

Управління брендом в сфері соціокультурної діяльності

1. Бурліцька, Оксана. Креативні інструменти комунікаційного маркетингу = Creative tools of communication marketing / О. Бурліцька, Б. Оксентюк // Трансформація бізнесу для сталого майбутнього: дослідження, цифровізація та інновації: монографія / Міністерство освіти і науки України, Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя ; [за ред. О. А. Сороківської. - Тернопіль : [ФОП Паляниця В. А.], 2024. - С. 463-474. - Бібліогр. в кінці ст.- Режим доступу: <https://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/46506>
2. Гомольська, Л. Особливості менеджменту брендів у сфері культури та мистецтва / Л. Гомольська // Актуальні питання гуманітарних наук = Humanities Science Current Issues : міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Вип. 73. Т. 1 / Міністерство освіти і науки України, Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка, Рада молодих вчених ; [голов. ред. П. М. Пантук.- [Одеса] , 2024. - С. 164-168.- Режим доступу: https://aphn-journal.in.ua/archive/73_2024/part_1/25.pdf
3. Капустіна, Н. Бренд та його сприйняття через корпоративну соціальну відповідальність: філософсько-етичний аспект / Н. Капустіна // Людинознавчі студії: збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Вип. 51. Серія Філософія / Міністерство освіти і науки України, Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка ; [голов. ред. В. А. Бодак]. - [Одеса], 2025. - С. 180-193.- Режим доступу: <https://filos.dspu.in.ua/index.php/main/article/view/279/260>
4. Коваленко, Інна Сергіївна. Нематеріальна культурна спадщина як соціокультурний бренд території / І. С. Коваленко // Гуманітарний корпус: збірник наукових статей з актуальних проблем філософії, культурології, психології, педагогіки та історії. Вип. 28 / Міністерство освіти і науки України, Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова, Факультет філософії та суспільствознавства, Факультет педагогіки та психології, Громадська організація "Академія розвитку психологічної науки і практики" ; [ред. колегія: В. І. Бондар [та ін.] ; упоряд.: Є. В. Кучеренко, С. С. Русаков]. - Вінниця : Твори, 2019. - С. 49-52. - Бібліогр. в кінці ст.- Режим доступу: <https://enpuirb.udu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/4f0fa18b-14fc-4b6c-9331-9cdf028fb37/content>
5. Красовський, Сергій Олександрович. Імідж та бренд України у контексті комунікативної функції міжнародного туризму / С. О. Красовський // Міжнародний вісник. Культурологія. Філологія. Музикознавство = International Journal. Culturology. Philology. Musicology. Вип. 1 (10) / Міністерство культури України, Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, Одеська національна музична академія імені А. В. Нежданової ; [ред. колегія: П. Е. Герчанівська [та ін.]. - Київ, 2018. - С. 76-83
6. Ладонько, Л. Еволюція підходів до менеджменту культури в Україні: досвід країн ЄС / Л. Ладонько, О. Воронко // Актуальні питання гуманітарних наук = Humanities Science Current Issues : міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка, Рада молодих вчених. Вип. 65. Т. 2 / Міністерство освіти і науки України, Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка ; [головний редактор: П. М. Пантук]. - [Дрогобич], 2023. - С. 68-73.- Режим доступу: https://www.aphn-journal.in.ua/archive/65_2023/part_2/8.pdf

