов] // Маркетинг в Україні. – 2018. – № 1 (106). – С. 65-67.

146. Тейлор Э. Три способа убить эффективность рекламной кампании (наиболее частые ошибки при оптимизации кампаний в контекстной рекламе) / Э. Тейлор // Маркетинг и реклама. – 2017. – № 1 (244). – С. 38-39.
147. Титаренко Я. Що пропонують з маркетингових досліджень в інтернет лідери в пошуковій системі Google / Я. Титаренко // Маркетинг в Україні. – 2016. – № 5 (98). – С. 21-24.
148. Тодорова О. Треды в корпоративном контенте : [интернет-маркетинг] / О. Тодорова // Маркетинг и реклама. – 2018. – № 1 (256). – С. 20-21.
149. Трепольский Д. 15 маркетинговых трендов 2018 года, которые вас выведут в топ / Д. Трепольский // Банковский менеджмент. – 2018. – № 1. – С. 51-54.
150. Тульчинская К. Ивенты - это по-прежнему о впечатлениях : [технологии ивент-маркетинга в период карантина] / К. Тульчинская // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 12 (291). – С. 28-29.
151. Турчан А. Plan.Net: масса медиа вместо масс-медиа : [диджитал-сервис коммуникационных услуг] / А. Турчан // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 1 (268). – С. 56-57.
152. 33
Л89 Угольков Є. О. Світові тенденції використання інструментів інтернет-маркетингу / Є. О. Угольков // "Львівська політехніка" національний університет. Вісник... : збірник наук. праць. № 873. Проблеми економіки та управління. – Львів, 2017. – С. 97-104.
153. Уроки COVID-19 : [маркетологи про уроки COVID-19 - маркетинговые исследования] / М. Параска, А. Пелип, Д. Бартоломеев и др. // Маркетинг в Україні. – 2020. – № 6 (123). – С. 12-20.
154. Устенко С. В сложных условиях все бизнес-процессы строятся вокруг бренда компании : [интернет-маркетинг] / С. Устенко // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 7-8 (286-287). – С. 64-65.
155. Факти про веб сайти в 2018 році (і чому токенизація є гарною ідеєю для цієї галузі) : [оплата послуг онлайн] // Маркетинг в Україні. – 2018. – № 1 (106). – С. 37-41.
156. Федоришина Е. Тренды маркетинговых исследований в 2017 году: качественные исследования и возврат к реальности / Е. Федоришина // Маркетинговые исследования в Украине. – 2017. – № 1 (80). – С. 19-21.

157. Хала М. Маркетинг 4.0 - это все о связи с клиентом / М. Хала // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 5 (284). – С. 20-22.
158. Харченко Е. Маркетинговые исследования будут использовать всю палитру технологий. Но предпочтение переходит к бесконтактным методам! / Е. Харченко, Ю. Столбовая // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 11 (278). – С. 20-21.
159. Цебак Ю. Используем силу социальных медиа для принятия правильных решений / Ю. Цебак, Е. Шаповалова // Маркетинговые исследования в Украине. – 2018. – № 4 (88). – С. 40-42.
160. Цифровой маркетинг в Украине. Мы - не лидеры! Но без digital маркетинг уже невозможен! (Материалы блиц-опроса экспертов) // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 10 (289). – С. 8-13.
161. Цуд В. Интернет-маркетинг в 2019-м: прогнозы и тенденции от SEO-studio.ua / В. Цуд // Маркетинг и реклама. – 2018. – № 10 (265). – С. 44-49.
162. Цуд В. Тенденции цифрового маркетинга - 2020 : [контент-маркетинг, маркетинг влияния, Email-маркетинг, контекстная реклама и др.] / В. Цуд // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 1 (280). – С. 22-25.
163. Черненко О. На шляху до пост-цифрового маркетингу в Україні: проблеми та завдання / О. Черненко // Маркетинг в Україні. – 2016. – № 3 (96). – С. 4-11.
164. Четыре тренда нового маркетинга : [четыре тенденции продвижения товаров в цифровой среде] // Маркетинг и реклама. – 2018. – № 1 (256). – С. 52-57.
165. Чміль Г. Л. Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування послуг підприємства індустрії гостинності : [проаналізовано особливості застосування соціального медіа маркетингу у соціальних мережах: Instagram, Facebook, YouTube, Вконтакте, Twitter] / Г. Л. Чміль. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2020. – № 8. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8126/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 07.10.2020.
166. Чумаченко А. Главная революция, которую принесла эпоха диджитал - это поисковый маркетинг / А. Чумаченко // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 7-8 (238-239). – С. 32-33.

167. Шахдинарян А. Что сегодня необходимо знать об интернет-аудитории? / А. Шахдинарян // Маркетинг в Україні. – 2016. – № 5 (98). – С. 28-31.
168. Швец В. Интеграция платформы опросов с онлайн-панелями в один клик / В. Швец // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 7-8 (286-287). – С. 28-29.
169. Швец В. Кризис: выигрывают те, кто уже диджитализировал процессы, маркетинговые исследования и маркетинговые коммуникации / В. Швец // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 4 (283). – С. 22-24.
170. Швец В. Маркетинговые исследования: диджитализация как важнейший тренд / В. Швец // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 5 (284). – С. 42-47.
171. Шевченко Е. Діджитал-тренди 2020 року : [цифровой маркетинг] / Е. Шевченко // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 1 (280). – С. 26-27.
172. Шевченко Е. Шість поширених помилок у рекламі на facebook та як їх виправити / Е. Шевченко // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 3 (282). – С. 44-48.
173. Шевченко Є. Какие сервисы предлагают маркетологам исследовательские компании Украины / Є. Шевченко // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 11 (278). – С. 48-52.
174. Шесть полезных функций Google Analytics : [привлечение клиентов] // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 7-8 (238-239). – С. 48-52.
175. Шехайтли К. 2018 год для украинского маркетинга станет годом размывания границ : [тенденции развития маркетинговых технологий] / К. Шехайтли // Маркетинг и реклама. – 2018. – № 1 (256). – С. 14-15.
176. Ширина А. В Украине меняется подход к стратегическим коммуникациям : [технологии стратегического маркетинга] / А. Ширина // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 3 (270). – С. 26-27.
177. Школяренко С. Оцифруйте свой бизнес, ветер перемен не стихает! : [цифровой маркетинг] / С. Школяренко // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 10 (289). – С. 22-24.

178. Шупик А. Самые правдоподобные и ненавязчивые посты - это обзоры продуктов : [продвижение товаров в социальных сетях, SMM-маркетинг] / А. Шупик // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 7-8 (274-275). – С. 88-89.
179. Щирин Е. Дизайн рассылок: топ-5 тенденций на 2017 год / Е. Щирин // Маркетинг в Україні. – 2016. – № 6 (99). – С. 43-44.
180. Юрчак А. Функции Inbound в Act-on - новый шаг к интеграции и автоматизации маркетинга / А. Юрчак // Маркетинг и реклама. – 2017. – № 4 (247). – С. 46-51.
181. Яковлева Л. Лояльная фишка, или Как эффективно работать с клиентом : [программы лояльности становятся основным и многофункциональным средством коммуникации компании и клиентов] / Л. Яковлева // Бизнес. – 2016. – № 45 (1240). – С. 44-45.
182. Янковец Т. Этапы разработки цифровой маркетинговой стратегии / Т. Янковец // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 5 (284). – С. 29-33.
183. Янковец Т. Цифрові технології підвищення вартості брендів / Т. Янковець // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2019. – № 4 (126). – С. 85-100.
184. Akhmedov R. Social networking to expand brand awareness and influence on purchase intention : [роль соціальних мереж у впізнаваності бренду та прийнятті рішення про покупку] / R. Akhmedov // Актуальні проблеми економіки = Actual Problems of Economics. – 2016. – № 4 (178). – Р. 311-317.
185. Dubovyk T. Online-marketing communications in the context of ethics : [інтернет-маркетингові комунікації в контексті етики] / Т. Dubovyk // Актуальні проблеми економіки = Actual Problems of Economics. – 2018. – № 1 (199). – Р. 79-87.
186. Fiedler M. Fake reviews in e-commerce marketing : [фейкові відгуки в маркетингу в електронній торгівлі] / М. Fiedler, М. Kissling // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2020. – № 2 (130). – Р. 77-86.
187. Pursky O. I. Planning of advertising costs and vendor number at e-trade market : [планування витрат на рекламу і кількість продавців на електронному торговельному ринку] / О. І. Pursky, В. В. Grynyuk, D. A. Shestopal // Актуальні проблеми економіки = Actual Problems of Economics. – 2016. – № 3 (177). – Р. 407-413.

