



IV ВСЕУКРАЇНСЬКА КОНФЕРЕНЦІЯ СТУДЕНТІВ ТА МОЛОДИХ ВЧЕНИХ «МАРКЕТИНГ ОЧИМА МОЛОДІ»

Сьогодні, 8.06.2021 р. на базі Хмельницького національного університету кафедра Маркетингу і торговельного підприємництва ХНУ спільно з Українською Асоціацією Маркетингу приймала учасників **IV Всеукраїнської конференції студентів та молодих вчених «МАРКЕТИНГ ОЧИМА МОЛОДІ»**. Ця конференція «виросла» з регіональної, яку було започатковано ще у 2009 р..

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ МАРКЕТИНГУ



ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І УПРАВЛІННЯ



**КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ І ТОРГОВЕЛЬНОГО
ПІДПРИЄМНИЦТВА**



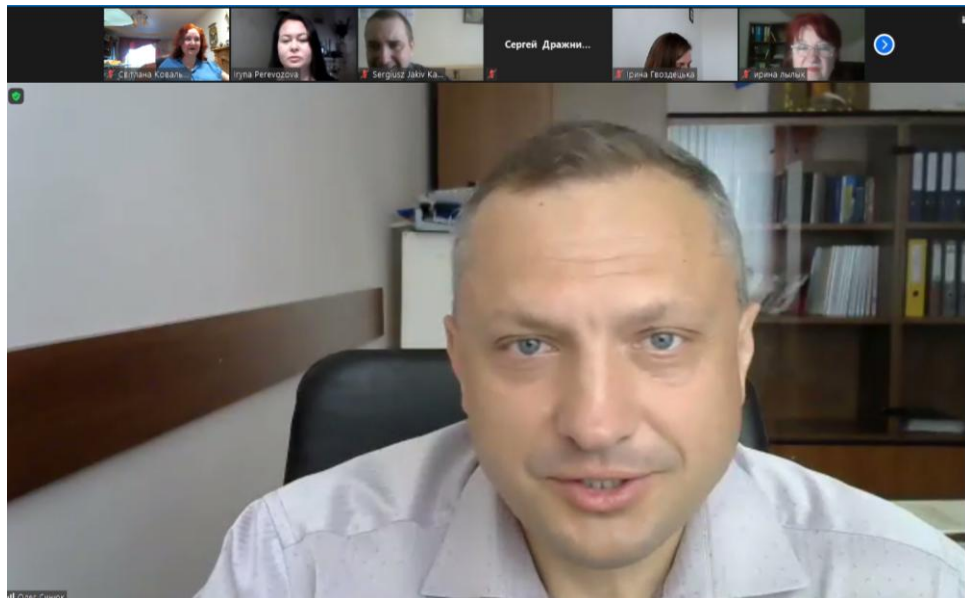
**ПРОГРАМА
ЧЕТВЕРТОЇ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ ТА МОЛОДИХ ВЧЕНИХ
«МАРКЕТИНГ ОЧИМА МОЛОДІ»**

8 червня 2021 року

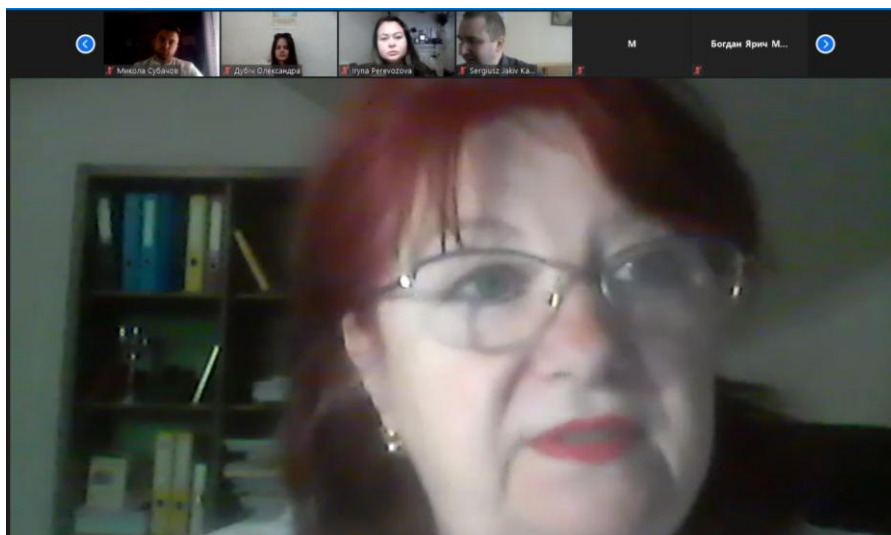
м. Хмельницький

На кафедрі маркетингу і торговельного підприємництва вже стало доброю традицією завершувати навчальний рік підведенням підсумків наукової роботи здобувачів вищої освіти та обмінюючись досвідом і досягненнями з колегами, а отже визначаючи нові перспективи для подальшого розвитку.

