

ПРОТОКОЛ

засідання учасників VII Всеукраїнської науково-практичної інтернет конференції «Сучасні проблеми економічної теорії, маркетингу та моделювання соціально- економічних систем» від 25-26 квітня 2024 року.

Присутні: Шалімова Н.С., д.е.н., професор, декан факультету обліку та фінансів ЦНТУ;

Жовновач Р.І. д.е.н. професор, завідувач кафедри економічної теорії, маркетингу і економічної кібернетики ЦНТУ;

Бондар Ю.А., к.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту авіаційної діяльності Льотної академії Національного авіаційного університету;

Ушенко Н. В. д.е.н., професор кафедри міжнародної економіки, Київський університет імені Бориса Грінченка

Жадько Костянтин Степанович д.е.н., професор, завідувач кафедри підприємництва та економіки підприємства, Університет митної справи та фінансів

Горохова Т.В. к.е.н., доцент, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» завідувачка кафедри маркетингу та бізнес адміністрування

Гончар В.В., д.е.н., проф. кафедри менеджменту, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Сібірцев В.В., д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування ЦНТУ;

Магопечь О.А. к.е.н., доцент, завідувач кафедри аудиту та оподаткування ЦНТУ.

Клебанова Т.С, д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної кібернетики Харківського національного економічного університету;

Головуючий - Жовновач Р.І. д.е.н. професор, завідувач кафедри економічної теорії, маркетингу і економічної кібернетики ЦНТУ,

Відповідальний секретар: Романчук С.А. к.т.н. доцент кафедри економічної теорії, маркетингу і економічної кібернетики ЦНТУ.

Порядок денний

1. Заслухати доповіді учасників конференції
2. Затвердити регламент роботи конференції: час для доповіді до 10 хв., обговорення доповіді – до 10 хв.

Виступили з доповіддю на тему:

Роман Цатурян	Формування клієнтоорієнтованого підходу до управління підприємством
Юрій Богутенко	
Сергій Коловоротний	Цифровий маркетинг, його переваги та інструменти
Катерина Коростієнко	
Валерія Безлатня	Аудит маркетингової діяльності
Вікторія Вишневська	Сутність економічної безпеки підприємства
Віталій	Маркетингові стратегії діяльності підприємств
Баранов,	
Ірина Кучер	
Вікторія Вишневська	Digital-маркетинг: тренди та переваги
Людмила	
Корсун	
Інга Мірошніченко,	Особливості управління конкурентоспроможністю підприємств в авіаційній сфері
Катерина Заєць	
Ігор Ніколаєв	Безробіття в регіоні та шляхи його подолання
Анастасія Гуца	
Ігор Ніколаєв	Специфіка захисту авторського права в Україні
Денис Орлов	
Ігор Ніколаєв	ВВП: суть і методи обчислення. Динаміка ВВП в Україні
Олександр Яковець	Моніторинг конкурентного потенціалу промислового підприємства
Арсен Будагян	Використання новітніх інформаційно-комунікаційних технологій у маркетингу
Лілія Дивульська	Переваги та недоліки застосування стратегії ремаркетингу
Валерія Дранко	Моніторинг клієнтів банку як засіб управління та мінімізації кредитного ризику
Карина Ішук	Формування рекламного бюджету
Андрій Кабанець	Специфіка комунікаційної політики підприємства на ринку промислових товарів
Сергій Баш	Теоретичні аспекти побудови системи стимулювання персоналу на підприємстві
Олександр Бліндул	Державні закупівлі в Україні під час воєнного стану
Олександр Вінівітін	Класифікація видів маркетингу
Віталіна Гавриленко	

Дмитро Голуб	Антикризове управління сільськогосподарськими підприємствами під час війни
Богдан Музика	Управління персоналом
Сергій Романчук	
Ольга Гречковська	Роль цінової політики в системі маркетингу
Дар'я Яценко	Етичні проблеми в рекламі
Демидова Катерина	Аудит фінансової звітності
Галянт Катерина	Сутність і класифікація маркетингових конкурентних стратегій
Дмитро Ксенофонов	Особливості формування економічної безпеки підприємств в умовах воєнного стану
Олександр Безуглий	
Віталій Колеснік	Аналіз ринку вітчизняної текстильної продукції, дизайну та швейних послуг
Сергій Григир	Теоретичні аспекти розвитку конкурентоспроможності закладів позашкільної музичної освіти
Лілія Коваль	Вплив мобільних додатків на вибір стратегії маркетингу
Анна Куропятник	Бюджетування в системі управління сільськогосподарським підприємством в сучасних умовах господарювання
Алла Літвяк	
Марина Луньова	Стратегічний контроль маркетингу на підприємстві
Дмитро Ковальов	Орієнтація на споживача в авіакомпаніях України
Андрій Ковальов	Контроль маркетингу на підприємстві. оцінка ефективності маркетингової діяльності
Олександр Мар'янчук	Вектори економічного розвитку інноваційно-проектної діяльності позашкільних мистецьких освітніх закладів у вимірі формування інноваційно-орієнтованої моделі економіки
Поліна Непорожня	Класифікація посередників
Олександр Бієвець	Маркетингове планування на підприємстві
Ія Пасечник	Вплив маркетингової діяльності на матеріально – технічне постачання
Богдан Поварнін	Види і засоби проведення виставок та ярмарок
Валерій Погорелов	Комплекс маркетингових комунікацій
Ростислав Пона	Канали товароруку та системи керівництва каналами збуту
Роман Романчук	Вибір цільового ринку
Роман Романчук	Технологічні науково-практичні проблеми управління підприємствами
Сергій Романчук	Психологічні аспекти пакування
Тарас Романчук	Реклама як форма маркетингових комунікацій
Ангеліна Святун	Характеристика сучасного маркетингу
Каміла Сіненко	
Тарас Романчук	
Анастасія Кухаренко	

Валентина Дубовик Вікторія Іщенко	Особливості маркетингової політики просування в воєнний ч Маркетингові дослідження: ключ до успіху в сучасному бізнесі
Загреба Максим Сергій Романчук	Дослідження динаміки курсу гривні в період повномасштабного вторгнення Товарорух в розподільчій мережі
Бублик Анастасія	Стратегія просування авіакомпаній
Биканов Артем Жук Діана Анастасія Слободенюк	Психологічні аспекти маркетингових комунікацій Психологія споживача Психологічні аспекти процесу продажу товарів
Ольга Поповкіна Максим Загреба Богдан Федюк Вікторія Вишневська Катерина Чеботарьова Бойко Світлана	Аспекти моделювання макроекономічних показників Технологія маркетингової діяльності Глобалізація логістики Збереження духовних цінностей студентів під час війни
Аліна Буберенко	Аналіз ефективності маркетингу для малого та середнього бізнесу

Обговорили:

презентовані учасниками конференції доповіді і презентації,
результати науково – дослідних робіт, їх практичну і наукову цінність,
можливість, доцільність і перспективність практичного застосування та
впровадження у відповідні галузі.

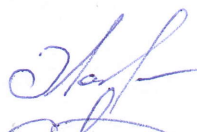
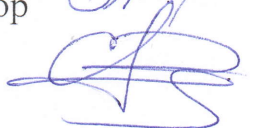
Ухвалили:

відзначити доповідачів – учасників конференції та
направити всі прийняті доповіді до друку у збірник матеріалів конференції.

Заступник голови Оргкомітету

доктор економічних наук, професор

Відповідальний секретар

Р.І. Жовновач

Романчук С.А.