188. Zatwarnicka-Madura B. Gamification: current status, trends and development prospects : [гейміфікація: сучасний стан, тенденції та перспективи розвитку] / B. Zatwarnicka-Madura // Актуальні проблеми економіки = Actual Problems of Economics. – 2016. – № 6 (180). – P. 376-382.

2. Світова електронна торгівля

189. Алешкина Т. Нарежь кредиты: как шведский банк Klarna сыграл на страхах онлайн-магазинов : [бизнес-модель работы банка, который работал как посредник между онлайн-магазином и покупателем и превратился в глобальный интернет-банк] / Т. Алешкина // Банковский менеджмент. – 2019. – № 3. – С. 18-20.
190. 004
Л89 Андруник В. А. Особливості формування електронних дайджестів / В. А. Андруник, В. А. Висоцька, Л. В. Чирун // "Львівська політехніка" національний університет. Вісник... : збірник наук. праць. № 843. Комп'ютерні науки та інформаційні технології. – Львів, 2016. – С. 3-14.
191. Артем'єва І. О. Напрями розвитку системи статистичного вимірювання параметрів цифрової економіки / І. О. Артем'єва // Статистика України = Statistics of Ukraine. – 2020. – № 1 (88). – С. 66-74.
192. Багрий Ю. Продвижение финансовых продуктов в интернете / Ю. Багрий // Банковский менеджмент. – 2016. – № 6. – С. 53-56.
193. Береза Е. Основными элементами логистики для e-commerce являются fulfillment и транспортная логистика : [fulfillment - выполнение] / Е. Береза // Логистика: проблемы и решения. – 2018. – № 5-6 (78-79). – С. 23-25.
194. Благун І. І. Лійка продажів, як елемент просування для підприємств регіону в період пандемії : [встановлено принципи побудови лійки продаж на основі моделі AIDA і проведено огляд її основних елементів] / І. І. Благун, С. Я. Шурпа, С. П. Надіївська. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2020. – № 11. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8353/>. – Назва з екрана. - Дата перегляду: 28.01.2021.
195. Большинство онлайн-покупателей предпочитают бесплатную доставку быстрой // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 1 (268). – С. 45.

196. Будущее, где все сидят по домам на карантине. Какой бизнес будет развиваться в эпидемию // Банковский менеджмент. – 2020. – № 3. – С. 2-4.
197. Варга В. П. Діджиталізація як один з чинників конкурентоспроможності підприємства : [здійснено контент-аналіз основного терміну «діджиталізація»] / В. П. Варга. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2020. – № 8. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8121/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 23.10.2020.
198. Васильців Т. Г. Методичні підходи до аналізування креативних та інформаційно-знанневих чинників у реалізації моделі смарт-спеціалізації в регіонах ЄС / Т. Г. Васильців, О. О. Левицька // Регіональна економіка. – 2020. – № 2 (96). – С. 153-162.
199. Винья П. Четвертая промышленная революция : [анализ сети "интернет-вещей"] / П. Винья, М. Кейси // Банковский менеджмент. – 2019. – № 5. – С. 26-33.
200. Висоцька В. А. Особливості архітектури інтернет системи управління комерційним контентом на основі методів Machine Learning, Web mining та SEO-технологій / В. А. Висоцька, А. Б. Демчук, В. В. Литвин // Радіоелектроніка, інформатика, управління. – 2019. – № 4 (51). – С. 121-135.
201. Вишневський В. П. Смарт-промисловість: перспективи і проблеми / В. П. Вишневський, С. І. Князєв // Економіка України. – 2017. – № 7 (668). – С. 22-37.
202. Вінник О. Право цифрової економіки / О. Вінник // Підприємництво, господарство і право. - 2021. - № 6(304). – С. 157-163.
203. Вінник О. Особливості врегулювання конфліктів/спорів у сфері цифрової економіки та електронного бізнесу / О. Вінник // Підприємництво, господарство і право. – 2019. – № 6 (280). – С. 73-82.
204. Вінник О. Переваги та ризики цифровізації економіки: проблеми правового регулювання / О. Вінник // Підприємництво, господарство і право. – 2020. – № 3 (289). – С. 56-62.

205. Вінник О. Правове забезпечення соціального спрямування електронного бізнесу / О. Вінник // Підприємництво, господарство і право. – 2019. – № 11 (285). – С. 75-82.
206. Вінник О. Цифровізація в ракурсі державної економіко-правової політики / О. Вінник // Підприємництво, господарство і право. – 2020. – № 8 (294). – С. 61-70.
207. Вінник О. М. Цифровізація економіки: проблеми нормативно-правового забезпечення / О. М. Вінник // Юридична Україна. – 2018. – № 1-2 (181-182). – С. 43-51.
208. Войнаренко М. П. Тенденції і перспективи розвитку потенціалу регіональних кластерів за умов цифровізації суспільства / М. П. Войнаренко // Регіональна економіка. – 2019. – № 4 (94). – С. 28-35.
209. Гайдукова О. О. Застосування електронної торгівлі в реалізації продукції харчової промисловості / О. О. Гайдукова // Економіка та держава. – 2019. – № 8. – С. 67-70.
210. Галєва А. Е-комерція на службі авіагалузі / А. Галєва // Український туризм. – 2017. – № 1. – С. 40-44.
211. Гончаренко О. Саморегулівні організації у сфері цифрової економіки / О. Гончаренко // Підприємництво, господарство і право. – 2020. – № 2 (288). – С. 93-97.
212. 005 Горбаль Н. І. Просування товарів на міжнародні ринки
Л89 / Н. І. Горбаль, О. В. Гошовська, Г. І. Садловська // "Львівська політехніка" національний університет. Вісник... : збірник наук. праць. № 851. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів, 2016. – С. 55-61.
213. 005 Горячка А. І. Розвиток збутової діяльності на ринку електронної
Л89 комерції / А. І. Горячка // "Львівська політехніка" національний університет. Вісник... : збірник наук. праць. № 875. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів, 2017. – С. 122-129.
214. Гребенюк М. Проблеми протидії організованих злочинності у сфері цифрової економіки / М. Гребенюк, А. Черняк // Підприємництво, господарство і право. – 2019. – № 3 (277). – С. 297-303.

215. Густера О. М. Особливості оцінки ризику в електронному бізнесі та інтернет-проектах / О. М. Густера, І. В. Тимофєєв // Економіка та держава. – 2020. – № 5. – С. 171-174.
216. Двуліт З. П. Діджиталізація - дієвий інструмент антикризового розвитку бізнесу в умовах пандемії : [темпи приросту обсягів продажів електронної комерції в різних країнах світу за 2020 рік] / З. П. Двуліт, А. С. Завербний, А. О. Романюк. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2021. – № 1. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8557/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 17.03.2021.
217. Демчишак Н. Б. Розвиток експорту цифрових технологій в умовах формування єдиного цифрового простору Європейського Союзу / Н. Б. Демчишак, Г. Ю. Дубик, В. М. Гриб // Економіка та держава. – 2020. – № 6. – С. 73-79.
218. Дерлиця А. Ю. Майбутнє суспільних фінансів: вступ до фінансової футурології / А. Ю. Дерлиця // Фінанси України. – 2020. – № 2 (291). – С. 115-126.
219. 330
Л89 Дзюбіна К. О., Копець Диференціація основних складових електронного бізнесу / А. В. Дзюбіна, Г. Р. Копець // "Львівська політехніка" національний університет. Вісник... : збірник наук. праць. № 897. Проблеми економіки та управління. – Львів, 2018. – Вип. 2. – С. 16-19.
220. Диба М. І. Формування діджитал-парадигми соціально-економічного розвитку : [еволюція інтелектуальної складової економіки знань] / М. І. Диба, Ю. О. Гернего // Фінанси України. – 2018. – № 8 (273). – С. 32-44.
221. Димінська О. Ю. Сучасні тенденції посилення захисту прав споживачів у сфері електронної торгівлі в ЄС / О. Ю. Димінська // Університетські наукові записки = Universiti scientific notes. – 2018. – № 1 (65). – С. 113-122.
222. Дубовик Т. В. Міжнародна електронна торгівля : [проаналізовано чисельність Інтернет-користувачів планети, обсяги електронної торгівлі, частку електронної торгівлі в роздрібній торгівлі в Україні] / Т. В. Дубовик, І. В. Гамова. - Електронні дані // Науковий вісник... Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство : [електронна версія економічного науково-практичного журналу]. – Ужгород, 2018. - Режим доступу: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/17_1_2018ua/13.pdf/. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 05.03.2020.