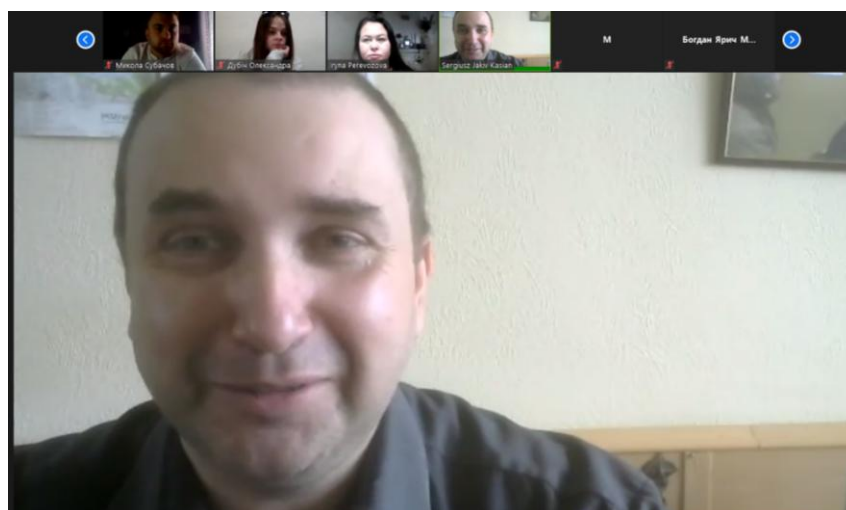
Конференція розпочалась вітальними словами проректора з наукової роботи ХНУ д.т.н., професора **Синюка Олега Миколайовича**, який підкреслив значимість здобування маркетингової освіти у сучасних турбулентних економічних умовах.



Традиційним і беззмінним учасником і провайдером конференції є Президент ГО Української асоціації маркетингу **Лилик Ірина Вікторівна**. У своїй промові вона акцентувала увагу на необхідності здійснювати підготовку маркетологів у руслі сучасних ринкових тенденцій та стандартів, які розробляє ГО УАМ.

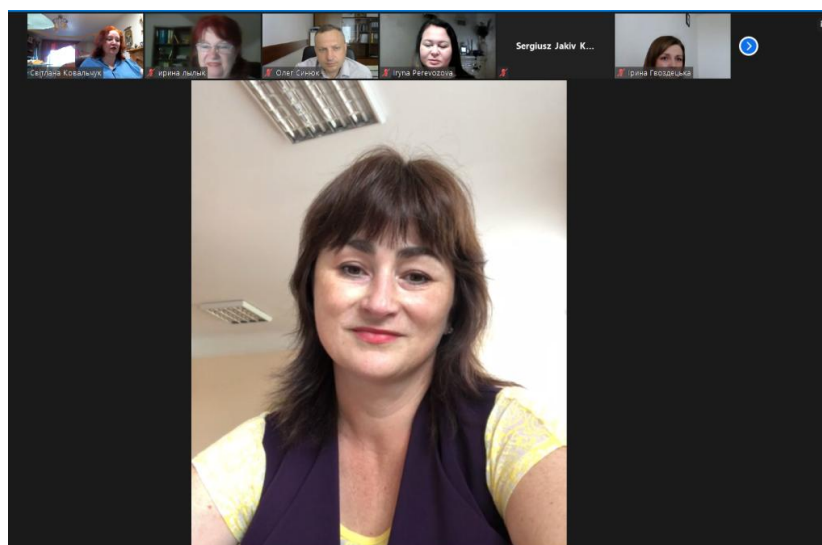
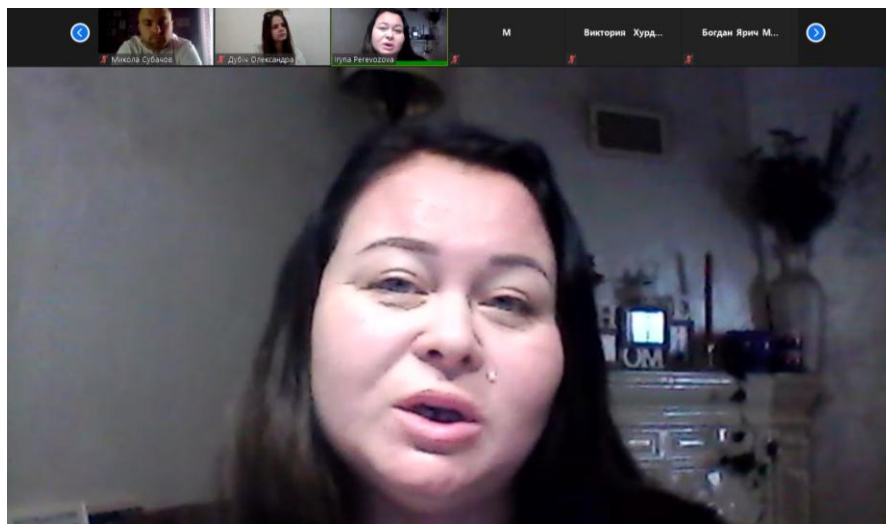


Далі естафета була передана на схід України, коли свої вітання і побажання плідної участі учасникам конференції висловив завідувач кафедри маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка» к.е.н., доц. **Касян Сергій Якович**. Він вперше взяв участь у роботі конференції і був приємно здивованим її представництвом та організацією.



Також вітальні слова та побажання плідної роботи учасникам конференції висловили представники ЗВО Західного регіону – завідувачка кафедри підприємництва та маркетингу Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу д.е.н., проф. **Перевозова Ірина Володимирівни** та завідувачка кафедри маркетингу Національного

університету водного господарства та природокористування (м. Рівне) – д.е.н., проф. **Мальчик Мар'яна Василівна**.

