МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Державний університет телекомунікацій
Білоруська державна академія зв'язку
(Мінськ, Республіка Білорусь)
Вроцлавський економічний університет (Польща)
Гомельський кооперативний університет (Республіка Білорусь)
Краківський університет (Польща)
Львівський торговельно-економічний університет
Приазовський державний технічний університет (м. Маріуполь)

І МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЯ

«МАРКЕТИНГ МАЙБУТНЬОГО: ВИКЛИКИ ТА РЕАЛІЇ»

ПРОГРАМА КОНФЕРЕНЦІЇ

25 жовтня 2017 р.
Київ

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

Толубко В.Б. – д.т.н., професор, ректор Державного університету телекомунікацій
Федюнін С.А. – к.т.н., директор Інституту менеджменту та підприємництва Державного університету телекомунікацій
Ващенко О.П. – д.т.н., професор, заступник директора Інституту менеджменту та підприємництва Державного університету телекомунікацій
Виноградова О.В. − д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу Державного університету телекомунікацій
Гудзь О.Є. – **д**.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту Державного університету телекомунікацій
Гусєва О.Ю. − д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємств та соціальних технологій Державного університету телекомунікацій
Дайновський Ю.А. − д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу Львівського торговельно-економічного університету
Колосок В.М. − д.е.н., доцент, завідувач кафедри транспортного менеджменту і логістики ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (м. Маріуполь)
Дименко Р.А. − к.е.н., доцент, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Державного університету телекомунікацій
Євтушенко Н.О. − к.е.н., доцент кафедри маркетингу Державного університету телекомунікацій
Наторіна А.О. − к.е.н., доцент кафедри маркетингу Державного університету телекомунікацій

ТЕМАТИЧНІ НАПРЯМИ КОНФЕРЕНЦІЇ

Секція 1. Маркетингові чинники результативності бізнесу.
Секція 2. Маркетинг інформаційно-телекомунікаційної сфери.
Секція 3. Економіка, організація та управління маркетинговою діяльністю.
Секція 4. Інноваційні методи викладання для підготовки фахівців з маркетингу.

ПОРЯДОК РОБОТИ КОНФЕРЕНЦІЇ

11:30-12:00 Реєстрація учасників
12:00-14:00 Пленарне засідання
14:00-14:30 Перерва
14:30-16:00 Засідання по секціях
16:00-16:30 Підведення підсумків роботи конференції

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ

1. **Виноградова О.В.** − д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу Державного університету телекомунікацій
2. **Дайновський Ю.А.** − д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу Львівського торговельно-економічного університету
3. **Федорченко А.В.,** д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
4. **Смерічевський С.Ф**. − д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу Національного авіаційного університету
5. **Колосок В.М.** − д.е.н., професор, завідувач кафедри транспортного менеджменту і логістики ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (м. Маріуполь)
6. **Верескун М.В**. − д.е.н., доцент, декан факультету інформаційних технологій, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (м. Маріуполь)
7. **Тупкало В.М.** − д.е.н., професор, завідувач кафедри інформаційно-аналітичної і інноваційної діяльності Київського інституту інтелектуальної власності та права Національного університету «Одеська юридична академія»
8. **Євтушенко Н.О.** − к.е.н., доцент кафедри маркетингу Державного університету телекомунікацій
9. **Каленська Н.В.** – студентка Державного університету телекомунікацій

СЕКЦІЯ 1
МАРКЕТИНГОВІ ЧИННИКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ БІЗНЕСУ

Модератор – Наторіна А.О., к.е.н., доцент кафедри маркетингу

1. Проблеми ефективного ціноутворення в Україні
Андрусь О.І., к.е.н., доцент кафедри економіки і підприємництва,
Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (Київ)

2. Міжнародний брендинг
Барсук Ю.В., аспірант кафедри публічного управління та адміністрування
Науковий керівник: **Губа М.І.,** к.е.н., доцент кафедри публічного управління та адміністрування,
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет» (Херсон)

3. Вплив маркетингової політики на продуктивність торговельного підприємства
Безрук С.О., студент
Науковий керівник: **Янченко Н.В.,** к.е.н., доцент кафедри економіки,
Харківський національний університет будівництва та архітектури (Харків)

4. Особливості і виявлення потреб споживачів культурно-побутових товарів при формуванні маркетингової політики
Безрукова М.С., студент
Науковий керівник: **Добровольський В.В.,** к.е.н., доцент кафедри підприємництва і торгівлі,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

5. Роль реклами в сучасній торгівлі
Безрукова М.С., студент
Науковий керівник: **Кучер Ю.Є.,** асистент кафедри підприємництва і торгівлі,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

6. Маркетингові чинники результативності бізнесу
Бєліченко А.О., студент
Науковий керівник: **Янченко Н.В.,** к.е.н., доцент кафедри економіки,
Харківський національний університет будівництва та архітектури (Харків)

7. Вплив на споживача слів іншомовного походження як оптимізуючий фактор у середовищі маркетингових комунікацій

Бєляєва Н.В., к.пед.н., старший викладач кафедри педагогічної майстерності та менеджменту імені І.А. Зязюна,
Черненко В.О., к.пед.н., доцент кафедри англійської та німецької філології,
Полтавський національний педагогічний університет імені В.Г. Короленка (Полтава)

8. Сутність аграрного маркетингу в умовах глобалізації
Булик О.Б., к.е.н., в.о. доцента кафедри міжнародних економічних відносин,
Брух О.О., к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин,
Львівський національний аграрний університет (Львів)

9. Роль маркетингового забезпечення інноваційної діяльності у процесі консалтингової взаємодії підприємств України
Виноградова О.В., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу,
Євтушенко Н.О., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу,
Державний університет телекомунікацій (Київ)

10. Маркетингове дослідження ринку кави в Україні
Воловик В.М., студент
Науковий керівник: **Бондарчук М.Є.,** асистент кафедри підприємництва і торгівлі,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

11. Відмінність у поняттях реклама та public relations
Воловик В.М., студент
Науковий керівник: **Добровольський В.В.,** к.е.н кафедри підприємництва і торгівлі,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