223. Дудко В. Онлайн-диктатура : [электронная коммерция. Доля онлайн продаж в общей структуре ритейла неуклонно увеличивается. Топ-3 мировых игроков e-commerce] / В. Дудко // Бизнес. – 2017. – № 39. – С. 20-21.
224. Еннан Р. Електронні платіжні системи в сфері електронної комерції: правові засади в умовах формування Інтернет-економіки / Р. Еннан // Інтелектуальна власність в Україні. – 2019. – № 1. – С. 34-44.
225. Застрожнікова І. В. Вплив digital-технології на формування кадрового потенціалу аграрного сектору / І. В. Застрожнікова. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2021. – № 2. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8673/>. – Назва з екрана. - Дата перегляду: 18.06.2021.
226. Зверяков М. І. Економічний розвиток в епоху становлення "цифрового капіталізму" / М. І. Зверяков // Економіка України. – 2020. – № 8 (705). – С. 3-23.
227. Зозульов О. В. Визначення стратегії збуту в кіберсередовищі на промисловому ринку / О. В. Зозульов // Маркетинг в Україні. – 2018. – № 2 (107). – С. 46-54.
228. Зубарева Е. А. Финансовый Е-контроль: модернизация системы государственного финансового контроля в условиях цифровой экономики / Е. А. Зубарева, И. В. Басанцов, С. В. Белов // Проблемы управления и информатики. – 2020. – № 5. – С. 136-150.
229. Капіца Ю. Формування єдиного цифрового ринку в Європейському Союзі та модернізація охорони авторського права / Ю. Капіца // Юридична Україна. – 2016. – № 5-6 (161-162). – С. 74-79.
230. Князь С. В. Структура, можливості і перспективи розвитку віртуальної економіки та креативних індустрій / С. В. Князь, Н. Г. Георгіаді // Актуальні проблеми економіки = Actual Problems of Economics. – 2016. – № 9 (183). – С. 346-351.
231. Кобрин М. В. Метод поддержки принятия решения при выборе облачного хранилища как инструмент повышения конкурентоспособности организации / М. В. Кобрин, В. В. Скичко // Актуальні проблеми економіки = Actual Problems of Economics. – 2017. – № 3 (189). – С. 305-315.
232. Козловский М. Зачем интернет-магазину фулфилмент? / М. Козловский ; по материалам <https://b2epl.ru/> // Логистика: проблемы и решения. – 2020. – № 5 (90). – С. 28-31.

233. Колодізев О. Особливості визначення та структуризації ринку фінансових послуг в умовах діджиталізації економіки / О. Колодізев, О. Лозинська // Банківська справа. – 2020. – № 2 (152). – С. 41-57.
234. Колош А. М. Концепт "Праця 4.0": теоретико-прикладні засади формування та розвитку / А. М. Колош, О. О. Герасименко // Економіка і прогнозування. – 2020. – № 1. – С. 7-31.
235. Кондрашов В. Торговля диджитал-періода : [цифровая трансформация торговли] / В. Кондрашов // Новое время страны. – 2021. – № 9 (329). – С. 40-42.
236. 33
Л89 Копець Г. Р. Інноваційний розвиток у сфері електронного бізнесу / Г. Р. Копець, Г. В. Рачинська, К. О. Дзюбіна // "Львівська політехніка" національний університет. Вісник... : збірник наук. праць. № 847. Проблеми економіки та управління. – Львів, 2016. – С. 107-113.
237. Корнєєва Ю. В. Роль держави у сприянні інвестиціям у розвиток цифрової економіки / Ю. В. Корнєєва // Економіка і прогнозування. – 2018. – № 1. – С. 120-134.
238. Корольков В. В. Информационный бизнес в Интернете - новая парадигма экономики : [электронная статья] / В. В. Корольков. - Электронные данные // EIRZNTU (Electronic Institutional Repository of Zaporizhzhya National Technical University). – Запоріжжя, 2015 -.- Режим доступа: <http://eir.zntu.edu.ua/handle/123456789/2959>. – Загл. с экрана. - Дата просмотра: 18.01.2019.
239. Кошук Т. В. Шляхи вдосконалення оподаткування цифрових компаній : [досвід Франції, Великобританії, Словаччини, Австрії] / Т. В. Кошук // Фінанси України. – 2019. – № 10 (287). – С. 73-88.
240. Краус Н. М. Інституціонально-еволюційні фрейми ментальності "цифрової людини" як "генетичного коду" цифрового підприємництва / Н. М. Краус, К. М. Краус, А. О. Маслов. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2021. – № 3. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8734/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 25.06.2021.
241. Краус Н. М. Платформена економіка: наратив інноваційного становлення підприємницьких університетів та філософія розвитку на засадах цифровізації / Н. М. Краус, К. М. Краус, О. В. Марченко. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2020. – № 1. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7566/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 03.03.2020.

242. Краус Н. М. Шерингова економіка: інституціональний модус, універсумність і новелізація розвитку підприємництва на віртуальних цифрових платформах / Н. М. Краус, К. М. Краус, В. Л. Осецький. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2021. – № 4. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8786/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 16.09.2021.
243. Крухмаль О. В. Розвиток банківського бізнесу в умовах цифрової економіки / О. В. Крухмаль, В. В. Сухонос. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2020. – № 11. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8381/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 12.02.2021.
244. Кудирко Л. Фіскальні «війни» в умовах становлення глобальної цифрової економіки / Л. Кудирко, В. Антихович // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2021. – № 3 (116). – С. 36-51.
245. Лакіза В. В. Особливості застосування електронної торгівлі суб'єктами господарювання в умовах міжнародної економічної діяльності / В. В. Лакіза, Р. Д. Бала. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2020. – № 11. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8315/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 22.12.2020.
246. Лебеденко С. О. Використання технологій доповненої реальності в торгівлі та маркетингу : [розглянуто специфіку поняття доповненої реальності, або AR - технології (augmented reality, AR)] / С. О. Лебеденко, М. О. Корчага. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2019. – № 10. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7316/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 10.12.2019.
247. Левченко Н. М. Трансакційні витрати інтернет-магазину: обліковий аспект : [електронна стаття] / Н. М. Левченко, В. Г. Биковський. - Електронні дані // EIRZNTU (Electronic Institutional Repository of Zaporizhzhya National Technical University). – Запоріжжя, 2015 -.- Режим доступу: <http://eir.zntu.edu.ua/handle/123456789/563>. – Назва з екрана. - Дата перегляду: 29.03.2016.
248. Лещенко В. А. "Розумний" цех в структурі розумного підприємства / В. А. Лещенко, Л. Ю. Таран // Control Systems and Computers = Системи керування та комп'ютери. – 2020. – № 5 (289). – С. 42-51.
249. Литовченко І. Л. Трансформація ринку в сучасних умовах переходу до цифрової економіки / І. Л. Литовченко // Економіка України. – 2020. – № 1 (698). – С. 36-47.

250. Македон В. В. Кон'юнктура світового ринку ІТ-послуг в умовах економіки 4.0 : [обсяг і середньорічні темпи зростання світового ринку ІТ-послуг в 2010-2019 рр.] / В. В. Македон, Н. О. Ільченко. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2021. – № 1. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8525/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 18.03.2021.

251. Максаков А. Почему Fintech может стать бенефициаром пандемии? : [стремительное развитие онлайн-сервисов] / А. Максаков // Банковский менеджмент. – 2020. – № 3. – С. 18-19.

252. Марченко В. М. Оптимізація застосування гнучких методик менеджменту в ІТ-проектах : [досліджуються перспективи застосування Scrum моделювання для вироблення ефективної управлінської культури постійного удосконалення. Проведено аналіз Agile-світогляду] / В. М. Марченко, О. О. Мезенцева. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2020. – № 1. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7568/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 03.03.2020.

253. Міжнародні економічні відносини та менеджмент в умовах посилення глобалізаційних процесів : навчальний посібник / І. М. Бутко, М. П. Бутко, Ж. В. Дерій та ін. - Електронні дані. – Київ : Центр учбової літератури, 2017. – 528 с. - Назва з титул. екрана.

254. 005 Мороз М. Заснування багатоканального роздрібного інтернет-
Л89 магазину: детермінанти розвитку та бар'єри імплементації / М. Мороз // "Львівська політехніка" національний університет. Вісник... : збірник наук. праць. № 858. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів, 2016. – С. 120-125.

255. Нарушинська О. О. Застосування методів машинного навчання для мінімізації повернень товару в системах електронної комерції / О. О. Нарушинська, В. М. Теслюк, П. Ю. Денисюк // Актуальні проблеми економіки = Actual Problems of Economics. – 2017. – № 3 (189). – С. 342-347.

256. Островський І. А. Цифрові платформи в міжнародній торгівлі: проблеми антимонопольного регулювання / І. А. Островський, Н. В. Можайкіна. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2020. – № 11. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8384/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 12.02.2021.