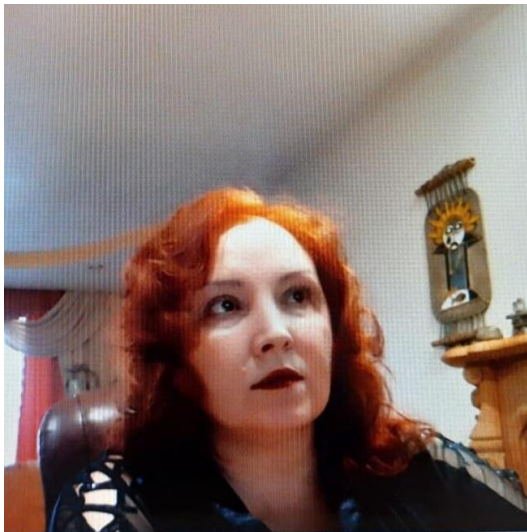


Загалом у пленарному засіданні конференції взяли участь понад 50 учасників, які представляли маркетингові школи:

- Державного університету «Одеська політехніка»;
- Івано-Франківського НТУ нафти і газу;
- Київського НУ імені Тараса Шевченка;
- НУ «КПІ імені Ігоря Сікорського»;
- НУ «Львівська політехніка»;

- НУ водного господарства та природокористування (м. Рівне);
- НТУ «Дніпровська політехніка»;
- Полтавського університет економіки і торгівлі;
- Університету митної справи та фінансів (м. Дніпро);
- Харківського державного університету харчування та торгівлі;
- Хмельницького національного університету;
- Черкаського державного технологічного університету;
- Чернівецького НУ імені Юрія Федьковича;
- ЗПВО ХТЕФК КНТЕУ.

Доброю традицією конференції стала презентація досягнень та нових напрямів розвитку кафедри маркетингу і торговельного підприємництва. На цьогорічному заході це стосувалося започаткування проєкту **«Школа менторства та інновацій Alumni»**, з яким учасників та гостей заходу познайомила завідувачка кафедри маркетингу і торговельного підприємництва, віце-президент ГО УАМ, доктор економічних наук, професор – Ковальчук Світлана Володимирівна.



Школа менторства та інновацій Alumni

На конференції піднімалися цікаві, актуальні маркетингові теми:

- роль маркетингу в просуванні startup-проєктів заснування та просування власного бренду
- розвиток digital-маркетингу;

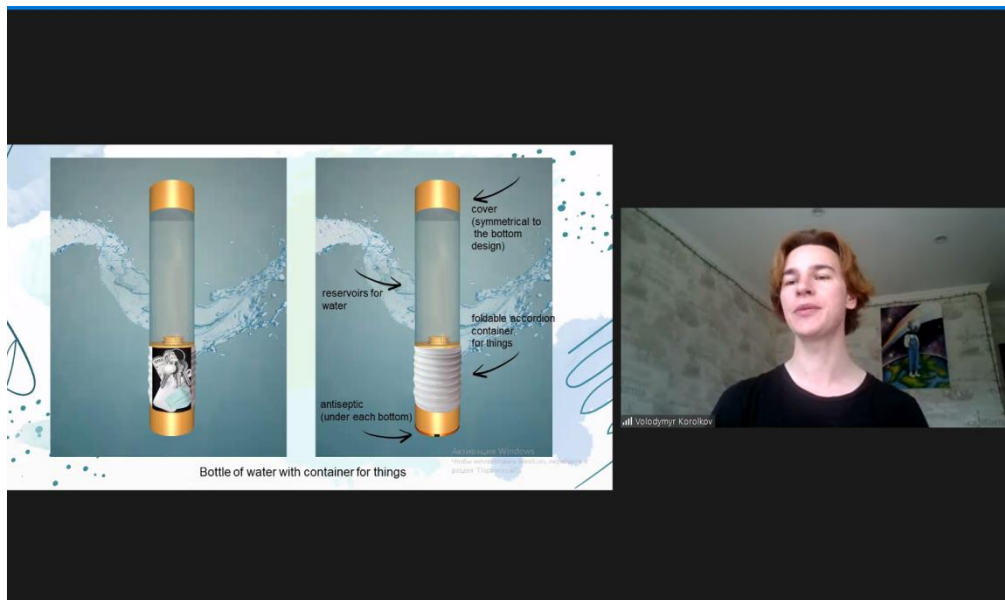
- застосування маркетингового інструментарію в різноманітних галузях економіки;
- креативний маркетинг і роль копірайтингу в реалізації маркетингових ідей;
- маркетинг у митній справі тощо.

Серед найбільш цікавих доповідей на конференції можна відмітити такі:

#freshline – новий погляд на дрібнички

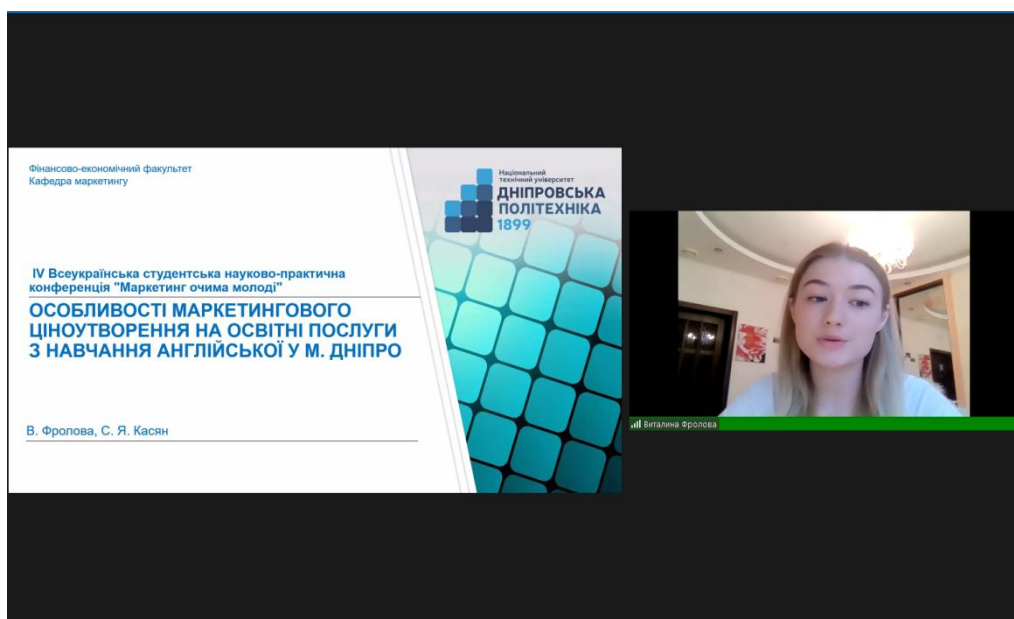
Володимир Корольков (Хмельницький національний університет) – доповідь у вигляді pitch та дискусія англійською мовою.