12. Роль та значення етичних принципів соціальної реклами в Україні
Воловик В.М., студент
Науковий керівник: **Скляр Н.М.,** к.е.н., старший викладач кафедри підприємництва і торгівлі,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

13. Ефективність логістичної системи діяльності підприємства
Воскобоєва О.В., к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств та соціальних технологій,
Ромащенко О.С., к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств та соціальних технологій
Державний університет телекомунікацій (Київ)

14. Маркетинг інновацій в Україні
Гапій О.А., студент
Науковий керівник: **Наторіна А.О.,** к.е.н., доцент кафедри маркетингу,
Державний університет телекомунікацій (Київ)

15. Орієнтованість маркетингового та програмно-цільового підходів у системі управління формуванням соціально-економічного потенціалу прикордонних територій держави
Гасюк Р.В., аспірант кафедри економіки та менеджменту,
Львівський національний університет імені Івана Франка (Львів)

16. Складові маркетингового забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємства
Герасимяк Н.В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу,
Волошина О.В., магістрант,
Луцький національний технічний університет (Луцьк)

17. Зміст процесу управління маркетинговими інноваціями на підприємстві
Герасимяк Н.В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу,
Оксенюк К.І., к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,
Даценко В.В., магістрант,
Луцький національний технічний університет (Луцьк)

18. Маркетинг у політичній діяльності
Глазиріна О.Є., студент,
Науковий керівник: **Наторіна А.О.,** к.е.н., доцент кафедри маркетингу,
Державний університет телекомунікацій (Київ)

19. Оцінка ефективності маркетингових комунікацій
Гнида Л.В., магістрант,
Науковий керівник: **Побігун С.А.,** к.е.н., доцент кафедри маркетингу і контролінгу,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу (Івано-Франківськ)

20. Ambient-media як ефективний маркетинговий інструмент
Годзь В.А., студент,
Науковий керівник: **Наторіна А.О.,** к.е.н., доцент кафедри маркетингу,
Державний університет телекомунікацій (Київ)

21. Эко-маркетинг и его влияние на перспективное развитие деятельности предприятия
Гончарук В.Н., студент,

Научный руководитель: **Заика Ю.А.,** к.э.н., старший преподаватель кафедры маркетинга и бизнес-администрирования,
ГВУЗ «Приазовский государственный технический университет» (Мариуполь)

22. Спеціальні сервісні кампанії автовиробників як інструмент впливу на споживачів
Григор'єва Ю.А., аспірант кафедри маркетингу,
Одеський національний політехнічний університет (Одеса)

23. До питання про брендинг як самостійний вид маркетингової діяльності підприємств сфери туризму
Гриньох Н.В., к.і.н., доцент, заступник директора з навчальної роботи,
Дяченко Л.А., к.е.н., доцент кафедри адміністративного забезпечення соціокультурної сфери,
Львівська філія Київського національного університету культури і мистецтв (Львів)

24. Маркетинговий аналіз інвестиційного проекту
Грицаєнко Г.І., к.е.н., доцент кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності,
Таврійський державний агротехнологічний університет (Мелітополь)

25. Маркетинговий аналіз ринку сільськогосподарської техніки
Грицаєнко І.М., к.е.н., доцент кафедри технічного сервісу в АПК,
Таврійський державний агротехнічний університет (Мелітополь)

26. Місце витрат на маркетингові послуги у трансакційних витратах підприємства
Грицаєнко М.І., к.е.н., старший викладач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,
Таврійський державний агротехнологічний університет (Мелітополь)

27. Сучасні показники вимірювання результативності маркетингової діяльності підприємства
Громова О.В., к.е.н., доцент кафедри менеджменту і адміністрування,
Український державний університету залізничного транспорту (Харків)

28. Основні принципи та значення соціально-етичного маркетингу в сучасних умовах функціонування
Гунченко О.І., студент,
Науковий керівник: **Кучер Ю.Е.,** асистент кафедри підприємництва і торгівлі,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

29. Застосування аналітичних методів при оцінки дієвості інструментів мерчандайзингу
Данкеєва О.М., асистент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

30. Сучасні технології управління комунікаційними процесами в маркетингових комунікаціях
Дарчук В.Г., к.е.н., доцент кафедри маркетингу,
Державний університет телекомунікацій (Київ)

31. Складові маркетингового механізму управління прибутком підприємства
Демчук К.Ю., студент,
Науковий керівник: **Єрмак С.О.,** к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва і торгівлі,
Донецький національний університет економіки і торгівлі Імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

32. Маркетинг персоналу в системі управління підприємством
Деркач А.С., студент,
Науковий керівник: **Гакова М.В.,** асистент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,
Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

33. Особенности психологического воздействия рекламы на человека
Дудникова Е.Р., студент,
***Научный руководитель*: Горохова Т.В.,** к.э.н., доцент кафедры маркетинга и бизнес-администрирования,
ГВУЗ «Приазовский государственный технический университет» (Мариуполь)

34. Сутнісний аспект сучасного чорного піару
Єремейчук М.Ю., студент,
Науковий керівник: **Добровольський В.В.,** к.е.н кафедри підприємництва і торгівлі,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

35. Сутність та основні завдання маркетингу інвестування
Єремейчук М.Ю., студент,
Науковий керівник: **Кучер Ю.Є.,** асистент кафедри підприємництва і торгівлі,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

36. Роль маркетингових комунікацій у майбутній забезпеченості кадрами провідних промислових підприємств непопулярних географічних локацій України

Задніпрянна Т.С., к.е.н., директор маркетингової агенції ТОВ «Аскольд» (Запоріжжя),

Ястремська Н.М., к.е.н., доцент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

37. Маркетингова інноваційна поведінка підприємства

Заіка Ю.А., к.е.н., старший викладач кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування,

ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (Маріуполь)

38. Сучасні маркетингові технології

Запорожець Ю.В., студент,

Данкеєв Т.В., студент,

Науковий керівник: **Данкеєва О.М,** асистент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,

Донецький національний університет економіки та торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