257. 339.1 П14 Палеха Ю. І. Інформаційний бізнес : підручник / Ю. І. Палеха, Ю. І. Горбань. – Київ : Ліра-К, 2020. – 492 с.
258. Пашков К. О. Особливості правового регулювання електронної комерційної діяльності у Європейському Союзі / К. О. Пашков // Часопис Київського університету права. – 2019. – № 4. – С. 410-417.
259. Платежи: смотрим назад и идем вперед : [онлайн платежи, интернет-торговля] // Банковский менеджмент. – 2016. – № 2. – С. 5-7.
260. Пономаренко І. Діджиталізація фінансового сектору : [запровадження інноваційних фінансових продуктів] / І. Пономаренко, Л. Рудюк // Маркетинг в Україні. – 2020. – № 3 (120). – С. 48-52.
261. 330.4 П68 Правове забезпечення цифрової економіки : навчальний посібник / за заг. ред. О. Д. Крупчана. – Київ : НДІПіП ім. академіка Ф. Г. Бурчака, 2019. – 296 с.
262. Работа с возражениями: варианты проверенных скриптов для возражения возражений : [интернет-торговля] // Маркетинг и реклама. – 2018. – № 6 (261). – С. 53-57.
263. Резнікова Н. В. Ретроспективний аналіз альтернативних підходів до виокремлення розвинених країн: фінансовий, індустріальний, цифровий та інноваційний виміри розвитку / Н. В. Резнікова, О. А. Іващенко, Н. В. Курбала. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2020. – № 9. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8172/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 23.10.2020.
264. Ромат Є. В. Бренд-стратегії підприємств роздрібної електронної торгівлі : [4 стратегії формування брендів: «стратегія інтернет-магазину з нуля», «стратегія диверсифікації», «стратегія офлайн-бренду в онлайн-середовищі» та «стратегія створення партнера»] / Є. В. Ромат, Л. В. Гранат. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2021. – № 1. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8578/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 24.03.2021.
265. Рыбачук С. Amazon vs Alibaba: битва онлайн-гигантов : [электронная коммерция] / С. Рыбачук // Логистика: проблемы и решения. – 2020. – № 1 (86). – С. 53-57.
266. Рябошлик В. Четверта промислова революція: небачені можливості і передбачувані виклики / В. Рябошлик // Економіст. – 2017. – № 6 (368). – С. 1-28.

267. Рязанова Н. С. Фінансове рахівництво як інституційно-інфраструктурна складова інформаційної економіки / Н. С. Рязанова, В. М. Федосов // Фінанси України. – 2016. – № 3 (244). – С. 55-85.
268. Сазонець О. М. Інформаційні системи і технології в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл.: рек. МОНУ / О. М. Сазонець. - Електронні дані. - Режим доступу: http://pidruchniki.com/1679060163979/informatika/informatsiyni_sistemi_i_tehnologiyi_v_upravlinni_zovnishnoekonomichnoyu_diyalnistyu. - Назва з екрана. - Дата перегляду 05.09.16.
269. Самойленко А. О. Розвиток мережевої економіки у контексті глобалізаційних процесів / А. О. Самойленко, Ю. Д. Богдан // Економіка та держава. – 2019. – № 10. – С. 93-97.
270. Сіденко В. Р. Мегатренди розвитку електронної торгівлі у контексті сучасної технологічної революції / В. Р. Сіденко // Економіка України. – 2018. – № 11-12 (684-685). – С. 82-103.
271. Сіденко В. Р. Нові інституційні формати розвитку світової електронної торгівлі / В. Р. Сіденко // Економіка і прогнозування. – 2020. – № 1. – С. 85-110.
272. Сірко А. В. Реалії цифрової економіки: нові можливості та виклики для суспільства і держави / А. В. Сірко. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2020. – № 11. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8337/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 14.12.2020.
273. Слободяник Ю. Б. Імплементация міжнародних стандартів державного аудиту в умовах розвитку цифрової економіки та суспільства / Ю. Б. Слободяник // Фінанси України. – 2019. – № 2 (279). – С. 111-123.
274. Смирнов А. 5 ошибок увлеченных цифровой трансформацией : [проблемы при внедрении digital-трансформации в компаниях] / А. Смирнов // Банковский менеджмент. – 2019. – № 5. – С. 8-10.
275. Тарасевич В. М. Теоретичний вимір інформаційно-цифрової економіки: інформаційно-цифрові процеси та їх атрибути / В. М. Тарасевич // Економіка України. – 2021. – № 6 (715). – С. 21-35.
276. Тарасов Д. Правила регулювання цифрових контрактів в ЄС : [охорона авторського та суміжних прав] / Д. Тарасов // Інтелектуальна власність в Україні. – 2017. – № 7. – С. 33-39.

277. Тренды - 2018 в E-Commerce : [электронная коммерция] // Маркетинг и реклама. – 2018. – № 1 (256). – С. 47-49.
278. Українська Л. О. Інноваційні фінансові продукти як цифрові інструменти оптимізації обороту товарів і послуг / Л. О. Українська, М. А. Мащенко. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2020. – № 11. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8310/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 02.12.2020.
279. Уманців Ю. Теоретичний дискурс розвитку корпорацій у ХХІ ст. / Ю. Уманців // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2021. – № 3 (137). – С. 33-51.
280. Федулова Л. І. Інвестування в цифрову економіку: глобальні тенденції та практика України / Л. І. Федулова, Л. М. Ємельяненко // Економіка та держава. – 2020. – № 4. – С. 6-13.
281. Финтех: 7 космических карьерных трендов : [тренды финтеха, которые помогут остаться на рынке, найти инвестиции для вашего финтех-продукта] // Банковский менеджмент. – 2019. – № 5. – С. 54-55.
282. Финтех-тренды 2020 : цифровые миллиарды для бизнеса, "пузырь" в DeFi и зумеры за экобанкинг : [финтех-стартапы в период пандемии 2020] // Банковский менеджмент. – 2020. – № 6. – С. 18-24.
283. Фомюк Е. Какая логистика нужна интернет-магазину / Е. Фомюк // Логистика: проблемы и решения. – 2018. – № 5-6 (78-79). – С. 41-43.
284. Фреюк О. В. Фулфилмент для электронной коммерции: плюсы и минусы / О. В. Фреюк // Логистика: проблемы и решения. – 2018. – № 5-6 (78-79). – С. 26-33.
285. Хаустов В. К. Охорона прав інтелектуальної власності у глобальних процесах розвитку цифрової економіки / В. К. Хаустов // Економіка України. – 2019. – № 6 (691). – С. 79-90.
286. Циганкова Т. М. Глобальна торгова система: розвиток інститутів, правил, інструментів СОТ : [електронний підручник] / Т. М. Циганкова. - Електронні дані // EcoLib : Книги по економіці : [електронна бібліотека книг на економічну тематику]. – [Б. м.], 2012.-. Режим доступу: <http://ecolib.com.ua/book.php?book=10/>. – Назва з екрана. - Дата перегляду: 26.01.2018.

287. Чернущенко М. Как финтех используют в азиатском e-commerce : [финансовые технологии в электронной коммерции] / М. Чернущенко // Банковский менеджмент. – 2019. – № 6. – С. 25-26.
288. Чжан Х. Распрощаться с эпохой безудержного роста : [электронная коммерция в Китае: законы должны строго соблюдаться , а их нарушители должны нести ответственность] / Х. Чжан // Китай. – 2019. – № 3 (161). – С. 38-40.
289. Чжили Ч. Трансформация традиционного рынка : [интернет-технологии в торговле] / Ч. Чжили // Китай. – 2017. – № 3 (137). – С. 34-37.
290. Что выбрать интернет-магазину: дропшипинг, свой склад или фулфилмент на аутсорсе? / по материалам <https://shiptor.ru/> // Логистика: проблемы и решения. – 2020. – № 5 (90). – С. 38-40.
291. 339.1 Шалева О. І. Електронна комерція : навчальний посібник
Ш18 / О. І. Шалева. – Київ : Центр учбової літератури, 2018. – 216 с.
292. Шкарлет С. М. Формування стратегій розбудови економіки інформаційного типу з метою забезпечення економічної безпеки держави / С. М. Шкарлет // Економіка України. – 2016. – № 3 (652). – С. 17-28.
293. Шлапак О. А. Модель цифрового менеджменту для підприємств міжнародного рівня : [прикладом створення такого ефективного цифрового простору є корпоративна система управління з використанням програмного продукту Mind Manager] / О. А. Шлапак, О. О. Коваленко. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2021. – № 1. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8513/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 25.03.2021.
294. Экономика умных вещей : [некоторые цифры по внедрению интернета вещей (IoT)] // Бизнес. – 2016. – № 46 (1241). – С. 6-7.
295. Электронная коммерция: онлайн + офлайн + логистика. Все должно работать, как единый механизм (материал блиц-опроса экспертов) / А. Дашкевич, С. Возняк, Н. Лобанов, Н. Потапова // Логистика: проблемы и решения. – 2018. – № 5-6 (78-79). – С. 14-19.
296. Юрчак А. Качество лидов - ваш чек-лист : [посещение интернет-сайтов клиентами-покупателями в секторе B2B торговли] / А. Юрчак // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 11-12 (242-243). – С. 58-61.