Особливості маркетингового ціноутворення на освітні послуги за навчання англійської у м. Дніпро

Віталіна Фролова (НТУ «Дніпровська політехніка»)



ВСТУП



Цінова політика будь-якого навчального закладу стосується життєво важливих аспектів його існування і подальшого розвитку. Ціноутворення виражає стратегічні цілі закладу освіти та повинно бути обґрунтованим.



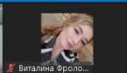
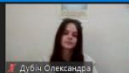
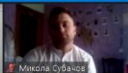
Віталіна Фролова

В. Фролова, С. Я. Коваленко

2

Копірайтинг як інноваційний інструмент маркетингу
Роман Іванніков (Полтавський університет економіки і торгівлі)



Hrynkivych Svit...

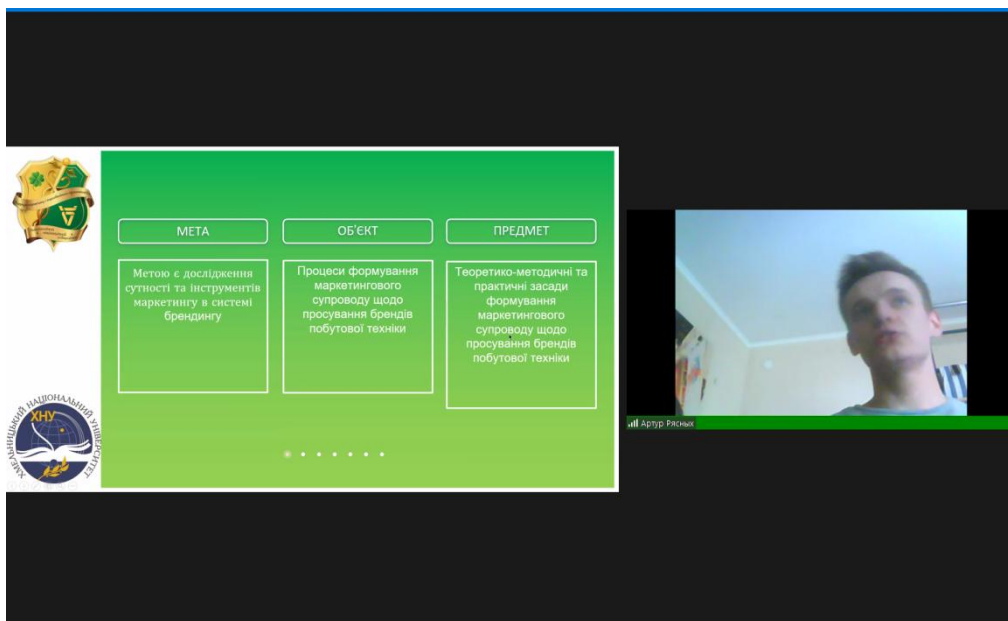
Копірайтинг як інноваційний інструмент [Іванніков (Режим совместимости)]

Копірайтинг як
інноваційний інструмент
маркетингу

Іванніков Роман Вячеславович,
Полтавський університет економіки і торгівлі



Маркетинговий супровід бренду
Артур Рясних (Хмельницький національний університет)



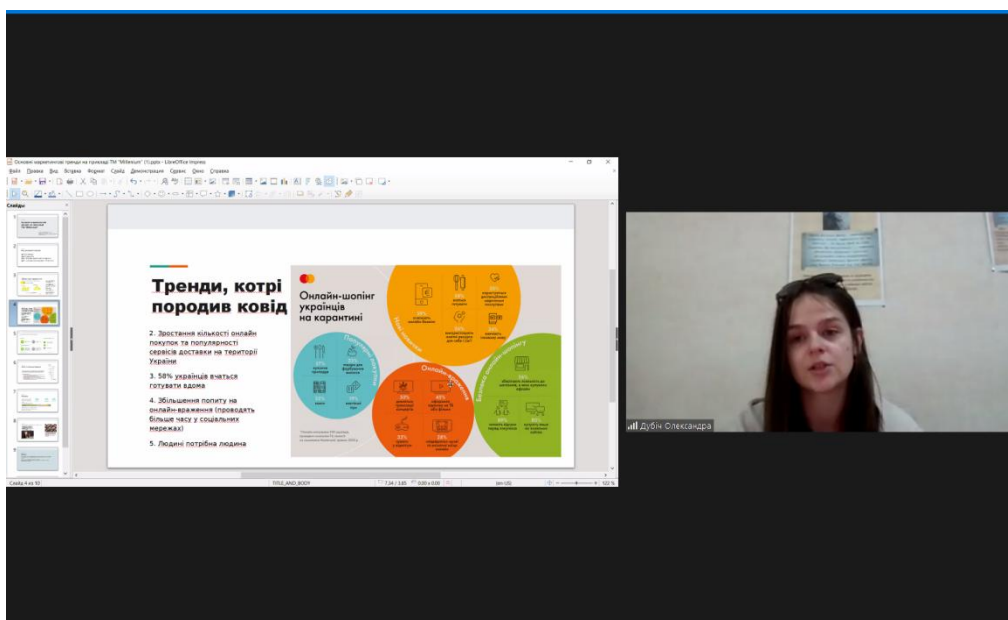
The screenshot shows a presentation slide with a green background and three columns of text. On the left, there are two logos: a gold crest and the logo of the National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine (NULS). The slide content is as follows:

МЕТА	ОБ'ЄКТ	ПРЕДМЕТ
Метою є дослідження сутності та інструментів маркетингу в системі брендингу	Процеси формування маркетингового супроводу щодо просування брендів побутової техніки	Теоретико-методичні та практичні засади формування маркетингового супроводу щодо просування брендів побутової техніки

Below the slide, a video call window shows a young man with short brown hair, identified as 'Артур Ракняк' (Artem Raknyak).

Основні маркетингові тренди на прикладі ТМ «Мілленіум»

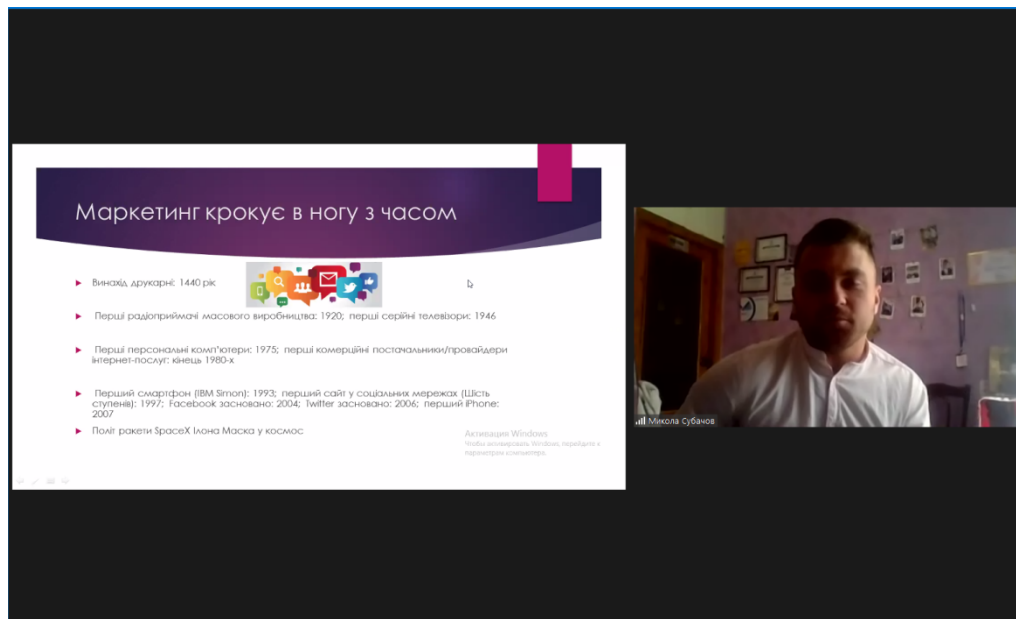
Олександра Дубич (Черкаський державний технологічний університет)



The screenshot shows a presentation slide titled 'Тренди, котрі породив ковід' (Trends that were born from COVID) and 'Онлайн-шопінг українців на карантині' (Online shopping of Ukrainians during quarantine). The slide contains a list of five trends and a circular diagram illustrating online shopping trends.

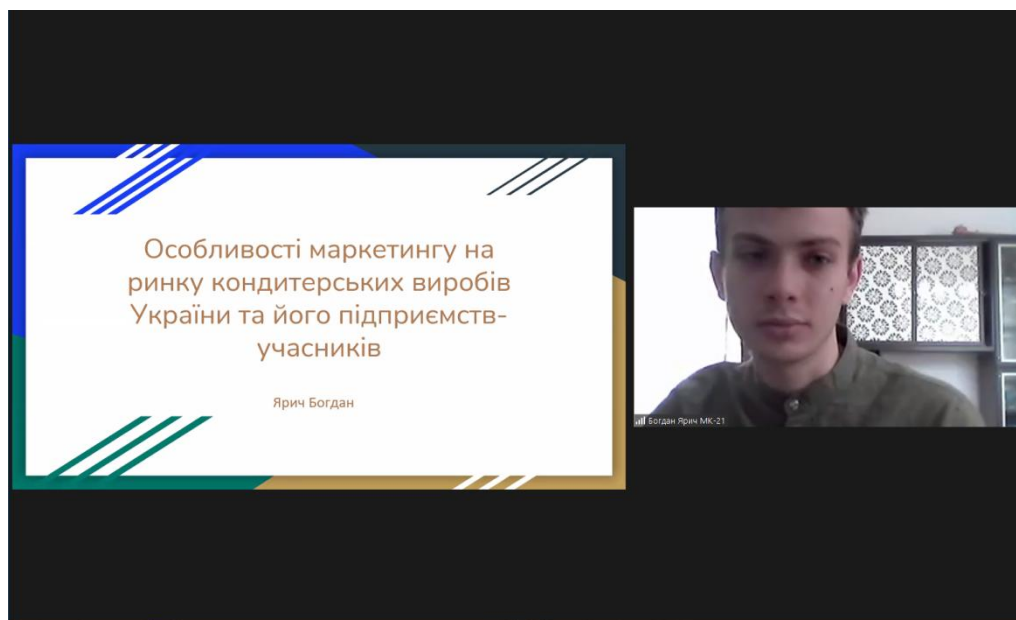
- Зростання кількості онлайн покупок та популярності сервісів доставки на території України
- 50% українців вміє готувати вдома
- Збільшення попиту на онлайн-магазини спеціалізованих товарів (наприклад, одягу, косметики, аксесуарів)
- Збільшення попиту на онлайн-магазини спеціалізованих товарів (наприклад, одягу, косметики, аксесуарів)
- Людям потрібна людина

Below the slide, a video call window shows a young woman with long dark hair, identified as 'Дубін Олександра' (Dubin Oksandra).