39. Маркетинг як основа стратегічного управління підприємств

Земських Т.А., студент,

Науковий керівник: **Хаджинова Е.В.,**

д.е.н, доцент кафедри фінансів та банківської справи, декан економічного факультету,

ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (Маріуполь)

40. Інструменти імітаційного моделювання вибору маркетингової стратегії підприємства

Ільєнко Ю.І., к.е.н., доцент кафедри вищої математики та інформаційних систем,

Донецький національний університет економіки та торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

41. Ключові показники маркетингової діяльності у бізнесі

Кадушкіна І.С., аспірант кафедри маркетингу,

Одеський національний політехнічний університет (Одеса)

42. Маркетинг в бізнесі

Кайдан Д.А., студент,

Науковий керівник: **Дупляк О.М.,** к.е.н., старший викладач кафедри автоматизованих систем і моделювання в економіці,
Хмельницький національний університет (Хмельницький)

43. Маркетингові чинники формування бізнес-інтересу
Каленська Н.В., студент
***Науковий керівник*: Дименко Р.А.**, к.е.н., завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,
Державний університет телекомунікацій (Київ)

44. Особливості маркетингу у банках України
Кальной О.Б., студент,
Науковий керівник: **Тищенко О.І.,** к.е.н., доцент кафедри фінансів і банківської справи,
Східноукраїнський національний університет імені В. Даля (Сєвєродонецьк)

45. Управління маркетинговою діяльністю малого бізнесу
Карпенко Ю.М., к.е.н., доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики,
Чернігівський національний технологічний університет (Чернігів)

46. Competive environment at market housing maintenance and communal services
Kiris S.P., postgraduate,
State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology» (Dnipro)

47. Брендинг белорусских производителей одежды
Кравченко М.А., студент,
Научный руководитель: **Соловьева Л.Л.,** к.э.н., доцент кафедры маркетинга,
Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого (Гомель, Республика Беларусь)

48. Аналіз ролі маркетингу відносин в розвитку інноваційної системи
Ковтун Г.І., старший викладач кафедри економіки та бізнесу,
Омельяненко В.А., к.е.н., старший викладач кафедри економіки та бізнесу,
Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка (Суми)

49. Розвиток маркетингу інновацій на виробничих підприємствах України
Козлова В.В., студент,
Науковий керівник: **Данкеєва О.М.,** асистент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

50. Вплив маркетингових факторів на формування експортного потенціалу аграрних підприємств
Лаврів І.М., к.е.н., старший викладач кафедри міжнародних економічних відносин,
Львівський національний аграрний університет (Львів)

51. Маркетингові ризики на зерновому ринку
Лишенко М.О., к.е.н., доцент кафедри статистики, АГД та маркетингу,
Сумський національний аграрний університет (Суми)

52. Маркетинговий вплив в інноваціях ливарного виробництва
Логвиненко Н.І., студент,
Науковий керівник: **Добровольский В.В.,** к.е.н., доцент кафедри підприємництва і торгівлі,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

53. Тенденції розвитку ринку факторингу в Україні
Ляшко І.І., к.держ.упр., доцент кафедри маркетингу,
Ольховий А.В., магістрант,
Донецький державний університет управління (Маріуполь)

54. Теоретичні аспекти сегментування туристичного ринку
Макар О.П., к.е.н., доцент кафедри туризму,
Дулин І.С., к.е.н., доцент кафедри туризму,
Національний університет «Львівська політехніка» (Львів)

55. Особливості елементів комплексу маркетингових комунікацій кредитних спілок
Маліновська О.Я., к.е.н., доцент кафедри економіки та менеджменту,
Львівський національний університет імені Івана Франка (Львів)

56. Вендинг як інструмент просування товарів
Міхайліченко А.О., студент,
Науковий керівник: **Ярмош О.В.,** к.ф.-м.н., доцент кафедри менеджменту,
Українська інженерно-педагогічна академія (Харків)

57. Маркетинговий підхід до менеджменту сучасного підприємства
Могилевська О.Ю., к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва, менеджменту,
Київський міжнародний університет (Київ),
Могилевський Ю.В., аспірант кафедри маркетингу,
Європейський університет (Київ),
Штанько О.І., магістрант,
Київський міжнародний університет (Київ)

58. Концепція інноваційного маркетингу
Москаленко В.А., к.е.н., доцент кафедри маркетингу PR-технологій та логістики,
Чернігівський національний технологічний університет (Чернігів)

59. The digital business constituents
Natorina A.O., PhD in Economics, ass. Prof., The Department of Marketing,
State University of Telecommunications (Kyiv)

60. Творчество муралов как вид социальной рекламы
Николайчук А.В., студент,
Аношина К.В., студент,
Научный руководитель: **Заика Ю.А.,** к.э.н., старший преподаватель кафедры маркетинга и бизнес-администрирования,
ГВУЗ «Приазовский государственный технический университет» (Мариуполь)

61. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги: процес перетворення
Павлова В.А., д.е.н., професор, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,
Сімаганов А.А., студент,
Університет імені Альфреда Нобеля (Дніпро)

62. Маркетингові аспекти розвитку транскордонних регіонів
Пастернак О.І., к.е.н., науковий співробітник,
Попадинець Н.М., к.е.н., науковий співробітник,
ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долішнього НАН України» (Львів)

63. Вірусний маркетинг як інструмент комунікативної діяльності
Петренко А.М., студент,
Науковий керівник: **Наторіна А.О.,** к.е.н., доцент кафедри маркетингу,
Державний університет телекомунікацій (Київ)

64. Сучасний розвиток упаковки та тари в Україні
Петровська О.О., студент,
Науковий керівник: **Роженко О.В.,** к.е.н., старший викладач кафедри підприємництва і торгівлі,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

65. Сутність міжнародного маркетингу
Петровська О.О., студент,
Науковий керівник: **Скляр Н.М.,** к.е.н., старший викладач кафедри підприємництва і торгівлі,

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

66. «Startup» і малий бізнес: схожість та відмінність
Піскун Т.С., студент,
Науковий керівник: **Заіка Ю.А.,** к.е.н., старший викладач кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування,
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (Маріуполь)

