

Східноєвропейський національний університет ім. Лесі Українки
Бібліотека

Державний брендінг в міжнародних відносинах

Науково-допоміжний бібліографічний покажчик

ЛУЦЬК – 2014

Мета бібліографічного покажчика – з найбільшою повнотою подати бібліографічну інформацію по дисципліні «Державний бендінг в міжнародних відносинах», яка вивчається у Східноєвропейському національному університеті ім. Лесі Українки (факультет міжнародних відносин) для забезпечення навчальної і науково-дослідної роботи студентів.

Бібліографічні матеріали згруповано за розділами:

1. *Державний бренд. Взаємозв'язок комерційного та державного брендів*
2. *Стратегії державного брендингу*
3. *Брендинг держав світу*
4. *Брендинг міст. Брендинг міжнародних організацій*

Розміщення джерел у межах розділів – за алфавітом прізвищ авторів або за назвою документа. Позиції пронумеровані. Всі описи мають шифр, що полегшить пошук літератури.

Література, яка вміщена в покажчику, є наявною у фондах бібліотеки. Підбір завершено у вересні 2014 р.

I. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ БРЕНДИНГУ

1. Державний бренд. Взаємозв'язок комерційного та державного брендів

1. Богоявленський О. В. Імідж країни як фактор конкурентоспроможності національної економіки / О. В. Богоявленський, А. М. Шульміна // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. - 2011. - № 5. - С. 21-27. - Бібліогр.: с. 27.

2. Голубков Е. П. Еще раз о понятии „бренд” / Е. П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 2. – С. 4–15.

3. Дзюба С. Г. Структура вартості бренду як основа економічної оцінки ділової репутації підприємства / С. Г. Дзюба, Л. М. Гоц // Зовнішня торгівля: право та економіка. - 2008. - № 3. - С. 15-20. - Бібліогр.: 4 назви.

4. Заиченко И. А. Бренд как фактор максимизации стоимости бизнеса / И. А. Заиченко, Е. В. Гребеникова // Економіка. Фінанси. Право. - 2008. - № 10. - С. 20-22. - Бібліогр.: 7 назв.

5. Зозулев О. Бренд як нематеріальний актив у постіндустріальному суспільстві / О. Зозулев, Ю. Нестерова // Економіка України. - 2008. - № 3. - С. 4-11.

6. Зозульов О. Корпоративний бренд: сутність та особливості / О. Зозульов, М. Григораш // Маркетинг в Україні. - 2010. - № 2. - С. 36-42. - Бібліогр.: 10 назв.

7. Карпчук Н. П. Формування міжнародного іміджу держави засобами ПР / Н. П. Карпчук // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки. - Луцьк, 2009. - № 3 : Міжнародні відносини. - С. 128-132. - Бібліогр.: 8 назв.

66.4я54

В 67

8. Козлова А. І. Міжнародні інноваційні рейтинги як фактор економічного іміджу країни / А. І. Козлова // Економіка та держава. - 2012. - № 11. - С. 44-45. - Бібліогр.: 4 назви.

9. Колесницька Н. М. Бренд як елемент успішного виконання завдання інформаційного менеджменту / Н. М. Колесницька // Інформаційне забезпечення транскордонного співробітництва України : матеріали I Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., м. Луцьк, 14-15 трав. 2013 р. / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки. - Луцьк, 2013. - Т. 1. - С. 100-107. - Бібліогр.: с. 106-107.

66.4(4УКР)

I-74

10. Крайнюченко О. Ф. Досвід вітчизняних підприємств у створенні корпоративного бренду / О. Ф. Крайнюченко, Ю. І. Максименко, Т. В. Гаврилова // Формування ринкових відносин в Україні. - 2011. - № 7/8. - С. 114-116. - Бібліогр.: 10 назв.

11. Кривошеїн В. В. Загальнотеоретичні засади державного брендингу / В. В. Кривошеїн // Грані. - 2013. - № 12. - С. 6-12. - Бібліогр.: с. 10-11.