7. Лазебник, Вікторія Вікторівна. Бренд-менеджмент : навчальний посібник / В. В. Лазебник, Ю. Г. Гаврилюк ; Національний університет біоресурсів і природокористування України. - Київ : НУБіП України, 2024. - 566 с.- Режим доступу: <https://dglib.nubip.edu.ua/server/api/core/bitstreams/8da27a32-0092-4111-8e87-e250e8e618fa/content>
8. Любчук В. Бренд-менеджмент як вид управлінської діяльності / В. Любчук // Соціологічні студії. - 2020. - № 1. - С. 57-63. - Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&S21P03=FILA=&S21STR=socst_2020_1_9
9. Маркетинг соціокультурної сфери: практикум для студентів спеціальності 028 Менеджмент соціокультурної діяльності освітнього рівня бакалавр галузі знань 02 Культура і мистецтво / укладач: Л. С. Ладонько.- Чернігів: НУЧК імені Т.Г. Шевченка, 2023.-80 с.- Режим доступу: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi83/0063129.pdf>
10. Марченко, Ольга. Бренд-менеджмент у сучасному бізнесі : навчальний посібник / Ольга Марченко ; Львівський державний університет внутрішніх справ. - Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2023. - 268 с.- Режим доступу: <https://dspace.lvduvs.edu.ua/handle/1234567890/6178>
11. Оленіна О. Ю. Арт-менеджмент у соціально-культурній динаміці : навч. посібник Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 88 с.- Режим доступу: <https://eprints.kname.edu.ua/61729/1/Оленіна%2C%206Н%2C%202018%3В%208Н%2C%202021%2C%20pdf.pdf>
12. Повалій Т. Л. Іміджелогія та брендинг у соціокультурній діяльності : навчальний посібник / Т. Л. Повалій, О. П. Бойко, О. О. Котенко. – Суми : Сумський державний університет, 2024. – 257 с.- Режим доступу: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi79/0059509.pdf>
13. Поліщук Л. О. Пріоритетні принципи соціально-культурної діяльності / Л. О. Поліщук // Актуальні філософські та культурологічні проблеми сучасності : альманах : збірник наукових праць / Київський нац. лінгвіст. ун-т. - Київ : Видавництво центру КНЛУ, 2009. - Вип. 23. - С. 133-141.
14. Росляков, Є. Оптимізація управління соціокультурною сферою в умовах надзвичайних ситуацій : кваліфікац. робота здобувача вищої освіти другого (магістер.) рівня, спец. 028 Менеджмент соціально-культурної діяльності, ОПП "Менеджмент соціокультурної діяльності" / Росляков Євгеній В'ячеславович; наук. кер. Церковний Альберт Олександрович ; М-во культури та стратегічних комунікацій України, Харків. держ. акад. культури, Ф-т культурології та соц. комунікацій, Каф. менеджменту культури та соц. технологій. — Харків : ХДАК, 2024. - 74 с. - Бібліогр.: 60 назв.- Режим доступу: <https://repository.ac.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/468cfd32-b255-478f-a467-e69fa06c427c/content>
15. Савенко, О. В. Бренд країни як соціокультурний феномен: функціональна презентація / О. В. Савенко // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв [Текст] = National Academy of Culture and Arts Management Herald : щоквартальний науковий журнал. № 1 / Міністерство культури та інформаційної політики України, Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв ; [ред. колегія: Ж. З. Денисюк (головний редактор) [та ін.]. - Київ, 2023. - С. 93-98.- Режим доступу: <https://journals.uran.ua/visnyknakkkim/issue/view/16601>
16. Соціокультурний менеджмент: історія, теорія та сучасні практики : хрестоматія для студентів освітнього рівня «Магістр» спеціальності 028 «Менеджмент

соціокультурної діяльності» / уклад.: О. Р. Копієвська, Н. О. Шевченко. Київ : НАКККіМ, 2019. 342 с.- Режим доступу:

<https://elib.nakkkim.edu.ua/handle/123456789/2269>

17. Стрітьєвич, Т. Арт-менеджмент: сутність поняття, види, функції, перспективи розвитку / Т. Стрітьєвич // Актуальні питання гуманітарних наук = Humanities Science Current Issues : міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Вип. 67. Т. 2 / Міністерство освіти і науки України, Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка, Рада молодих вчених ; голов. ред. П. М. Пантюк. - [Дрогобицьк] , 2023.. - С. 131-138.- Режим доступу: https://www.aphn-journal.in.ua/archive/67_2023/part_2/18.pdf
18. Тарасова К. PR-інструменти в системі управління брендом / К. Тарасова, Я. Сало, Г. Новак // Економіка та суспільство.- 2023.- Вип.53.- Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2698/2612>
19. Щербина Є. Сучасний концептуальний підхід до системи бренд менеджменту / Є. Щербина // Південноукраїнські наукові студії : програма та матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих вчених. 4-5 грудня, 2023 р. м. Одеса.-2023.-С. 155-158.- Режим доступу: <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/18884/1/Shcherbyna.pdf>
20. Яненко, Ярослав. Сучасні бренд-комунікації: соціалізаційний аспект / Ярослав Яненко // Образ : науковий журнал/ Сумський державний університет. - 2016г. -N 4(22). - С.97-102.- Режим доступу: <https://obraz.sumdu.edu.ua/index.php/journal/issue/view/25/24>
21. Яновська В. П. Управління брендом за результатами аналітичної діяльності маркетингу соціокультурних продуктів та послуг / В. П. Яновська, В. І. Творонович, .А.С. Устіловська // Наукові перспективи.- 2023.-№ 9(39).- С.438-448.- Режим доступу: <https://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/6531/6564>
22. Ясюк, Т. Культурно-мистецькі проекти як важливий чинник соціокультурної комунікації України / Т. Ясюк // Fine Art and Culture Studies. Вип. 3 / Волинський національний університет імені Лесі Українки ; [головний редактор: Охманюк Віталій Федорович]. - [Одеса] : Видавничий дім "Гельветика", 2023. - С. 221-228.-Режим доступу: <http://journals.vnu.volyn.ua/index.php/art/article/view/1236/1149>

