

**X МТНК «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки
України», 3-5 грудня 2015 р.**

«Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України»

Кафедрою маркетингу з 2006 року щорічно організовується і проводиться Міжнародна науково-практична конференція «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України».

Активну участь у роботі міжнародної науково-практичної конференції приймають представники наукової спільноти України і зарубіжжя, маркетологи-практики.



Офіційними партнерами міжнародної науково-практичної конференції в різні роки були:

- Громадська Вища школа підприємництва та управління, м. Лодзь (Республіка Польща).
- Західно-Саксонська Вища фахова школа, м. Цвіккау (ФРН).
- Національний університет «Львівська політехніка».
- Всеукраїнська громадська організація «Українська асоціація логістики».
- Українська асоціація маркетингу.

- Всеукраїнська спілка вчених економістів.

Це дає підстави зробити висновки щодо популяризації ролі передових новаторських маркетингових технологій та технологій планування в умовах інноваційного розвитку економіки, вироблення науково-практичних підходів, практична реалізація яких сприяє розв'язанню нагальних проблем функціонування економіки та сприятиме виведенню країни на передові позиції.

Загалом, в роботі конференції щорічно приймають участь понад 100 вчених-науковців та практиків, що використовують у своїй діяльності маркетингові та інноваційні технології.



Метою проведення конференції є визначення та узагальнення теоретичних основ та розроблення практичних рекомендацій щодо застосування маркетингових технологій в умовах глобалізації економіки України.

Основними напрямками роботи конференції є наступні:

1. Стратегічна парадигма інноваційного маркетингу.
2. Актуальні проблеми застосування теорії і практики маркетингу у різних сферах господарювання.
3. Актуальні проблеми теорії і практики торгівлі та товарознавчої діяльності.
4. Маркетинг-менеджмент: концептуальні підходи і перспективи розвитку.
5. Загальноекономічні тенденції інноваційного розвитку економіки в умовах інтеграції в міжнародний економічний простір.

В умовах ринку основною рисою діяльності підприємства є орієнтація на споживчий попит, проведення відповідної науково-технічної інноваційної політики, потяг до нововведень. Гнучкість в управлінні, здатність і вміння перебудуватись, не втратити нові можливості сьогодні можуть бути більш важливими, ніж пряма економія витрат. Високий ступінь невизначеності, яка є характерною рисою ринкової економіки, вимагає використання гнучких інструментів у маркетингу, які дозволяють швидко враховувати зміну попиту і пропозиції, цін, вимог до якості товарів.

Регулювання інноваційної діяльності і пов'язаних з нею глобальних економічних процесів посідає провідне місце у вирішенні проблем структурної перебудови економіки, активізації науково-технічного прогресу, підвищенні ефективності діяльності підприємств і формуванні позитивних тенденцій розвитку економіки країни в цілому. У той же час глобалізація економічних відносин та світова економічна криза вимагають більш швидких і якісних змін у всіх сферах та ланках економічної системи країни, формування адекватних сучасним тенденціям розвитку товарних, ресурсних, фінансових, страхових, інвестиційно-інноваційних ринків та ринків послуг, а також ефективної ринкової інфраструктури, що є неможливим без застосування маркетингових технологій.

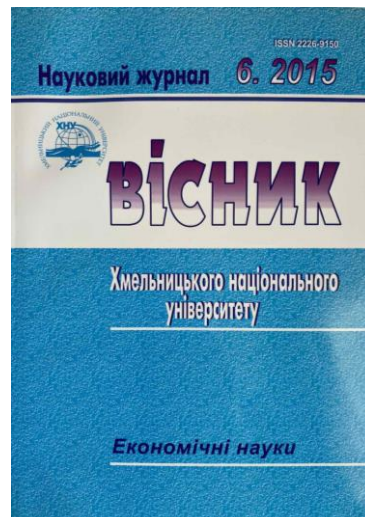
За результатами конференцій публікуються тези доповідей та статті у Віснику Хмельницького національного університету.



<https://cutt.ly/uMA9KYc>



<https://cutt.ly/4MA9O02>



<https://cutt.ly/nMA3wk6>