12. Кулініч О. "Бренд" як складний правовий засіб індивідуалізації учасників цивільного обороту товарів та послуг / О. Кулініч // Теорія і практика інтелектуальної власності. - 2009. - № 5. - С. 21-29.

13. Лупаций В. Имидж и брендинг страны в современном мире / В. Лупаций // PR - менеджер. - 2009. - № 5. - С. 12-16.

14. Мазуренко В. П. Брендинг як основа побудови комунікаційної концепції маркетингу / В. П. Мазуренко, В. А. Крикун // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. - К., 2008. - Вип. 75, ч. 2. - С. 108-114.

66.4я54

А 43

15. Мартынов В. В. Что такое бренд и зачем он нужен / В. В. Мартынов // Секретарь-референт. - 2008. - № 12. - С. 66-73.

16. Мороз О. В. Теорія сучасного брендингу : монографія / О. В. Мороз, О. В. Пашенко. - Вінниця : Універсум-Вінниця, 2003. - 104 с.

65.42

М 80

17. Нінічук В. В. Державний брендинг як метод формування іміджу країни / В. В. Нінічук // Європейські інтеграційні процеси і транскордонне співробітництво : тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф. студ., асп. і молодих науковців, 25-26-трав. 2011 р., м. Луцьк / М-во освіти і науки України [та ін.]. - Луцьк, 2011. - С. 150-152. - Бібліогр.: 7 назв.

66.4я43

Є 24

18. Рибаківа І. Бренд і люди, які його оточують / І. Рибаківа, В. Савицький // Персонал. - 2009. - № 2. - С. 56-61.

19. Рэнделл Д. Брендинг : краткий курс / Д. Рэнделл. - М. : Фаир-Пресс, 2003. - 216 с.

65.42

Р 96

20. Терещук В. І. Електронний PR як засіб формування зовнішньополітичного іміджу держави : монографія / В. І. Терещук. - К. : Ун-т економіки та права "КРОК", 2012. - 200 с.

66.0

Т 35

21. Тульчинский Г. Имидж и репутация: брендинг и контактные группы PR / Г. Тульчинский // PR - менеджер. - 2008. - № 1. - С.41-45.

22. Шамбір К. Технології державного брендингу у формуванні міжнародного іміджу України / К. Шамбір // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. праць] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. - К., 2011. - Вип. 95, ч. 2. - С. 150-151. - Бібліогр.: 7 назв.

66.4я54

А 43

23. Шевченко Г. Корпоративний брендинг та національні інтереси. Міжнародна практика / Г. Шевченко // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] /

Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. - К., 2006. - Вип. 59, ч. 2. - С. 212-213.

66.4(0)я54

А 43

24. Шевченко О. В. Політико-комунікативна парадигма державного бренду / О. В. Шевченко // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. - К., 2010. - Вип. 94, ч. 1. - С. 37-47. - Бібліогр.: с. 46-47.

66.4я54

А 43

2. Стратегії державного брендингу

25. Антонюк О. В. Сучасний стан стратегії просування бренду держави в Україні / О. В. Антонюк // Економіка та держава. - 2011. - № 8. - С. 64-67. - Бібліогр.: 11 назв.

26. Громова Е. Позиционирование бренда / Е. Громова, М. Герасимова // PR - менеджер. - 2008. - № 5. - С. 23-33.

27. Дзюба С. Г. Структура вартості бренду як основа економічної оцінки ділової репутації підприємства / С. Г. Дзюба, Л. М. Гоц // Зовнішня торгівля: право та економіка. - 2008. - № 3. - С. 15-20. - Бібліогр.: 4 назви.

28. Доценко К. Реклама як засіб творення національного бренду (на прикладі України та Польщі) / К. Доценко, О. Беззубець // Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи. - 2013. - № 3. - С. 47-51. - Бібліогр.: 10 назв.