Особливості маркетингу на ринку кондитерських виробів України та його підприємств-учасників

Богдан Ярич (Національний Університет «Львівська Політехніка»)



Сучасні маркетингові інструменти просування нового товару на прикладі «Yankovska brand»

Яна Янковська (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)



Національний університет
водного господарства
та природокористування

IV Всеукраїнська студентська науково-виробнича конференція
«МАРКЕТИНГ: ФОРМА МОЛОДІ»
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

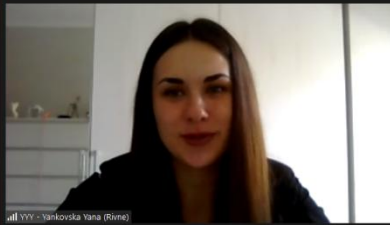


«Сучасні маркетингові інструменти просування нового товару на прикладі YANKOVSKA BRAND»




СПІКЕР:
студентка 6-го курсу ННЕМ
спеціальності
075 «Маркетинг» НУВГП (м.Рівне)
Янковська Яна Ярославівна
Навковий керівник:
д.е.н., проф. Мальчик М.В.

ON-LINE НА ПЛАТФОРМІ ZOOM 08.06.2021



all.YYY.: Yankovska Yana (Rivne)

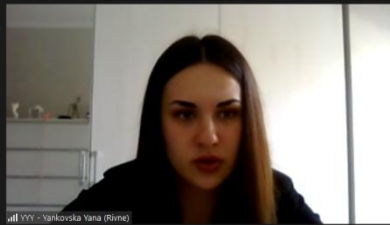
Маркетингові інструменти виведення на ринок товару YANKOVSKA BRAND

Показ колекцій



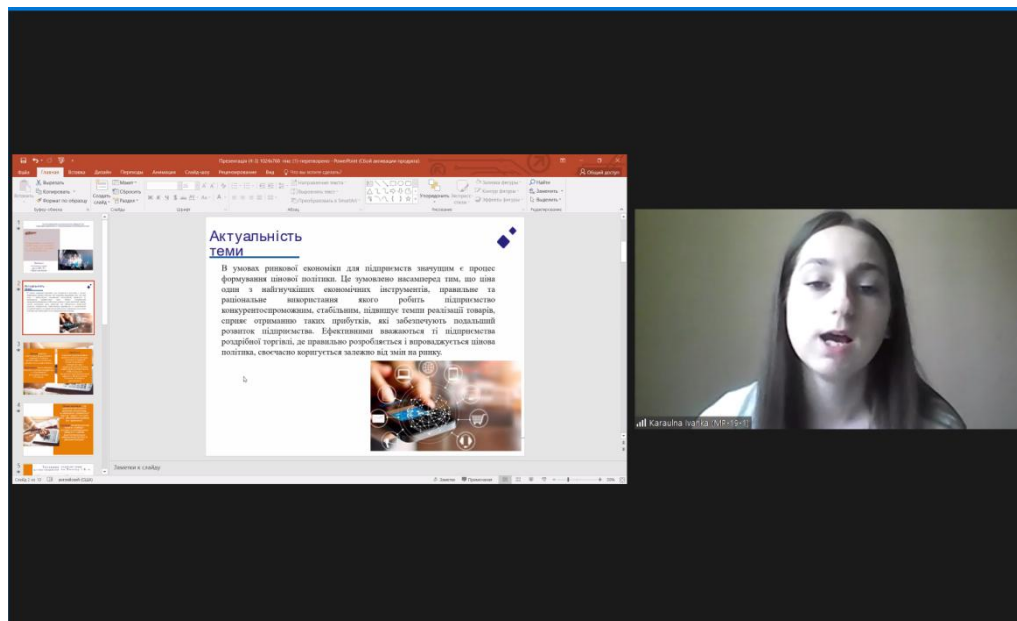
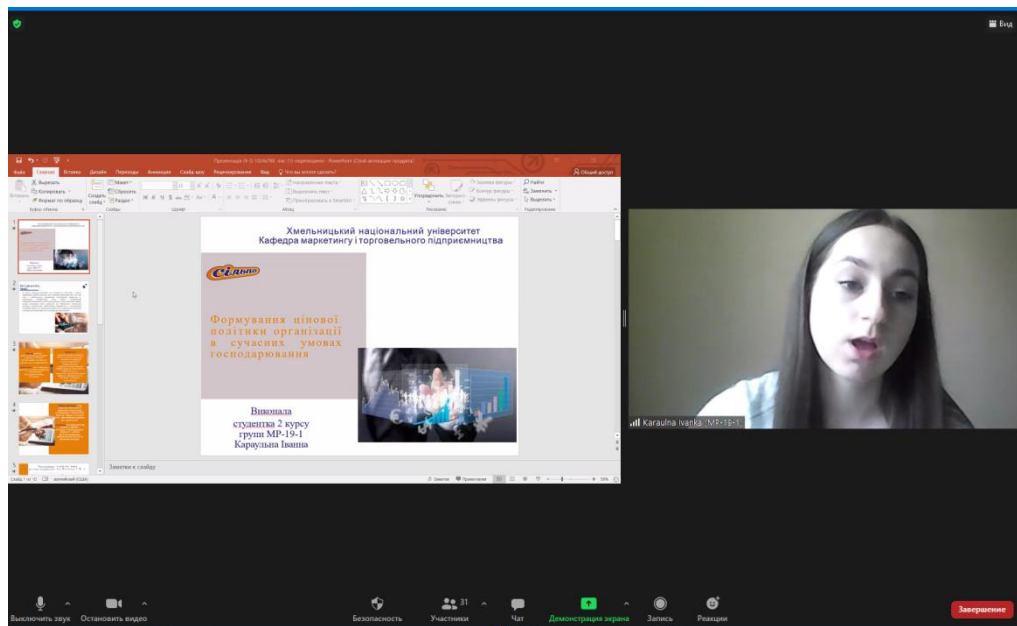