297. Ярмолюк А. Впровадження моделі відкритих інновацій в умовах розвитку цифрової економіки / А. Ярмолюк // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2020. – № 3 (113). – С. 81-93.
298. Alrawabdeh W. Factors impacting the adoption of e-commerce by microfinance companies in Jordan : [чинники впливу на впровадження електронної комерції мікрофінансовими компаніями в Йорданії] / W. Alrawabdeh // Актуальні проблеми економіки = Actual Problems of Economics. – 2016. – № 5 (179). – Р. 160-170.
299. Amazon занял третье место на рынке цифровой рекламы США // Маркетинг и реклама. – 2018. – № 10 (265). – С. 56-57.
300. Amosha I. Yu. Key Trends in the World Economy Development: New Challenges and Prospects : [ключові тенденції розвитку світової економіки: нові виклики та перспективи] / О. І. Amosha, I. Y. Pidorycheva, A. I. Zemliankin // Science and Innovation = Наука та інновації. – 2021. – № 1 (97). – Р. 3-17.
301. Digital Economy and Digital Twins. Main Research Area : [цифрова економіка і цифрові двійники. Основний напрямок досліджень] / V. Y. Meytus, G. I. Morozova, L. Y. Taran [та ін.] // Системи керування та комп'ютери = Control Systems and Computers = Control Systems and Computers. – 2020. – № 3 (287). – Р. 28-40.
302. Kniazieva O. Digital Development of Economy and Society Under Influence of COVID-19 : [цифровий розвиток економіки та суспільства під впливом пандемії COVID-19] / О. Kniazieva // Science and Innovation = Наука та інновації. – 2021. – № 1 (97). – Р. 42-53.
303. Kobets V. M. Adaptive dynamic mechanism of modified double electronic auction = A: [адаптивний динамічний механізм модифікованого подвійного електронного аукціону] / V. M. Kobets, V. O. Yatsenko // Актуальні проблеми економіки = Actual Problems of Economics. – 2016. – № 7 (181). – Р. 432-445.
304. Kondratiuk O. Digitalization of business under global challenges : [диджиталізація бізнесу в умовах глобальних викликів] / О. Kondratiuk, I. Stoianenko // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2020. – № 6 (134). – Р. 26-36.
305. Lang F. P. Digitalization is Changing Our World : [диджиталізація змінює наш світ] / F. P. Lang // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2019. – № 4 (126). – Р. 74-84.

306. Lang F. P. Structure of a "new society " conceivable for the digital revolution : [структура "нового суспільства", здатного до цифрової революції] / F. P. Lang // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2018. – № 4 (120). – С.108-118.
307. Majka S. A. Study on LEGO group's CSR communication on social media : [дослідження комунікації КСВ LEGO Group у соціальних ЗМІ] / S. A. Majka // Економіка. Фінанси. Право. – 2018. – № 5. – Р. 35-38.
308. Malovychko S. V. General trends and features of demand at electronic trade markets worldwide : [загальні тенденції та особливості попиту на ринках електронної торгівлі різних країн світу] / S. V. Malovychko // Актуальні проблеми економіки = Actual Problems of Economics. – 2016. – № 3 (177). – Р. 48-54.
309. Novikova N. Global trends of digitalization: potential of Ukraine : [глобальні тренди цифровізації: потенціал України] / N. Novikova, O. Diachenko, Y. Holovnia // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2020. – № 6 (134). – Р. 4-15.
310. Problems of business processes transformation in the context of building digital economy : [проблеми трансформації бізнес-процесів в контексті побудови цифрової економіки] / К. А. Barmuta, Е. М. Akhmetshin, I. Y. Andryushchenko [та ін.]. - Electronic data. – Р. 945-959. - Mode of access: https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85089701295&origin=SingleRecordEmailAlert&dgcid=raven_sc_affil_ru_email&txGid=b1a94c4fe331d1e4bcd30b8ad9d33e28. - Title from the screen. - Date of the application: 27.10.2020.
311. Smart Enterprise as a Modern Form of Existence of Traditional Enterprise in the Digital Economy : [розумне підприємство як сучасна форма існування традиційного підприємства в умовах цифрової економіки] / V. Y. Meytus, G. I. Morozova, V. P. Kozlova, L. Y. Taran // Control Systems and Computers = Системи керування та комп'ютери. – 2020. – № 1 (285). – Р. 23-34.

3. Розвиток електронного бізнесу в Україні

312. Бажан Л. І. Гармонізація національних і міжнародних стандартів впровадження технологій цифрової економіки / Л. І. Бажан, В. І. Гриценко // Системи керування та комп'ютери = Control Systems and Computers = Control Systems and Computers. – 2020. – № 3 (287). – С. 3-14.

313. Бармотина К. На сегодняшний день в Украине используются преимущественно традиционные каналы коммуникаций / К. Бармотина // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 3 (270). – С. 20-23.

314. Башинська І. О. Використання SMM промисловими підприємствами : [проаналізовано активність машинобудівних підприємств України в соціальних мережах] / І. О. Башинська // Актуальні проблеми економіки = Actual Problems of Economics. – 2016. – № 12 (186). – С. 360-369.

315. Бережний Я. В. Споживчий ринок і карантин "COVID-19" в Україні / Я. В. Бережний. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2020. – № 9. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8193/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 10.11.2020.

316. 005 Бублик М. І. Сучасні тенденції та перспективи розвитку
 Л89 електронного підприємництва в умовах європейської інтеграції України / М. І. Бублик, Р. В. Медвідь // "Львівська політехніка" національний університет. Вісник... : збірник наук. праць. № 899. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів, 2018. – С. 31-38.

317. Вінник О. Потенціал Господарського кодексу України в ракурсі цифровізації економіки та соціального її спрямування / О. Вінник // Підприємництво, господарство і право. – 2020. – № 2 (288). – С. 85-92.

318. Гайдар А. А. Особливості просування біотехнологічної продукції на online-платформах : [питома вага інтернет-користувачів серед дорослого населення України станом на кінець 2019 р.] / А. А. Гайдар. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2021. – № 1. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8554/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 28.04.2021.

319. Гільорме Т. В. Облікове-аналітичне забезпечення електронної форми торгівлі суб'єктів господарювання в Україні / Т. В. Гільорме, Н. І. Доценко // Економіка. Фінанси. Право. – 2017. – № 7. – С. 34-37.
320. Голованова М. Інтеграція України до європейського ринку органічної замороженої продукції / М. Голованова, З. Каменева, В. Хижа // Маркетинг в Україні. – 2019. – № 4 (115). – С. 21-33.
321. Гончаренко О. Етичні кодекси поведінки суб'єктів цифрової економіки: правовий аспект [Текст] / О. Гончаренко // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2021. – № 4 (117). – С. 72-84.
322. Горобець Н. М. Перспективи використання цифрових технологій в діяльності аграрних підприємств : [основні ІТ-маркетплейси, що функціонують на аграрному ринку України. Популярні інформаційні системи та технології, що використовуються в агробізнесі] / Н. М. Горобець, Д. О. Хомякова, Д. О. Стариковська. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2021. - № 1. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8521/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 25.03.2021.
323. Давимука С. А. Цифрова трансформація регіонів України : [проблеми формування цифрової економіки в регіонах України] / С. А. Давимука, Л. І. Федулова // Регіональна економіка. – 2018. – № 4 (90). – С. 110-121.
324. Дем'янчук М. А. Точки біфуркації на траєкторії розвитку страхового ринку в умовах цифровізації економіки : [частка страхового ринку ВВП за 2007-2019 рр. Біфуркаційні точки розвитку страхового ринку України. Модель складових InsurTech] / М. А. Дем'янчук, А. А. Дроздина. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2021. - № 1. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8541/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 22.04.2021.
325. Диба М. І. Виклики Індустрії 4.0 у контексті її становлення на глобальному і національному рівнях / М. І. Диба, Ю. О. Гернего // Економіка України. – 2020. – № 6 (703). – С. 43-59.
326. Диба М. І. Діджиталізація економіки: світовий досвід та можливості розвитку в Україні : [цифрова економіка (англ. Digital economy) — економіка, що базується на цифрових комп'ютерних технологіях] / М. І. Диба, Ю. О. Гернего // Фінанси України. – 2018. – № 7 (272). – С. 50-63.

