

Болотна Оксана Володимирівна
Основні наукові та навчально-методичні праці

1. Болотна О.В., Костюк М.К. Соціальні інновації як інструмент підвищення якості життя населення України. *Електронне наукове фахове видання "ЕКОНОМІКА ТА СУСПІЛЬСТВО"*. № 10. 2017. С.510 - 518
2. Болотна О.В., Бушля Д. Управління маркетинговою діяльністю в умовах розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Електронне наукове фахове видання "ЕКОНОМІКА ТА СУСПІЛЬСТВО"*. № 14. 2017 С. 268-272
3. Болотна О. В., Галавтіна А. В. Обґрунтування використання інноваційних технологій для покращення іміджу торговельної марки «Мівіна». *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука"*. 2018. №3. URL: <https://www.inter-nauka.com/issues/2018/3/3420/>
4. Болотна О. В., Підлубна В. Р. Аналіз методів формування лояльності споживачів на ринку харчових продуктів. *Ефективна економіка*. 2017. №7. URL: <http://www.m.nauka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=5705>.
5. Болотна О. В. Маркетинг відносин як сучасна концепція маркетингу. *Траектория науки: електронний научний журнал*. 2015. № 2-3. URL: <http://pathofscience.org/index.php/ps/article/view/16/30>
6. Болотна О. В., Терзьян Ю. Г., Хомутова О. О. Актуальність впровадження ефективної товарної стратегії бренду на підприємстві. *Ефективна економіка*. 2016. №7. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5095&p=1>
7. Болотна О.В., Бабошко Г., Бушля Д. Етичність масового використання індивідуального маркетингу в боротьбі за лояльність споживачів. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»* Випуск 10. Частина 1. 2015. С.19 - 22
8. Болотна О.В., Молодцова А., Соколова В. Социально-ответственный маркетинг в сфере образования. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія "Економічні науки"* Випуск 11. 2015. С. 92-95
9. Болотна О.В., Сардак Я., Пастухова Н. Экологический маркетинг: новый концептуальный подход и стратегический потенциал производителей. *Проблемы и перспективы развития предпринимательства*. № 2. 2015. С.27-32
10. Болотна О.В., Вагіна Ю.Ю., Картава М.Ю. Особливості поведінки споживачів під час отримання та використання дисконтних карток підприємств роздрібною торгівлі. *Електронне наукове фахове видання "ЕКОНОМІКА ТА СУСПІЛЬСТВО"*. № 10. 2017. С. 201 - 207

11. Болотна О.В., Ларіна Т.Ф. Ємність ринку як об'єкт державного регулювання: досвід України / Наукові засади розвитку знань економічної теорії: Збірник тез наукових робіт учасників всеукраїнської наук.-практ. інтернет-конференції з економічної теорії (Черкаси, 21-22 квітня 2016 р.), Черкаси. 2016. С. 20-23
12. Болотна О.В., Костюк М. К. Реалізація державної інноваційної політики як спосіб підвищення конкурентоспроможності підприємств. *Тези доповідей міжнар. наук.-практ. конференції, присвяченої 150-річчю з дня народження М. І. Туган-Барановського «М. І. Туган-Барановський: творча спадщина та сучасна економічна наука»* (Харків, 15-16 жовтня 2015 р.). Харків, 2015
13. Болотна О.В., Підлубна В.Р. Особливості інструментів соціального маркетингу. *Тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих учених «Сучасний стан та перспективи розвитку економіки України»* (Харків, 22-23 квітня 2016 р.). Харків, 2016.
14. Болотна О.В., Погосян С. К. Особливості глобального маркетингу в сфері легкових автомобілів. *Тези доповідей II Міжнародній науково-практичній конференції «Перспективи розвитку національної економіки»* (Запоріжжя, 13-14 травня 2016 р.). Запоріжжя, 2016.
15. Болотна О.В., Василечко Н. Я. Стратегії формування лояльності споживачів. *Матеріали міжнародної науково-практичної конференції для студентів, аспірантів та молодих вчених «Міжнародна практика соціально-економічного розвитку країни: проблеми та перспективи»* (Київ, 18-19 грудня 2015 р.). Київ, 2015. С. 116-118.