29. Жданова Т. Туристический бренд Украины / Т. Жданова, В. Пекар // Маркетинг и реклама. - 2013. - № 10. - С. 40-45.

30. Кашина О. Створення бренду, як один з елементів процесу формування іміджу компанії на ринку / О. Кашина // Актуальні проблеми і перспективи розвитку економіки України : матеріали наук.-практ. інтернет-конф. молодих науковців, асп., здобувачів і студ. (17-18 листоп. 2011 р.) / М-во освіти і науки України, Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки ; [відп. ред. Л. Г. Ліпич]. - Луцьк, 2011. - С. 79-80. - Бібліогр.: 2 назви.

65.9(4УКР)я43

А 43

31. Ліпич М. Брендинг - спосіб завоювання споживачів / М. Ліпис // Волинь очима молодих науковців: минуле, сучасне, майбутнє : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. асп. і студ., (13-14 трав. 2009 р.) / М-во освіти і науки України, Волин. обл. держ. адмін., Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки. - Луцьк, 2009. - Т. 3. - С. 184-185.

74.58(4УКР-4ВОЛ)

В 70

32. Лола Ю. Ю. Засоби стимулювання в'їзного туризму / Ю. Ю. Лола // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка / М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Ужгор. нац. ун-т ; [редкол.: В. П. Мікловда та ін.]. - Ужгород, 2011. - 33 (спецвип.), ч. 4. - С. 82-85.

65я54

У 33

33. Лялюк А. М. Характеристика оцінки бренду на основі моделі "витрати/доходи" / А. М. Лялюк // Перспективи розвитку економіки України: теорія, методологія, практика : матеріали XVII Міжнар. наук.-практ. конф. (29-30 трав. 2012 р.) / М-во освіти і науки України, Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Волин. обл. держ. адмін. ; [відп. ред. Л. Г. Ліпич]. - Луцьк, 2012. - С. 251-253. - Бібліогр.: 4 назви.

65.9(4УКР)я43

П 27

34. Мазуренко В. Новітні технології просування бренду в умовах асиметрії інформації / В. Мазуренко, О. Мазуренко // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: В. В. Копійка та ін.]. - К., 2012. - Вип. 105, Ч. 2. - С. 85-87.

66.4я54

А 43

35. Матанцев А. Н. 600 способів продвиження торговой марки / А. Н. Матанцев. - М. : Дело и Сервис, 2003. - 352 с.

65.42

М 33

36. Матвеев В. В. Державний брендинг як складова зовнішньої політики України / В. В. Матвеев, В. Зінченко // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. - К., 2008. - Вип. 79, ч. 1. - С. 149-154. - Бібліогр.: с. 154.

66.4я54

А 43

37. Мороз Л. А. Вартісні аспекти брендингу: проблеми і підходи / Л. А. Мороз, Т. В. Лебідь // Вісник національного університету "Львівська політехніка" / М-во освіти і науки України, Нац. ун-т "Львівська політехніка" ; відп. ред. Є. В. Крикавський. - Л., 2006. - № 552 : Логістика : Логістика. - С. 95-100.

65.291я54

Л 89

38. Новый бренд на рынке туристических услуг Украины // Маркетинг и реклама. - 2006. - № 2. - С. 58-59.

39. Панченко, Ж. О. Особливості використання технологій репутаційного менеджменту у зовнішньополітичному позиціонуванні держави / Ж. О. Панченко // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. - К., 2010. - Вип. 88, ч. 1. - С. 223-229. - Бібліогр.: с. 228-229.

66.4я54

А 43

40. Піпченко Н. О. Віртуальна дипломатія як складова формування державного бренду "Україна" / Н. О. Піпченко // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. - К., 2008. - Вип. 79, ч. 1. - С. 23-29. - Бібліогр.: с. 28-29.