327. Єгоров І. Ю. Порівняльний аналіз наявності індикаторів цифровізації в Україні та інших країнах Східного партнерства ЄС / І. Ю. Єгоров, В. Ю. Грига // Статистика України = Statistics of Ukraine. – 2019. – № 3 (86). – С. 56-62.
328. Забара І. Міжнародно-правове регулювання надання електронних комунікаційних послуг в умовах розвитку зони вільної торгівлі між Україною та Європейським Союзом / І. Забара // Право України. – 2016. – № 4. – С. 60-69.
329. Задорожна А. В. Актуальні аспекти державної політики цифрового розвитку в Україні на сучасному етапі / А. В. Задорожна // Економіка. Фінанси. Право. – 2020. – № 6. – С. 29-33.
330. Зеліско А. М. Розвиток нормативно-правового регулювання електронної комерції в Україні / А. М. Зеліско, Р. І. Байцар // Стандартизація, сертифікація, якість. – 2016. – № 3 (100). – С. 39-44.
331. Зозульов О. В. Формування оптимальної структури online-offline-збутової мережі підприємства на прикладі українського представництва компанії Harry Socks / О. В. Зозульов, А. О. Половинкіна // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 1 (268). – С. 58-64.
332. Іванченко Н. О. Основні проблеми безпеки IoT в умовах цифровізації економіки України / Н. О. Іванченко, О. М. Густера // Економіка та держава. – 2019. – № 11. – С. 50-54.
333. Ільїна С. Інструменти моніторингу та аналітики ринку маркетингових досліджень України з системи ProZorro / С. Ільїна // Маркетинг в Україні. – 2019. – № 5 (116). – С. 4-10.
334. Ільченко Н. Захист прав споживачів в інтернет-магазинах України / Н. Ільченко, О. Фреюк // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2018. – № 4 (120). – С. 5-14.
335. Ільченко Н. Тезаурус сучасної торгівлі України : [сутність нових понять, що з'явилися внаслідок структурних змін у торгівлі в Україні] / Н. Ільченко, О. Кавун // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2016. – № 1 (105). – С. 54-70.

336. Іртищева І. О. Цифрова трансформація регіонів України: об'єктивна необхідність, принципи цифрового розвитку та особливості регулювання : [на прикладі Львівської, Одеської, Харківської, Миколаївської областях] / І. О. Іртищева, О. Ф. Сєнкевич // Регіональна економіка. – 2020. – № 1 (95). – С. 14-21.
337. Казьмір Л. П. Концептуальні аспекти модернізації системи управління розвитком промисловості в Україні / Л. П. Казьмір // Регіональна економіка. – 2020. – № 4 (98). – С. 115-124.
338. Как украинский e-commerce применяет digital-маркетинг : [результаты опроса топ-менеджеров 25 украинских компаний, занимающихся электронной коммерцией, проведенного агентством Promodo, об их успехах в интернет-маркетинге] / Promodo // Маркетинг и реклама. – 2019. – № 4 (271). – С. 42-46.
339. Кіндзерський Ю. В. Генеза і особливості цифрової економіки у контексті перспектив її становлення в Україні / Ю. В. Кіндзерський // Економіка та держава. – 2020. – № 8. – С. 10-14.
340. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки : схвалено Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17.01.2018 № 67-р // Офіційний вісник України. – 2018. – № 16. – С. 71-88.
341. Крегул Ю. Гармонізація системи регулювання електронної комерції України з ЄС / Ю. Крегул, В. Батрименко // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2019. – № 1 (102). – С.13-25.
342. Кулик В. А. Розвиток електронного бізнесу в Україні / В. А. Кулик // Актуальні проблеми економіки = Actual Problems of Economics. – 2017. – № 1 (187). – С. 168-176.
343. Кушніренко О. М. Промисловість України перед викликами Індустрії 4.0: оцінка обмежень і завдання політики / О. М. Кушніренко // Економіка України. – 2020. – № 5 (702). – С. 53-71.
344. Лазебник М. Об'єм рекламно-комунікаційного ринку України 2018 і прогноз об'ємів ринку 2019 : експертна оцінка Всеукраїнської рекламної коаліції / М. Лазебник // Маркетинг в Україні. – 2018. – № 5 (110). – С. 4-10.
345. Лупак Р. Л. Стратегічне програмування державної політики цифровізації: реального сектору економіки України / Р. Л. Лупак, Т. Ф. Шмець // Економіка та держава. – 2020. – № 1. – С. 33-39.

346. Матвейчук Л. О. Державне регулювання соціально-трудо­вих відносин за умов розвитку інформаційного суспільства в Україні / Л. О. Матвейчук // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. – 2018. – № 1 (88). – С. 122-129.
347. Машевская К. Виртуальная полка : [рынок интернет-торговли становится одним из лидеров украинской экономики с оборотом около \$ 2 млрд.] / К. Машевская // Бизнес. – 2016. – № 29-30 (1224-1225). – С. 56-57.
348. Машевская К. Куда подует ветер инноваций? : [будущее цифровой экономики Украины] / К. Машевская // Бизнес. – 2017. – № 26. – С. 10-12.
349. Машина Ю. Кросс-девайс коммерция: стан та перспективи розвитку в Україні : [електронна комерція] / Ю. Машина, В. Кривещенко // Маркетинг в Україні. – 2018. – № 4 (109). – С. 50-57.
350. Молдавская Е. Многобайт : [украинские предприятия начинают внедрять технологии Big Data и монетизировать "большие данные" (инновационные методы и технологии обработки данных огромного объема и разного формата для получения воспринимаемых человеком результатов)] / Е. Молдавская // Бизнес. – 2016. – № 3-4, январь. – С. 26-29.
351. Объем украинского E-commerce в 2016 году вырос вдвое : [маркетинговые исследования электронной торговли] // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 7-8 (238-239). – С. 62-65.
352. Овсієнко О. В. Цифрова інфраструктура підтримки малого бізнесу в Україні : [напрями використання мережі Інтернет на підприємствах з розподілом за середньою кількістю працівників у 2018-2019 роках, % від загальної кількості підприємств] / О. В. Овсієнко. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2021. – № 2. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8648/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 16.06.2021.
353. Одотюк І. В. Розвиток цифрової економіки в Україні: підсумки імплементації прискореного сценарію та перспективні заходи розбудови інноваційної інфраструктури / І. В. Одотюк. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2020. – № 11. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8332/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 03.12.2020.

354. Павленко Ю. E-commerce export - нові можливості для Українських підприємців виходу на глобальні ринки / Ю. Павленко // Маркетинг в Україні. – 2016. – № 4 (97). – С. 38-43.
355. Панкратова А. Р. Анализ преимуществ и недостатков вендинговой торговли в Украине : [вендинг - это торговля, которую вместо людей осуществляют автоматы] / А. Р. Панкратова // Економіка. Фінанси. Право. – 2016. – № 6. – С. 15-17.
356. Піжук О. І. Національний індекс цифрової трансформації економіки: формування системи показників та методика розрахунку / О. І. Піжук // Економіка та держава. – 2020. – № 11. – С. 63-68.
357. Плєскач В. Становлення цифрової економіки в Україні у контексті інтеграції з єдиним цифровим ринком Європейського Союзу / В. Плєскач, Л. Олексюк // Банківська справа. – 2019. – № 1 (149). – С. 88-102.
358. Подольчак Н. Ю. Сучасний стан цифровізації в Україні : [поняття «цифрова економіка» розглядається не лише як торгівля за допомогою мережі Інтернет, а й як чинник збільшення інвестиційного клімату, як нова якість економіки] / Н. Ю. Подольчак, О. І. Білик, Я. В. Левицька.- Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2019. – № 10. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7300/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 28.11.2019
359. Попова Т. Компании, которые хотят быть конкурентоспособными, должны проводить мониторинг социальных сетей / Т. Попова // Маркетинговые исследования в Украине. – 2018. – № 4 (88). – С. 38-39.
360. Рынок электронной коммерции Украины: прогноз на 2016 год // Маркетинговые исследования в Украине. – 2016. – № 1 (74), янв.-февр. – С. 11.
361. Савицька О. М. Особливості діджиталізації бізнесу компанії в умовах розвитку Індустрії 4.0 : [приведено успішний досвід процесу цифровізації бізнесу компанії ПрАТ «Київстар». Динаміка основних показників ПрАТ «Київстар» за 2017–2019 рр.] / О. М. Савицька, В. О. Салабай. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2020. – № 10. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8266/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 25.11.2020.