67. Онлайн сервіс підприємсв на ринку декоративно-оздоблюючих материалів
Полулях О.В., аспірант кафедри маркетингу,
Одеський національний політехнічний університет (Одеса)

68. The importance of marketing in modern word
Ponomarenko A.A., student,
Scientific supervisor: **Voropai O.K.,** Senior Lecturer, Marketing Department,
National University of «Kyiv-Mohyla Academy» (Kyiv)

69. Маркетинг або як досягти успіху в бізнесі
Попова А.В., студент,
Науковий керівник: **Ярова А.Б.,** к.е.н., доцент кафедри обліку, оподаткування, публічного управління та адміністрування,
ДВНЗ «Криворізький національний університет» (Кривий Ріг)

70. Формування ефективної маркетингової стратегії
Попович О.О., студент,
Науковий керівник: **Андрусь О.І.,** к.е.н., доцент кафедри економіки і підприємства,
Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (Київ)

71. Конкурентна розвідка у маркетинговому середовищі
Попозогло Т.С., студент,
Науковий керівник: **Шаповалова І.В.,** асистент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

72. Роль маркетингової служби на підприємстві
Решетняк М.Б., студент,
Науковий керівник: **Данкеєва О.М.,** викладач кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

73. Практика рекламних війн: приклад торгових марок Coca-cola та Pepsi
Решетняк М.Б., студент,
Науковий керівник: **Шаповалова І.В.,** асистент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

74. Інструментарій SMM в digital-стратегії ритейлорів
Савицька Н.Л., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу і комерційної діяльності,
Харківський державний університет харчування та торгівлі (Харків)

75. Бренд: сутність та специфіка формування
Саянна Я.Ю., студент,
Науковий керівник: **Наторіна А.О.,** к.е.н., доцент кафедри маркетингу,
Державний університет телекомунікацій (Київ)

76. Вплив маркетингу на конкурентоспроможність підприємств
Свиридюк А.А., студент,
Науковий керівник: **Данкєєва О.Н.,** асистент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

77. Фактори конкурентоспроможності консалтингових послуг у сфері зовнішньоекономічної діяльності
Сова О.Ю., к.е.н., доцент кафедри національної економіки та фінансів,
Університет економіки та права «КРОК» (Київ)

78. Інтернет-реклама як інструмент здійснення власного бізнесу
Сьомкіна Т.В., д.е.н., професор кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності,
Лобань О.О., старший викладач кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності,
Державний інститут телекомунікацій (Київ)

79. Регіональний маркетинг: сучасні підходи до управління регіоном
Танська Л.В., старший викладач кафедри менеджменту туризму,
Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна» (Київ)

80. Маркетингове обґрунтування стартапів
Тарасов І.Ю., к.е.н., доцент кафедри маркетингу і комерційної діяльності,
Прядко О.М., к.е.н., доцент кафедри маркетингу і комерційної діяльності,
Харківський державний університет харчування та торгівлі (Харків)

81. Формування товарного асортименту підприємства
Тарасюк А.В., студент,
Науковий керівник: **Наторіна А.О.,** к.е.н., доцент кафедри маркетингу,
Державний університет телекомунікацій (Київ)

82. Особливості маркетингових комунікацій на ринку туристичних послуг
Тетьора Ю.С., студент,
Науковий керівник: **Азьмук Н.А.,** к.е.н., перший заступник директора,
Черкаська філія Київського національного університету технологій і дизайну (Черкаси)

83. Реалізація маркетингової стратегії банку
Тищенко В.В., к.е.н., доцент кафедри фінансів і банківської справи,
Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля (Сєвєродонецьк)

84. Особливості маркетингу в сфері створення інтелектуальної власності
Тупкало В.М., доктор технічних наук, професор, завідувач кафедри інформаційно-аналітичної та інноваційної діяльності,
Київський інститут інтелектуальної власності та права Національного університету «Одеська юридична академія» (Київ)

85. Tetra pak – відновлювальна упаковка
Усик П.С., студент,
Науковий керівник: **Кучер Ю.Є.,** асистент кафедри підприємництва і торгівлі,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Крвиий Ріг)

86. Особенности современных концепций маркетинга
Фоменко Ю.Р., студент,
Научный руководитель: **Калинин А.В.,** к.э.н., доцент кафедры маркетинга и бизнес администрирования,
ГВУЗ «Приазовский государственный технический университет» (Мариуполь)

87. Особливості маркетингового підходу щодо корпоративної культури управління персоналом компанії Netflix
Чеботар А.В., студент,
Науковий керівник: **Гакова М.В.,** асистент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

88. Бенчмаркінг як сучасний інструмент управління конкурентоспроможністю підприємства
Червінська Т.М., к.е.н., доцент кафедри інформаційно-аналітичної та інноваційної діяльності,

Київський інститут інтелектуальної власності та права Національного університету «Одеська юридична академія» (Київ)

89. Особливості формування конкурентних переваг компанії Nike в умовах маркетингового середовища

Шаповалова І.В., асистент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,

Кошкіна Д.А., студент,

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

90. Бенчмаркінг в управлінні персоналом підприємства

Шелевер А.М., студент,

Науковий керівник: **Гакова М.В.,** асистент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

91. Маркетинговий підхід в реалізації творчого характеру праці персоналу

Шерстюк К.О., студент,

Науковий керівник: **Гакова М.В.,** асистент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

92. Імідж торговельного підприємства як чинник забезпечення його конкурентоспроможності

Шимко О.В., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,

Рівненський державний гуманітарний університет (Рівне)

93. Маркетингове дослідження українського ринку какао порошку та його замінників

Юркевич О.С., магістрант,

Науковий керівник: **Олініченко К.С.,** к.е.н., доцент кафедри маркетингу і комерційної діяльності,

Харківський державний університет харчування та торгівлі (Харків)

94. Маркетингові можливості транскордонної співпраці у туристичній привабливості карпатського регіону

Яворська О.Р., студент,

Науковий керівник: **Дяченко Л.А.,** к.е.н., доцент кафедри адміністративного забезпечення соціокультурної сфери,

Львівська філія Київського національного університету культури і мистецтв (Львів)