Співпраця з блогерами



all.YYY.: Yankovska Yana (Rivne)

Ціноутворення: теорія і реалізація торговельними підприємствами
Іванна Караульна (Хмельницький національний університет)



Місце лідогенерації діяльності сучасних підприємств

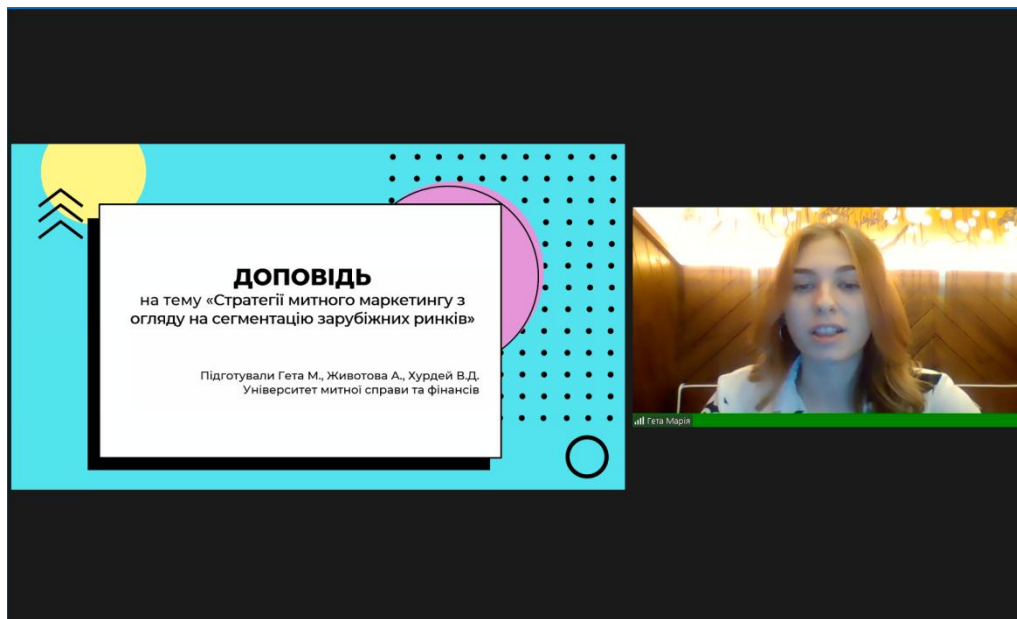
Тетяна Огороднік (Хмельницький національний університет)

2021	Лідогенерація маркетинговий інструмент, спрямований на залучення певних контактних даних з вашої цільової аудиторії користувачів.	Лід контактні дані користувача Інтернет, який висловив своє бажання на покупку ваших продуктів та послуг або відреагував на лід-форму з опитуванням.	 Таня Огородник
06			

2021		Тенденції показують, що потреба в лідогенерації буде продовжувати рости, як для підприємств (компаній), орієнтованих на надання послуг, так і на продажі.	 Таня Огородник
06			