362. Сіденко В. Р. Виклики і ризики цифрової трансформації: світовий та український контексти / В. Р. Сіденко // Економіка України. – 2021. – № 5 (714). – С. 40-58.
363. Склярів В. В. Індустрія 4.0 та дигіталізація національних еталонів / В. В. Склярів, О. В. Прокопов // Український метрологічний журнал. – 2019. – № 3. – С. 47-54.
364. Стефанишин О. В. Пріоритетні напрями фінансування людського потенціалу у процесі модернізації економіки України : [показано успішний досвід державного регулювання розвитку циркулярної економіки в Китаї] / О. В. Стефанишин, Л. В. Лисяк, С. В. Качула. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2020. – № 9. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8187/>. - Назва з екрана. - Дата перегляду: 29.10.2020.
365. Сторонянська І. З. Передумови і стратегічні пріоритети смарт-спеціалізації регіону : [на прикладі Запорізької області] / І. З. Сторонянська, М. І. Мельник, І. В. Лещух // Економіка України. – 2020. – № 4 (701). – С. 39-55.
366. Татаренко Г. Полезная площадь : [массовое использование электронных торговых площадок аграриями - один из ожидаемых трендов. Рынок электронных коммерческих закупок в агросекторе вырос в 2015 г. на 60 % по сравнению с 2014 г.] / Г. Татаренко, Д. Владимирев // Бизнес. – 2016. – № 3-4, январь. – С. 34-35.
367. Ткаченко Н. Б. Трансформація публічних закупівель в Україні / Н. Б. Ткаченко // Економіка України. – 2018. – № 9 (682). – С. 123-138.
368. Угнива С. Потребители ковидного периода: Украинцы реже выбирают в магазины, но тратят больше денег, приобретая здоровую еду и экономя на косметике и одежде : [маркетинговые и статистические исследования] / С. Угнива // Новое время страны. – 2021. – № 14 (334). – С. 32-37.
369. Фреюк О. Особенности организации доставки в интернет-магазине : [рассмотрено современное состояние развития рынка электронной коммерции в Украине. Почтовые операторы: ООО "Новая почта", ПАО "Укрпочта"] / О. Фреюк // Логистика: проблемы и решения. – 2019. – № 2 (81). – С. 40-46.

370. Чисельність покупців в Інтернеті зросла майже в півтора рази : [топ-10 найбільш популярних занять українців на самоізоляції, топ-10 найбільш популярних товарів на самоізоляції] / за матеріалами прес-релізу // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 5 (284). – С. 50-52.
371. Шаповал Е. Шопоголики пошли по миру : [уже почти треть всех онлайн-покупок украинцы делают на иностранных сайтах] / Е. Шаповал // Новое время. – 2016. – № 47 (128). – С. 22-24.
372. Яновська В. П. Інтенсивність цифровізації економіки України / В. П. Яновська // Економіка України. – 2020. – № 9 (706). – С. 5-20.
373. Khadzhyradieva S. K. The Mechanism of Activation of Readiness for Innovations Perception in Ukraine : [механізм активізації готовності до сприйняття інновацій в Україні] / S. K. Khadzhyradieva, T. K. Hrechko // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. – 2019. – № 1 (92). – Р. 39-46.
374. Novikova N. Global trends of digitalization: potential of Ukraine : [глобальні тренди цифровізації: потенціал України] / N. Novikova, O. Diachenko, Y. Holovnia // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2020. – № 6 (134). – Р. 4-15.
375. Oleksiv I. Knowledge economy in Ukraine: current condition and problems of its development : [економіка знань в Україні: сучасний стан та проблеми її розвитку] / I. Oleksiv, D. Mirzoieva. - Electronic data // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2020. – № 1. - Access mode: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7567>. - The name from the screen. - Revision Date: 03.03.2020.
376. Tkachenko A. M. Features and potential of electronic trade development in modern conditions : [особливості та потенціал розвитку електронної торгівлі в сучасних умовах] : [electronic article] / A. M. Tkachenko, R. V. Sevastyanov. - Electronic data // EIRZNTU (Electronic Institutional Repository of Zaporizhzhya National Technical University). – Запоріжжя, 2015 -.- Mode of access: <http://eir.zntu.edu.ua/handle/123456789/6564>. - Title from the screen. - Date of the application: 04.02.2021.
377. Zalutsky I. R. Socio-economic Environment of City in Digital Economy Development: Conceptual Grounds of Transformation : [концептуальні засади трансформації соціально-економічного середовища міста в контексті розвитку цифрової економіки] / I. R. Zalutsky // Регіональна економіка. – 2019. – № 2 (92). – Р. 56-66.

Іменний покажчик

- | | |
|----------------------|---|
| Алешкина Т. 189 | Васильева О. 15, 16 |
| Алиев Р. 1 | Васильців Т. Г. 198 |
| Андруник В. А. 190 | Венгер Е. 17, 18 |
| Антихович В. 244 | Верещинская Т. 19 |
| Артем'єва І. О. 191 | Винокурова Н. 21 |
| Артюхова О. 2 | Винья П. 199 |
| Артющенко В. 3 | Висоцька В. А. 190, 200 |
| Афанасьєва К. 43 | Вишневецький В. П. 201 |
| Багрий Ю. 192 | Вінник О. 202, 203, 204, 205, 206, 207, 317 |
| Бажан Л. І. 312 | Владимиров Д. 366 |
| Байцар Р. І. 330 | Возняк С. 295 |
| Бала Р. Д. 245 | Войнаренко М. П. 208 |
| Баловсяк Н. 4 | Волошина Н. 22 |
| Бармотина К. 5, 6 | Воронова Т. А. 98 |
| Бармотина К. 313 | Гавриш О. 25 |
| Бартоломеев Д. 153 | Гайдар А. А. 318 |
| Басанцов И. В. 228 | Гайдукова О. О. 209 |
| Батрименко В. 341 | Галєва А. 210 |
| Башинська І. О. 314 | Галпин Д. 26 |
| Бебик А. 7 | Гамова І. 27, 222 |
| Белов С. В. 228 | Георгіаді Н. Г. 230 |
| Бережний Я. В. 315 | Герасименко О. О. 234 |
| Береза Е. 193 | Гернего Ю. О. 220, 325, 326 |
| Белікова Ю. 8 | Гільорме Т. В. 319 |
| Биковський В. Г. 247 | Голованова М. 320 |
| Білик О. І. 358 | Гончаренко О. 211, 321 |
| Благирев А. 9 | Горбаль Ю. О. 28 |
| Благун І. І. 194 | Горбаль Н. І. 28, 212 |
| Близнюк В. 10 | Горбань Ю. І. 257 |
| Богдан Ю. Д. 269 | Горбунов Д. 3 |
| Боцман Ю. С. 117 | Горобець Н. М. 322 |
| Бржезицкий Д. 11, 12 | Горячка А. І. 213 |
| Бублик М. І. 316 | Гошовська О. В. 211 |
| Бузов А. 13 | Гранат Л. В. 264 |
| Бутко І. М. 253 | Гребенюк М. 214 |
| Бутко М. П. 253 | Гриб В. М. 217 |
| Бучацька І. О. 38 | Грига В. Ю. 327 |
| Варга В. П. 197 | |

Гриник Н. 29
 Грищенко 312
 Грушевский Д. 30
 Густера О. М. 215, 332

Давимука С. А. 323
 Даниленко М. 31, 83
 Дащенко В. В. 134
 Дашкевич А. 295
 Двуліт З. П. 216
 Декадіна В. 63
 Дем'янчук М. А. 324
 Демчишак Н. Б. 217
 Демчук А. Б. 200
 Денисюк П. Ю. 255
 Дерій Ж. В. 253
 Дерлиця А. Ю. 218
 Дзюбіна К. О. 219, 326
 Диба М. І. 220, 325, 326
 Димінська О. Ю. 221
 Домашева Е. А. 37
 Доценко Н. І. 319
 Дроздина А. А. 324
 Дубик Г. Ю. 217
 Дубовик Т. В. 222
 Дубовик Т. В. 38
 Дудко В. 223

Еннан Р. 224
 Ефимец С. 39

Єгоров І. Ю. 327
 Ємельяненко Л. М. 280

Забара І. 328
 Завербний А. С. 216
 Задорожна А. В. 329
 Застрожнікова І. В. 225
 Зверяков М. І. 226
 Зеліско А. М. 330

Зинкевич А. 40
 Златова І. 104
 Злобин И. 41
 Зозульов О. В., Зозулев А. В. 37, 42, 43,
 44, 67, 227, 331
 Зубарева Е. А. 228
 Зюзиков А. 45, 46, 47

Іванченко Н. О. 332
 Іващенко О. А. 263
 Ільїна С. 333
 Ільченко Н. О. 250, 334, 335
 Іртищева І. О. 336