СЕКЦІЯ 2
МАРКЕТИНГ ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОЇ СФЕРИ

Модератор – Крижко О.В., старший викладач кафедри маркетингу

1. Современные каналы маркетинговой коммуникации
Бондаренко С.В., студент
Науковий керівник: **Гончар В.В.,** д.е.н., професор кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування,
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (Маріуполь)

2. Блог як вид інтернет-маркетингу
Демченко Є. В., студент
Науковий керівник: **Ярова А.Б.,** к.е.н., доцент,
ДВНЗ «Криворізький національний університет» (Кривий Ріг)

3. Лідогенерація як найважливіша функція маркетингу
Дробязко М.В., студент
Науковий керівник: **Камишникова Е.В.,** к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (Маріуполь)

4. CRM системи для підвищення ефективності діяльності підприємств телекомунікацій
Дрокіна Н.І., к.е.н., доцент кафедри маркетингу,
Державний інститут телекомунікацій (Київ)

5. SMM как инновационный инструмент продвижения услуги в интернете
Жданова Є.В., студент
Науковий керівник: **Заіка Ю.А.,** к.е.н., старший викладач кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування,
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (Маріуполь)

6. Маркетинг в соціальних мережах
Козачухний А.І., студент
Науковий керівник: **Гончар В.В.,** д.е.н., професор кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування,
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (Маріуполь)

7. Контент-маркетинг как способ продвижения бизнеса
Кунц С. А., студент

Научный руководитель: **Заика Ю. А.,** к.э.н., ст. преподаватель кафедры маркетинга и бизнес-администрирования,
ГВУЗ «Приазовский государственный технический университет» (Мариуполь)

8. Prospects and problem areas of introducing high-speed technologies by enterprises of connection
Legominova S.V., Ph.D., Associate Professor,
State University of Telecommunications (Kyiv)

9. Інтернет – як нове середовище маркетингової діяльності страхових компаній
Милосердова А.К., студент
Науковий керівник: **Павлішина Н.М.,** к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики,
Запорізький національний технічний університет (Запоріжжя)

10. Влияние интернет-маркетинга на бизнес в Украине
Пашкевич М.В., студент
Научный руководитель: **Головко Е. Г.,** к.э.н., доц., доцент кафедры финансов, банковского дела и страхования,
Харьковский учебно-научный институт ГВУЗ «УБС» (Харьков)

11. Інтернет-просування товарів та послуг
Савенко А.В., студент
Науковий керівник: **Наторіна А.О.,** к.е.н., доцент кафедри маркетингу,
Державний університет телекомунікацій (Київ)

12. Роль соціальних мереж у підготовці фахівців з туризму
Свістяк Б.Р., студент
Науковий керівник: **Качала С.В.,** асистент кафедри туризму,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу (Івано-Франківськ)

13. Новий підхід підвищення ефективності рекламних кампаній на ТБ
Францева О.О., студент
Науковий керівник: **Мартиненко М.О.,** ст. викладач кафедри менеджменту,
Державний університет телекомунікацій (Київ)

14. Маркетингові комунікації в соціальних мережах
Яйленко К.О., студент
Науковий керівник: **Хаджинова Е.В.,** д.е.н, доцент кафедри фінансів та банківської справи, декан економічного факультету,
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (Маріуполь)

СЕКЦІЯ 3
ЕКОНОМІКА, ОРГАНІЗАЦІЯ ТА УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Модератор – Шмалій Л.В., асистент кафедри менеджменту

1. Антикризисное управление предприятием
Артюх И. Р., студент
Научный руководитель: **Гончар В.В.,** д.э.н, доцент кафедры маркетинга и бизнес-администрирования,
ГВУЗ «Приазовский государственный технический университет» (Мариуполь)

2. Бенчмаркінг у сфері сімейної освіти
Ахновська І.А., к.е.н., доцент кафедри підприємництва, корпоративної та просторової економіки,
Донецький національний університет імені Василя Стуса (Вінниця)

3. Джерела формування конкурентних переваг підприємства
Бабаченко Л.В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики,
Кириченко А.В., студент,
Чернігівський національний технологічний університет (Чернігів)

4. Фактори формування товарної політики підприємства
Бабаченко Л.В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики,
Єременко Ю.В., студентка 5-го курсу групи ММРп-161,
Чернігівський національний технологічний університет (Чернігів)

5. Сучасні проблеми оптової торгівлі на ринку України
Бабич А.Д., студент
Науковий керівник: **Добровольський В.В.,** к.е.н., доцент кафедри підприємництва і торгівлі,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

6. Аспекти професійних якостей успішного менеджера
Басс Д.С., студент
Науковий керівник: **Гакова М.В.,** асистент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

7. Особливості маркетингових стратегій в управлінні сільськогосподарським підприємством
Баценко Л.М., к.е.н., доцент кафедри менеджменту в галузях АПК,
Сумський національний аграрний університет (Суми)

8. Управление взаимоотношениями с клиентами на предприятии ресторанного бизнеса
Беловолова Е.М., студент
Научный руководитель: **Гончар В.В.,** д.э.н., профессор кафедры маркетинга и бизнес-администрирования,
ГВУЗ «Приазовский государственный технический университет» (Мариуполь)

9. Оцінка споживчо-збутового потенціалу регіонів України при розподілі промислової продукції
Біловодська О.А., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю,
Сумський державний університет (Суми)

10. Особливості управління маркетинговою діяльністю
Білогаш І.О., студент
Науковий керівник: **Орлова В.М.,** к.т.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,
Університет імені Альфреда Нобеля (Дніпро)

11. Проблеми управління маркетинговою діяльністю в Україні
Бойчук Н.Я., старший викладач кафедри економіки і підприємництва,
Очеретяна О.В., студент
Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського» (Київ)

12. Основи ефективного управління інвестиційною діяльністю підприємства
Бондар В.С., викладач кафедри фінансів та кредиту,
Хмельницький інститут соціальних технологій Університету «Україна» (Хмельницький)