66.4я54

А 43

41. Пустотин В. Брендинг в современных экономических условиях / В. Пустотин // Маркетинг и реклама. - 2010. - № 6. - С. 38-40.

42. Сагайдак М. П. Бренд контактного персоналу у забезпеченні внутрішнього маркетингу туристичної фірми / М. П. Сагайдак // Актуальні проблеми економіки. - 2013. - № 11. - С. 85-89. - Бібліогр.: 15 назв.

43. Серажим В. Державний брендинг як засіб здійснення PR на зовнішньополітичному рівні : досвід та перспективи / В. Серажим // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. - К., 2006. - Вип. 62, Ч. 2. - С.183-186.

66.4(0)я54

А 43

44. Скибінський С. В. Складові брендингу: теорія і практика / С. В. Скибінський, Л. М. Орел // Вісник Національного університету "Львівська політехніка" / М-во освіти і науки України, Нац. ун-т "Львівська політехніка" ; відп. ред. Є. В. Крикавський. - Л., 2003. - № 469 : Логістика. - С. 492-498. - Бібліогр.: 14 назв.

65.291

Л 89

45. Ущина Ю. Державний брендинг та публічна дипломатія в структурі зовнішньої політики держави / Ю. Ущина // Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень : (10-11 травня 2011 року) / М-во освіти і науки України, Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Наук. т-во студ. і асп. - Луцьк, 2011. - Т. 1. - С. 118-120. - Бібліогр.: 7 назв.

72.4(4УКР-4ВОЛ)я43

М 34

46. Шевченко О. В. Проблеми державного брендингу в умовах кризи: сучасна політична думка / О. В. Шевченко // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. - К., 2010. - Вип. 93, ч. 1. - С. 50-56. - Бібліогр.: 6 назв.

66.4я54

А 43

47. Шевченко О. В. Сучасні підходи створення та просування бренду держави / О. В. Шевченко // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. - К., 2006. - Вип. 59, ч. 2. - С. 52-59.

66.4(0)я54

А 43

48. Шевченко О. В. Технології створення бренду країни / О. В. Шевченко, Ю. Ткачова // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. - К., 2008. - Вип. 78, ч. 2. - С. 190-195. - Бібліогр.: с. 194-195.

66.4я54

А 43

II. ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ БРЕНДИНГУ В МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ

3. Брендинг держав світу

49. Бессонова М. М. США в громадській думці Канади на початку ХХІ століття (за даними соціологічних опитувань) / М. М. Бессонова // Науковий вісник Дипломатичної академії України / Дипломат. акад. України при М-ві закород. справ України ; [за ред. Н. О. Татаренко, В. Г. Ціватого]. - К., 2012. - Вип. 19 : Зовнішня політика і дипломатія: досвід, моделі, традиції. - С. 198-202.

66.4(4УКР)я54

Н 34

50. Борецька А. А. Досвід США та Великої Британії у формуванні позитивного іміджу країни / А. А. Борецька // Європейські інтеграційні процеси і транскордонне співробітництво : тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф. студ., асп. і молодих науковців, 25-26-трав. 2011 р., м. Луцьк / М-во освіти і науки України [та ін.]. - Луцьк, 2011. - С. 322-324.

66.4я43

Є 24

51. Войнаровська Х. Маркетинг відносин у створенні вартості польських підприємств / Х. Войнаровська // Вісник Національного університету "Львівська політехніка" / [редкол.: Є. В. Крикавський (відп. ред.) та ін.]. - Л., 2008. - № 633 : Логістика. - С. 84-92. - Бібліогр.: 16 назв.

65я54

Л 88

52. Володенков С. В. Политическое бренди́рование в современной России / С. В. Володенков // Вестник Московского ун-та. Серия 12, Политические науки. - 2010. - № 6. - С. 23-30. - Библиогр.: с. 30.

53. Воронов К. Восприятие России на севере Европы: знаки времени / К. Воронов // Мировая экономика и международные отношения. - 2009. - № 10. - С. 43-51.