Стратегії митного маркетингу з огляду на сегментацію зарубіжних ринків

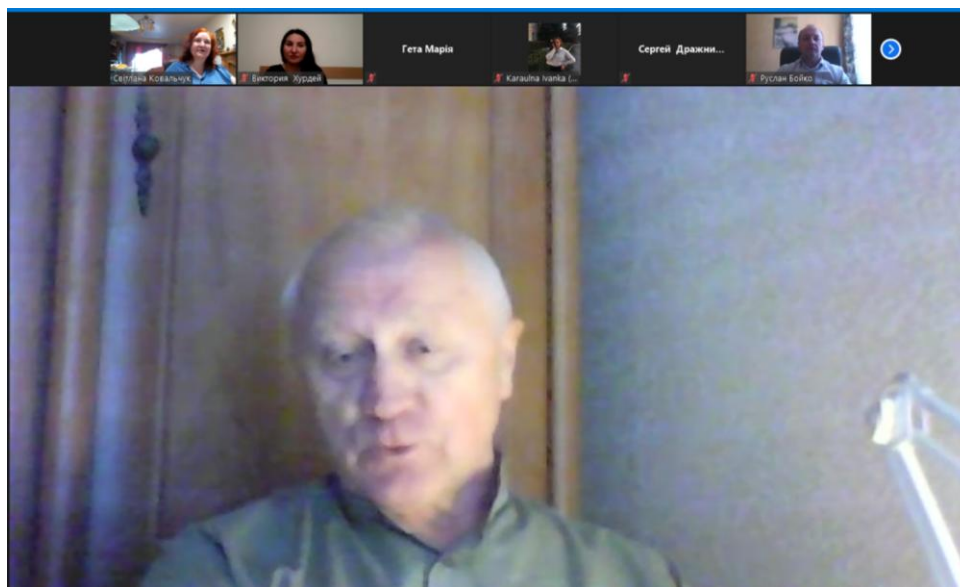
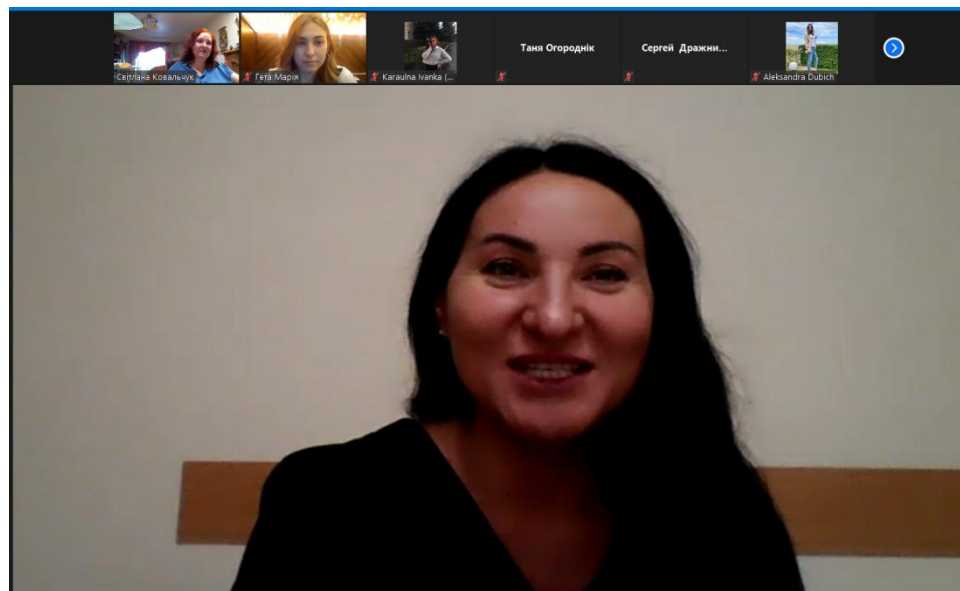
Марія Гета (Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро)



Важливим здобутком нашої **IV Всеукраїнської конференції студентів та молодих вчених «МАРКЕТИНГ ОЧИМА МОЛОДІ»** є залучення до участі в ній, як здобувачів ВО різних рівнів, так і представників академічної спільноти та бізнесу.

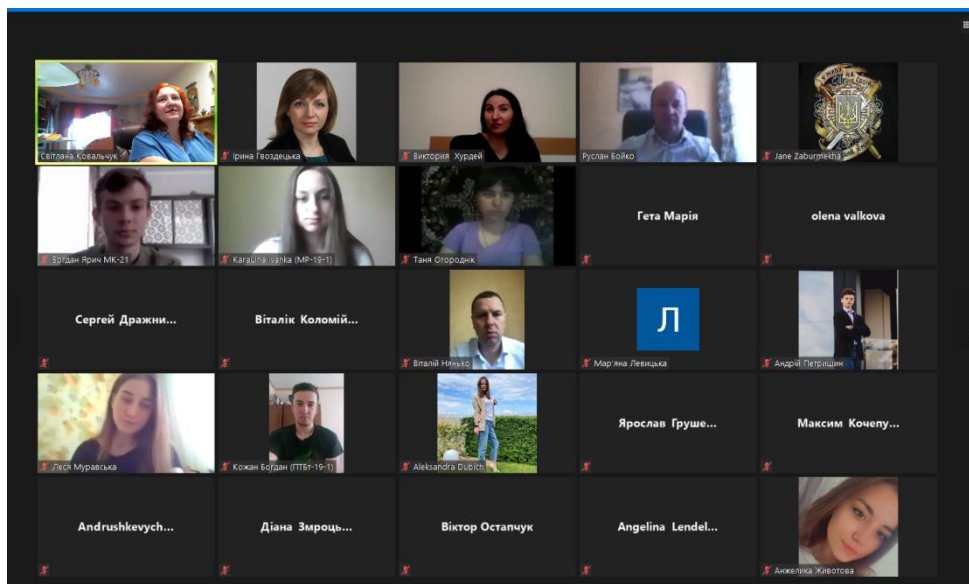
Такий підхід забезпечує обмін думками, налагодження контактів, здобуття нових ідей. На цьогорічній конференції додатковим бонусом для учасників став виступ від **Олени Арсенюк**, HR-менеджера Холдингу «GM auto GROUP», яка презентувала діяльність Холдингу «GM auto GROUP» та запропоновувала цікаві нові напрями діяльності та працевлаштування для здобувачів вищої освіти.

На завершення конференції прозвучали слова вдячності організаторам від доцента університету митної справи та фінансів (м. Дніпро) **Хурдей Вікторії Дмитрівни** та доктора економічних наук, професора кафедри маркетингу і торговельного підприємництва ХНУ – **Тельнова Анатолія Сергійовича**.



Окрема подяка від організаторів конференції:

Дякуємо всім учасникам конференції за цікаві доповіді та любов до
МАРКЕТИНГУ!



Нехай Ваші ідеї втілюються в життя і приносять Вам моральне і матеріальне задоволення!

Навчаємося самі – навчаємо студентів – формуємо фахову бізнес-еліту!