13. Програмне забезпечення автоматизації бюджетного управління на підприємстві
Брагіна О.С., старший викладач кафедри підприємництва і торгівлі,
Одеський національний політехнічний університет (Одеса)

14. Тенденции развития банковской сферы в Украине
Бурак П.В., студент
Науковий керівник: **Гончар В.В.,** д.е.н., професор кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування

ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (Маріуполь)

15. Механізм формування рівноваги економічного зростання національної економіки
Вакарчук Т.С., здобувач
Науковий керівник: **Павлова В.А.,** д.е.н., професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,
Університет імені Альфреда Нобеля (Дніпро)

16. Дисциплінарний аспект в управлінні поведінкою персоналу
Верютіна Д.А., студент
Науковий керівник: **Гакова М.В.,** асистент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Крививй Ріг)

17. Мотивація як засіб ефективного менеджменту
Верютіна Д.А., студент
Науковий керівник: **Гакова М.В.,** асистент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Крививй Ріг)

18. Особливості стратегічного планування при введенні на ринок нового продукту
Воловик В.М., студент
Науковий керівник: **Кучер Ю.Е.,** асистент кафедри підприємництва і торгівлі
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

19. Значення концепція глобального маркетингу
Воловик В.М., студент
Науковий керівник: **Скляр Н.М.,** к.е.н кафедри підприємництва і торгівлі,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

20. Бенчмаркінг конкурентоспроможності в дніпропетровській області
Гаєвський В.В., аспірант кафедри маркетингу
Науковий керівник: **Чуприна Н.М.,** к.е.н., декан економічного факультету,
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет» (Дніпро)

21. Розвиток управлінських компетенцій як основа господарювання на засадах розвитку маркетингового та логістичного управління
Галюк І.Б., к.е.н., доцент кафедри менеджменту і адміністрування,
Мацькевич О.Ю., асистент кафедри менеджменту і адміністрування,

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу (Івано-Франківськ)

22. Features of interaction of marketing logistics and innovations
Gerasymenko O.V., PhD in Economics, Associate Professor, The Department of Economics and Management,
Ivan Franko National University of Lviv (Lviv)

23. Поняття збутової політики та іі форми на торгівельних підприємствах
Гунченко О.І., студент
Науковий керівник: **Добровольський В.В.,** к.е.н., доцент кафедри підприємництва і торгівлі,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

24. Основні принципи та значення соціально-етичного маркетингу в сучасних умовах функціонування
Гунченко О.І., студент
Науковий керівник: **Кучер Ю.Е.,** асистент кафедри підприємництва і торгівлі,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

25. **Деякі особливості управління конфліктами в організації**
Демиденко Н.Ю., студент
Науковий керівник: **Гакова М.В.,** асистент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

26. Специфіка управління трудовим колективом
Демиденко Н.Ю., студент
Науковий керівник: **Гакова М.В.,** асистент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

27. **Деякі аспекти HR-брендінгу в управлінні персоналом**
Демчук К.Ю., студент
Науковий керівник: **Гакова М.В.,** асистент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

28. Особливості проведення маркетингового аналізу при складанні плану санації підприємства

Дзьоба О.Г., д.е.н., професор, проректор з науково-педагогічної роботи,
Яцюк О.С., асистент кафедри теорії економіки та управління,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу (Івано-Франківськ)

29. Інструменти та технології малобюджетного маркетингу в вищих навчальних закладах
Жегус О.В., к.е.н., доц., докторант кафедри маркетингу і комерційної діяльності,
Харківський державний університет харчування та торгівлі (Харків)

30. Особливості побудови збутової політики підприємства
Забаштанська Т.В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики,
Вініченко Ю.М., студент,
Чернігівський національний технологічний університет (Чернігів)

31. Сучасні тенденції маркетингової комунікаційної політики
Забаштанська Т.В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики,
Орловський К.В., студент,
Чернігівський національний технологічний університет (Чернігів)

32. Тайм-менеджмент у сучасному світі
Запорожець Ю.В., студент
Науковий керівник: **Іванова Н.С.,** доцент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,
Донецький національний університет економіки та торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

33. Особливості управлінської праці
Зеленкова О.В., студент
Науковий керівник: **Пісковець О. В.,** к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Державний університет телекомунікацій (Київ)

34. Формування системи управління маркетинговою діяльністю готелю
Ільницька-Гикавчук Г.Я., к.е.н., доцент кафедри туризму,
Національний університет «Львівська політехніка» (Львів)

35. Поняття кадрового потенціалу та його вплив на ефективність діяльності підприємства
Карамушка Ю.В., студент
Науковий керівник: **Гакова М.В.,** асистент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

36. Безпека та охорона праці запорука конкурентоспроможності підприємства
Кіріцева М.Х., студент,
Лисов О.М., студент
Науковий керівник: **Гончар В.В.,** д.е.н., професор кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування,
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (Маріуполь)

37. Ключові підходи управління поведінкою персоналу в ресторанно-готельному господарстві
Кіяшко А.О., студент
Науковий керівник: **Гакова М.В.,** асистент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,
Донецький національний університет економіки та торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

38. Управління персоналом підприємства в сучасних ринкових відносинах
Кіяшко А.О., студент
Науковий керівник: **Гакова М.В.,** асистент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,
Донецький національний університет економіки та торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

39. Переміщення працівників апарату управління підприємства як засіб підвищення ефективності маркетингової діяльності
Комаріст О.І., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу,
Алдохіна Н.І., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу,
Полтавська державна аграрна академія (Полтава)

40. Організація стратегічного аналізу маркетингового середовища міста
Комарницька Г.О., к.е.н., в.о. завідувача кафедри економіки та менеджменту,
Львівський університет імені Івана Франка (Львів)

41. Менеджмент підприємницької діяльності
Куба Л. А., студент
Науковий керівник: **Пісковець О.В.,** к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Державний університет телекомунікацій (Київ)

42. Організаційні аспекти системи маркетингу у банках України
Куйда О. Ф., студент,
Цибуліна В. С., студент

Науковий керівник: **Горохова Т. В.,** к.е.н., доцент кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування,
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (Маріуполь)