Кавун О. 335
 Казьмір Л. П. 337
 Каменева З. 320
 Капіца Ю. 229
 Касян С. Я. 54
 Катрулина А. 55
 Кац Э. 56, 57
 Качула С. В. 364
 Кейси М. 199
 Кінас І. О. 58
 Кіндзерський Ю. В. 339
 Князєв С. І. 201
 Князь С. В. 230
 Кобрин М. В. 231
 Коваленко О. О. 293
 Козловский М. 60, 232
 Колодий У. 61
 Колодізєв О. 233
 Колош А. М. 234
 Колядюк Р. 62
 Кондрашов В. 235
 Копець Г. Р. 219, 236
 Кордзая Н. Р. 64
 Корнєєва Ю. В. 237
 Корнилов Д. 65
 Корольков В. В. 238

Корчага М. О. 246
 Коршевніук Л. 66
 Костянчук К. В. 67
 Кофман В. 68
 Кошук Т. В. 239
 Кравченко В. 69, 70
 Кравчук В. 71
 Краус К. М. 240, 241, 242
 Краус Н. М. 240, 241, 242
 Крегул Ю. 341
 Кривещенко В. 349
 Крупчан О. Д. 261
 Крухмаль О. В. 243
 Крыжановская А. 73
 Куденко Е. 74
 Кудирко Л. 244
 Кулик В. А. 342
 Курбала Н. В. 263
 Кутовой Д. 75
 Кухарська О. 96
 Кушніренко О. М. 343
 Куян М. М. 28

 Лазебник М. 344
 Лакіза В. В. 245
 Лебеденко С. О. 246
 Левицька О. О. 198
 Левицька Я. В. 358
 Левченко Н. М. 247
 Левченко С. 76
 Летик В. 77
 Лещенко В. А. 248
 Лещух І. В. 365
 Лисяк Л. В. 364
 Литвин В. В. 200
 Литовченко І. Л. 78, 249
 Лищук Ю. 79
 Лобанов Н. 295
 Лозинська О. 233
 Лупак Р. Л. 345

Лядский И. 80, 81
 Лях А. 82

 Мазаракі А. 83
 Мазура Е. 84
 Македон В. В. 250
 Максаков А. 251
 Малец В. 85
 Малыш А. 86
 Мандычева О. 87
 Марченко О. В. 241
 Марченко В. М. 252
 Маслов А. О. 240
 Матвейчук Л. О. 346
 Машевская К. 90, 347, 348
 Машина Ю. 349
 Мащенко М. А. 278
 Медвідь Р. В. 316
 Мезенцева О. О. 252
 Мельник М. І. 365
 Мельник О. 91
 Мельниченко С. 83
 Мертел Д. 92
 Миронюк К. 94
 Михайлова В. 63
 Можайкіна Н. В. 256
 Молдавская Е. 350
 Мороз М. 95, 254
 Москаленко О. 42
 Мудра І. 96

 Надіївська С. П. 194
 Нарушинська О. О. 255
 Никитюк В. 97
 Никишкин В. В. 98

 Оберемок З. 101
 Овсієнко О. В. 352
 Оганджян А. 102
 Одотюк І. В. 353

Окландер І. З, 103
 Окландер М. 104, 105
 Орлова Ю. 106
 Осецький В. Л. 242
 Островський І. А. 256

Павленко Ю. 354
 Павлик Н. 107, 108
 Павлів Н. 109
 Палеха Ю. І. 257
 Панкратова А. Р. 354
 Панченко Н. 110
 Панченко О. 111
 Параска М. 153
 Пашков К. О. 258
 Пелип А. 153
 Пилипчук В. П. 78
 Піжук О. І. 356
 Плєскач В. 357
 Подольчак Н. Ю. 358
 Полевич К. 63
 Половинкіна А. О. 331
 Полтавцев А. 114
 Пономаренко І. 260
 Попова Т. 115, 359
 Попригіна Л. 116
 Потапова Н. 295
 Прокопов О. В. 363
 Просович О. П. 117
 Прохоренко А. 118
 Прошкіна А. 119
 Пудова Д. 120

Радько А. 91
 Рачинська Г. В. 236
 Резнікова Н. В. 263
 Решетняк А. 127
 Ривз Д. 128
 Романюк А. О. 216
 Ромат Е. 129, 130, 264

Рудюк Л. 260
 Рыбачук С. 265
 Рябошлик В. 266
 Рязанова Н. С. 267

Савельєв Д. 131
 Савенко А. 132
 Савицкая Д. 133
 Савицька Н. 63
 Савицька О. М. 361
 Садловська Г. І. 212
 Сазонець О. М. 268
 Салабай В. О. 361
 Самойленко А. О. 269
 Семенова Л. Ю. 134
 Сенкевич О. Ф. 336
 Сіденко В. Р. 270, 271, 362
 Сірко А. В. 272
 Скичко В. В. 231
 Складов В. В. 363
 Слободяник Ю. Б. 273
 Смирнов А. 274
 Соловей А. 136
 Соловьев А. 137
 Соловьев С. 138, 139
 Соснюк О. 141
 Ставрати Н. 142, 143
 Стариковська Д. О. 322
 Степаненко Е. 144
 Стефанишин О. В. 364
 Столбовая Ю. 158
 Сторонянська І. З. 365
 Сухонос В. В. 243

Таран Л. Ю. 248
 Тарасевич В. М. 275
 Тарасов Д. 276
 Татаренко Г. 366
 Твердохлебова М. Д. 98
 Тейлор Э. 146

Теслюк В. М. 255
 Тимофеев І. В. 215
 Титаренко Я. 147
 Ткаченко Н. Б. 367
 Тодорова О. 148
 Трепольский Д. 149
 Тульчинская К. 150
 Турчан А. 151

Угнива С. 368
 Угольников Є. О. 152
 Українська Л. О. 278
 Уманців Ю. 279
 Устенко С. В. 154

Федоришина Е. 156
 Федосов В. М. 267
 Федулова Л. І. 280, 323
 Федько С. О. 44
 Фомюк Е. 283
 Фреюк О. В. 284, 334, 369

Хала М. 157
 Харченко Е. 158
 Хаустов В. К. 285
 Хижа В. 320
 Хомякова Д. О. 320
 Хурдей В. Д. 134

Цебак Ю. 159
 Циганкова Т. М. 286
 Цуд В. 161, 162

Черненко О. 163
 Чернущенко М. 287
 Черняк А. 214
 Чжан Х. 288
 Чжили Ч. 289
 Чирун Л. В. 190
 Чміль Г. Л. 165

Чумаченко А. 166

Шалева О. І. 291
 Шаповал Е. 371
 Шаповалова Е. 159
 Шахдинарян А. 167
 Швец В. 168, 169, 170
 Шевченко Е. 171, 172, 173
 Шемчук Р. 105
 Шехайтли К. 175
 Ширина А. 176
 Шкарлет С. М. 292
 Школяренко С. 177
 Шлапак О. А. 293
 Шмець Т. Ф. 345
 Шупик А. 178
 Шурпа С. Я. 194

Щирин Е. 179

Юрчак А. 180, 296

Яковлева Л. 181
 Янковец Т. 182
 Янковець Т. 183
 Яновська В. П. 372
 Ярмолук А. 297

Akhmedov R. 184
 Akhmetshin E. M. 310
 Alrawabdeh W. 298
 Amosha I. Yu. 300
 Andryushchenko I. Y. 310
 Barmuta K. A. 310
 Diachenko O. 309, 374
 Dubovyk T. 185
 Fiedler M. 186
 Grynyuk B. V. 187
 Holovnia Y. 309, 374
 Hrechko T. K. 373

Khadzhyradieva S. K. 373
Kissling M. 186
Kniazieva O. 302
Kobets V. M. 303
Kondratiuk O. 304
Kozlova V. P. 311
Lang F. P. 305, 306
Majka S. A. 307
Malovychko S. V. 308
Meytus V. Y. 301, 311
Mirzoieva D. 375
Morozova G. I. 301, 311
Novikova N. 309, 374
Oleksiv I. 375
Pidorycheva I. Y. 300
Pursky O. I. 187
Sevastyanov R. V. 376
Shestopal D. A. 187
Stoianenko I. 304
Taran L. Y. 301, 311
Tkachenko A. M. 376
Yatsenko V. O. 303
Zalutskyy I. R. 377
Zatwarnicka-Madura B. 188
Zemliankin A. I. 300

Зміст

Вступ.....	3
1. Теоретично-методологічні засади формування інтернет-маркетингу.....	4
2. Світова електронна торгівля	22
3. Розвиток електронного бізнесу в Україні	36
Авторський показчик.....	44