



Соціально-етичний маркетинг : монографія / Є. В. Ромат, Г. В. Алданькова, К. В. Березовик та ін. ; за заг. ред. А. А. Мазаракі, Є. В. Ромата. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Київ : Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2017. – 372 с.

ISBN 978-966-629-833-4

У монографії розглянуто поняття соціально-етичного маркетингу (СЕМ), що є одним із найцікавіших в теорії маркетингу. СЕМ – одна з найголовніших складових концепцій як вітчизняного, так і зарубіжного бізнесу, його теорії та практики в сучасних умовах. Проаналізовано концепцію соціально-етичного маркетингу в сучасній економіці та концепцію управління ринковою діяльністю. Монографія підготовлена колективом кафедри маркетингу та реклами Київського національного торговельно-економічного університету та є нагально актуальною.

Для викладачів ВНЗ, аспірантів, студентів і всіх, хто вивчає маркетинг.