54. Голобуцький А. Вопросы формирования имиджа Украины / А. Голобуцький // PR - менеджер. - 2007. - № 11. - С. 30-32.

55. Гусев Л. Формирование образа России на Украине - проблемы и перспективы / Л. Гусев // Международная жизнь. - 2013. - № 8. - С. 162-173. - Библиогр.: с. 172-173.

56. Дмитрук А. В. Шляхи формування позитивного іміджу України на міжнародній арені / А. В. Дмитрук // Політологічні читання пам'яті професора Богдана Яроша : зб. наук. пр. / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Іст. ф-тет, Каф. політол. - Луцьк, 2012. - С. 151-152. - Бібліогр.: 3 назви.

66.01

П 50

57. Єлейко І. Формування іміджу України на міжнародному ринку туристичних послуг / І. Єлейко, І. Джалюк // Формування ринкової економіки в Україні : зб. наук. пр. / [Львів. нац. ун-т імені Івана Франка ; редкол.: С. М. Панчишин та ін.]. - Л., 2011. - Вип. 24. - С. 127-131. - Бібліогр.: 9 назв.

65я54

Ф 79

58. Имидж России в мире: количественный анализ / С. В. Кобзева [и др.] // Полис (Политические исследования). - 2009. - № 5. - С. 128-140.

59. Карпчук Н. Королівство Монако. Як бренд / Н. Карпчук // КоМА: кореспонденція міжнародної аналітики. - 2013. - Т.1, № 2-4. - С. 26-31.

60. Карпчук Н. П. Стратегії міжнародного брендингу Фінляндії / Н. П. Карпчук, Д. В. Шелуха // Проблеми розвитку прикордонних територій та їх участі в інтеграційних процесах : матеріали 6 Міжнар. наук.-практ. конф., м. Луцьк, 15-16 жовт. 2009 р. / [М-во освіти і науки України, Волин. обл. держ. адмін., Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки та ін.; за ред. В. Й. Лажніка і С. В. Федонюка]. - Луцьк, 2009. - С. 56-60. - Бібліогр.: 7 назв.

65я43

П 78

61. Куліков О. Деякі питання практики корпоративного та державного брендингу в Європі / О. Куліков, О. Пічкур, В. Редько // Теорія і практика інтелектуальної власності. - 2008. - № 2. - С. 26-35. - Бібліогр.: с. 35.

62. Матвеев В. В. Державний брендинг як складова зовнішньої політики України / В. В. Матвеев, В. Зінченко // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. - К., 2008. - Вип. 79, ч. 1. - С. 149-154. - Бібліогр.: с. 154.

66.4я54

А 43

63. Рижков М. М. Формування іміджу України у системі міжнародних відносин (у контексті реалізації державних іміджевих програм) / М. М. Рижков, О. Петухова // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. - К., 2008. - Вип. 79, ч. 1. - С. 62-67. - Бібліогр.: с. 66-67.

66.4я54

А 43

64. Скалицька О. Державний брендинг: зарубіжний досвід та перспективи для України / О. Скалицька // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.] ; відп. ред. А. Г. Дерев'янка. - К., 2005. - Вип. 58, ч. 1. - С. 89-93.

66.4(0)я54

А 43

65. Соловьев Э. Политические риски - фактор формирования российского инвестиционного имиджа / Э. Соловьев // Мировая экономика и международные отношения. - 2010. - № 4. - С. 64-70.

66. Сулим Б. Фактори формування міжнародного іміджу України / Б. Сулим // Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини : [зб. наук. пр.] / Львів. нац. ун-т ім. І. Франка ; [редкол.: М. Мальський (голов. ред.) та ін.]. - Л., 2010. - Вип. 27. - С. 172-177.