43. Маркетинг як елемент системи управлінської діяльності
Лазоренко Л.В., к.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту,
Державний університет телекомунікацій (Київ)

44. Інформаційні зміни в системі будівельних стандартів ЄС і України
Логвиненко Н.І., студент
Науковий керівник: **Скляр Н.М.,** к.е.н., старший викладач кафедри підприємництва і торгівлі
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

45. Особливості реклами в інтернет-ЗМІ
Мазур Н.В., студент
Науковий керівник: **Наторіна А.О.,** к.е.н., доцент кафедри маркетингу,
Державний університет телекомунікацій (Київ)

46. Автоматизовані інформаційні системи в управлінні підприємством
Маковій В.В., аспірант кафедри менеджменту,
Державний університет телекомунікацій (Київ)

47. Напрями активізації інноваційної діяльності підприємств
Мальцев М.М., аспірант кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування,
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (Маріуполь)

48. Формування відділу маркетингу на основі збалансованого комбінування ключових характеристик
Марченко В.М., д.е.н., професор кафедри економіки та підприємництва,
Національний технічний університет України «КПІ імені Ігоря Сікорського» (Київ)

49. Методи оцінки ефективності рекламної кампанії. Предтестування та посттестування
Мельничак А. М., студент
Науковий керівник: **Обухова Н. О.,** ст. викладач кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування,
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (Маріуполь)

50. Мотивація персоналу в організації
Мізин О.О., студент
Науковий керівник: **Сорока А.М.,** к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Державний університет телекомунікацій (Київ)

51. Розробка інструментарію оцінювання-прогнозування результативності системи механізмів управління природними ресурсами
Микитенко В.В., д.е.н., професор, головний науковий співробітник відділу комплексної оцінки та управління природними ресурсами,
Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НАН України» (Київ)

52. Підходи до формування комплексу маркетингу туристичного продукту
Монтрін І.І., к.е.н., доцент кафедри менеджменту туризму,
Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна» (Київ)

53. Застосування концепції життєвого циклу при розробці інноваційної стратегії розвитку підприємств машинобудівної галузі
Носонова Л.В., аспірант кафедри маркетингу та УІД
Науковий керівник: **Божкова В.В.,** д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу та УІД,
Сумський державний університет (Суми)

54. Рефлексивне маркетингове управління діяльністю підприємства на засадах узгодження інтересів стейкхолдерів
Оплачко І.О., аспірант кафедри маркетингу,
Мальчик Я.Я., студент
Науковий керівник: **Мальчик М.В.,** д.е.н., професор кафедри маркетингу,
Національний університет водного господарства та природокористування (Рівне)

55. Управління маркетинговою діяльністю в страховій компанії
Павлішина Н.М., к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики,
Запорізький національний технічний університет (Запоріжжя)

56. Поняття якості як запоруки успішної конкурентної боротьби вітчизняних підприємств
Петровська О.О., студент
Науковий керівник: **Добровольський В.В.** к.е.н., доцент кафедри підприємництва і торгівлі
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

57. Управління знаннями як фактор розвитку підприємства
Пінчук А.О., к.е.н., доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики,
Чернігівський національний технологічний університет (Чернігів)

58. Формування маркетингової стратегії підприємства
Побережна С.М., студент

Науковий керівник: **Наторіна А.О.,** к.е.н., доцент кафедри маркетингу,
Державний університет телекомунікацій (Київ)

59. Маркетинг подій - спосіб просування бренду
Присяжна Г.А., студент
Науковий керівник: **Гончар В.В.,** д.е.н., професор кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування,
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (Маріуполь)

60. Нейромаркетинг: мистецтво продажів на основі психології
Пшенична Т.М., к.е.н., доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики,
Чернігівський національний технологічний університет (Чернігів)

Інформаційний простір підприємств вертикальної інтеграції
Рубцова А.К., студент
Науковий керівник: **Добровольский В.В.,** к.е.н., доцент кафедри підприємництва і торгівлі,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

62. Аспекти нематеріальної мотивації персоналу в системі управління підприємством
Рясна В.М., студент
Науковий керівник: **Гакова М.В.,** асистент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

63. Маркетингова політика комунікацій на сучасному підприємстві
Савченко В.А., студент
Науковий керівник: **Карпенко Ю.М.,** к.е.н., доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики,
Чернігівський національний технологічний університет (Чернігів)

64. Стан українського ринку канцелярських товарів
Середа О.В., студент
Науковий керівник: **Мартинюк О.В.,** к.е.н., доцент, ст. викладач кафедри маркетингу,
Національний університет водного господарства і природокористування (Рівне)

65. Роль маркетингових досліджень в діяльності сучасних підприємств
Сопова К.І., студент
Науковий керівник: Шмалій Л.В., асистент кафедри менеджменту,
Державний університет телекомунікацій (Київ)

66. Особливості управління трудовими ресурсами
Стєкольщиков В.В., студент
Науковий керівник: **Пісковець О.В.,** к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Державний університет телекомунікацій (Київ)

67. Управління маркетинговою діяльністю в контексті публічного управління та європейської інтеграції
Сторожилова У.Л., к.е.н., доцент кафедри менеджменту і адміністрування,
Український державний університет залізничного транспорту (Харків)

68. Контролінг як інструмент підвищення ефективності діяльності підприємства
Стьопкіп В.В., студент
Науковий керівник: **Головко О.Г.,** к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Харківський навчально-науковий інститут ДВНЗ «УБС» (Харків)

69. Класифікація витрат на якість і конкурентоспроможність продукції
Суліма Н.М., к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства,
Національний університет біоресурсів і природокористування України (Київ)

70. Формування маркетингової стратегії підприємства
Ткаченко А.В., студент
Науковий керівник: **Головко О.Г.,** к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Харківський навчально-науковий інститут ДВНЗ «УБС» (Харків)

71. Система організації як процес
Ткачук Д.Я., студент
Науковий керівник: **Сорока А.М.,** к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Державний університет телекомунікацій (Київ)

72. Запровадження досвіду мотивації менеджерів середньої ланки США в українських реаліях
Українець Н.С., студент
Науковий керівник: **Гакова М.В.,** асистент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

73. Управление конкурентоспособностью предприятия
Усенко В.П., студент
***Научный руководитель*: Гончар В.В.,** д.э.н, професор кафедры маркетинга и бизнес-администрирования,

ГВУЗ «Приазовский государственный технический университет» (Марицполь)

74. Сучасні тенденції розвитку маркетингового управління підприємствами
Федорченко А.В., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» (Київ)

75. Розрахунки оптимального розміру витрат підприємства (на прикладі ПАТ «Турбоатом»)
Черкашина А.О., студент
Науковий керівник: **Головко О.Г.,** к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Харківський навчально-науковий інститут ДВНЗ «УБС»

76. Вплив стратегічного обліку на управління підприємством
Черненко К.В., к.е.н., старший викладач кафедри бухгалтерського обліку,
Полтавська державна аграрна академія (Полтава)

77. Проблеми та перспективи антикризового управління маркетингом
Чуприна Н.М., к.е.н., доцент, декан економічного факультету,
Ковальова М.О., асистент кафедри маркетингу,
ДВНЗ «Український державний хіміко – технологічний університет» (Дніпро)

78. Використання інструментів маркетингу в сфері регулювання імміграційних процесів в Україні
Чуприна О.О., к.держ.упр., доцент, доцент кафедри маркетингу,
Донецький державний університет управління (Маріуполь)

79. Практичні аспекти застосування сучасних інструментів менеджменту якості для аналізу проблеми забезпечення конкурентних переваг підприємства
Шаповалова І.В., асистент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

80. Корпоративна культура як інструмент підвищення ефективності підприємства
Шелевер А. М., студент
Науковий керівник: **Гакова М.В.,** асистент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

81. Професійні якості успішного менеджера
Шеремет М.Я., студент
Науковий керівник: **Пісковець О.В.,** к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Державний університет телекомунікацій (Київ)

82. Особливості мотивації працівників в умовах кризи
Шокер Р.І., студент
Науковий керівник: **Гакова М.В.,** асистент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування,
Донецький національний університет економіки та торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Кривий Ріг)

83. Сучасні проблеми розробки фінансової стратегії підприємства
Шопіна А.М., студент
Науковий керівник: **Головко О.Г.,** к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Харківський навчально-науковий інститут ДВНЗ «УБС» (Харків)

84. Організаційні комунікації в управлінні маркетинговою діяльністю на підприємстві
Якубенко І.М., асистент кафедри менеджменту,
Державний університет телекомунікацій (Київ)

85. Особенности наружной рекламы как канала доставки рекламной информации
Якушин К.А., студент,
Ковалёв Ю.Ю., студент
Научный руководитель: **Гончар В.В.,** д.э.н., профессор кафедры маркетинга и бизнес-администрирования
ГВУЗ «Приазовский государственный технический университет» (Мариуполь)

86. Моделювання системи управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства
Ястремський М.М., магістр,
Сорока Л.О., магістр
Науковий керівник: **Проскурович О.В.,** к.е.н., доцент, доцент кафедри АСМЕ,
Хмельницький національний університет (Хмельницький)

СЕКЦІЯ 4
ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З МАРКЕТИНГУ

Модератор – Плахотнікова Л.О., к.е.н., доцент кафедри маркетингу

1. Инновационные методы преподавания для подготовки специалистов по маркетингу
Брюховцкая Т.В., студент,
Научный руководитель: **Янченко Н.В.** к.э.н., доцент кафедры экономики,
Харьковский национальный університет строительства и архитектуры (Харьков)

2. Використання таксономії Б. Блума при обранні інноваційних методів підготовки фахівців з маркетингу
Вороніна О.Е., студент,
Науковий керівник: **Рябцева О.Є.,** к.е.н., доцент кафедри менеджменту та фінансів,
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет» (Дніпро)

3. Інноваційні підходи при підготовці майбутніх фахівців туристичної галузі
Габа М.І., к.е.н., асистент кафедри туризму,
Національний університет «Львівська Політехніка» (Львів)

4. Підготовка інноваційноорієнтованого фахівця
Гончаренко А.П., к.е.н. доцент інформаційно- аналітичної та інноваційної діяльності,
Київський інститут інтелектуальної власності та права Національного університету «Одеська юридична академія» (Київ)

5. Роль проектного методу у підготовці фахівців з маркетингу
Євтушенко В.Є., студент,
Забаштанський М.М.,
д.е.н., професор кафедри управління персоналом,
Чернігівський національний технологічний університет (Чернігів)

6. Переваги інтерактивних методів навчання в підготовці маркетологів
Жуков С.А., к.е.н., с.н.с., доц., доцент кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту,
ДВНЗ «Ужгородський національний університет» (Ужгород)

7. Особливості формування та розвитку маркетингової компетентності сучасних керівників закладів освіти
Зінчук Н.А., к. пед. наук, доц., доцент кафедри державної служби та менеджменту освіти,
ДВНЗ «Університет менеджменту освіти» НАПН України (Київ)

8. Проблеми підготовки фахівців з маркетингу в галузі телекомунікацій
Крижко О.В., ст. викладач кафедри маркетингу,
Державний інститут телекомунікацій (Київ)

9. Роль якості професійної освіти маркетолога у підвищенні ефективності його діяльності
Кудіна А.В., аспірант кафедри маркетингу,
Одеський національний політехнічний університет (Одеса)

10. Инновационный подход образования для подготовки специалистов в сфере маркетинга
Матвейчук В.Е., студент,
Научный руководитель: **Гончар В.В.,** д.э.н., профессор кафедры маркетинга и бизнес-администрирования,
ПГТУ «Приазовский государственный технический университет» (Мариуполь)

11. Підготовка фахівців з маркетингу для підприємств телекомунікаційної сфери
Плахотнікова Л.О., к.е.н., доц., доцент кафедри маркетингу,
Державний університет телекомунікацій (Київ)

12. Особливості надання інноваційних послуг у сфері маркетингу та реклами
Шевлюга О.Г., к.е.н., асистент кафедри маркетингу та УІД,
Сумський державний університет (Суми)