66.4я54

Л 89

67. Ткачова Ю. Брендінг Австралії у міжнародних відносинах (технологія просування національних інтересів) / Ю. Ткачова // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. - К., 2010. - Вип. 88, ч. 1. - С. 270-271.

66.4я54

А 43

68. Томко М. В. Зовнішньополітичні аспекти іміджу України в оцінках зарубіжних експертів / М. В. Томко // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. - К., 2010. - Вип. 94, ч. 1. - С. 103-106. - Бібліогр.: 3 назви.

66.4я54

А 43

69. Шевченко Г. В. Бренд-стратегії уряду США у формуванні міжнародного іміджу країни / Г. В. Шевченко // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. - К., 2009. - Вип. 85, ч. 1. - С. 103-113.

66.4я54

А 43

70. Шевченко О. В. Державний брендінг країн світу: міжнародна практика / О. В. Шевченко // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. - К., 2008. - Вип. 74, ч. 1. - С. 128-136.

66.4я54

А 43

71. Шевченко, О. В. Державний брендінг як технологія просування національних інтересів (на прикладі Австралії) / О. В. Шевченко, Ю. Ткачова // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. - К., 2008. - Вип. 79, Ч. 1. - С. 181-183. - Бібліогр.: с. 183.

66.4я54

А 43

72. Шевченко О. В. Застосування зовнішньополітичних комунікативних технологій в сучасній політичній практиці США / О. В. Шевченко, А. В. Доброштан // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: В. В. Копійка та ін.]. - К., 2012. - Вип. 107, ч. 2. - С. 40-46. - Бібліогр.: с. 45-46.

66.4я54

А 43

73. Шевченко Г. В. Корпоративні бренди як складова державного брендінгу Республіки Франція / Г. В. Шевченко // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. - К., 2006. - Вип. 64, ч. 1. - С. 243-247. - Бібліогр.: 17 назв.

66.4я54

А 43

4. Брендінг міст. Брендінг міжнародних організацій

74. Богуш, Д. Брендінг регіонів : Одеса / Д. Богуш // Ресторанный и гостиничный бизнес. - 2009. - № 3. - С. 40-42.

75. Кравчик М. Бренд Люблін / М. Кравчик // Системні рішення Любліна та українських міст у сфері створення сучасного самоврядування / ред. А. Ястшембська. - Люблін, 2010. - С. 45-54.

66.3(4ПОЛ)

С 40

76. Крамаренко Р. М. Брендінг міст та регіонів: зарубіжний та вітчизняний досвід / Р. М. Крамаренко // Формування ринкових відносин в Україні. - 2013. - № 11. - С. 208-212. - Бібліогр.: 8 назв.

77. Матвеев В. В. "Європа: єдність у розмаїтті": переваги та непевності сьогочасності іміджу Європейського Союзу / В. В. Матвеев, О. Присяжнюк // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т.

Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. - К., 2008. - Вип. 79, ч. 1. - С. 68-72. - Бібліогр.: с. 72.

66.4я54

А 43

78. Мечкало, Ж. М. Сучасне місто в умовах глобалізації / Ж. М. Мечкало // Вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". Філософія. Психологія. Педагогіка : [зб. наук. пр.] / Нац. техн. ун-т України "Київський політехнічний інститут" ; [редкол.: Б. В. Новіков (голов. ред.) та ін.]. - К., 2011. - № 3. - С. 55-59. - Бібліогр.: 11 назв.

95.4

К 38

Державний брендінг в міжнародних відносинах [Електронний ресурс] : наук.- допом. бібліогр. покажч. / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Бібліотека ; уклад. Л. Дейнека. - Луцьк, 2014. - 78 назв.

Подано бібліографічну інформацію, наявну у фондах бібліотеки, про місце державного брендінгу у міжнародних відносинах. Рекомендовано статті у продовжуваних, періодичних та неперіодичних виданнях.

Підбір матеріалів завершено у вересні 2014 р.

Адресовано студентам факультету міжнародних відносин.

ББК 66я1