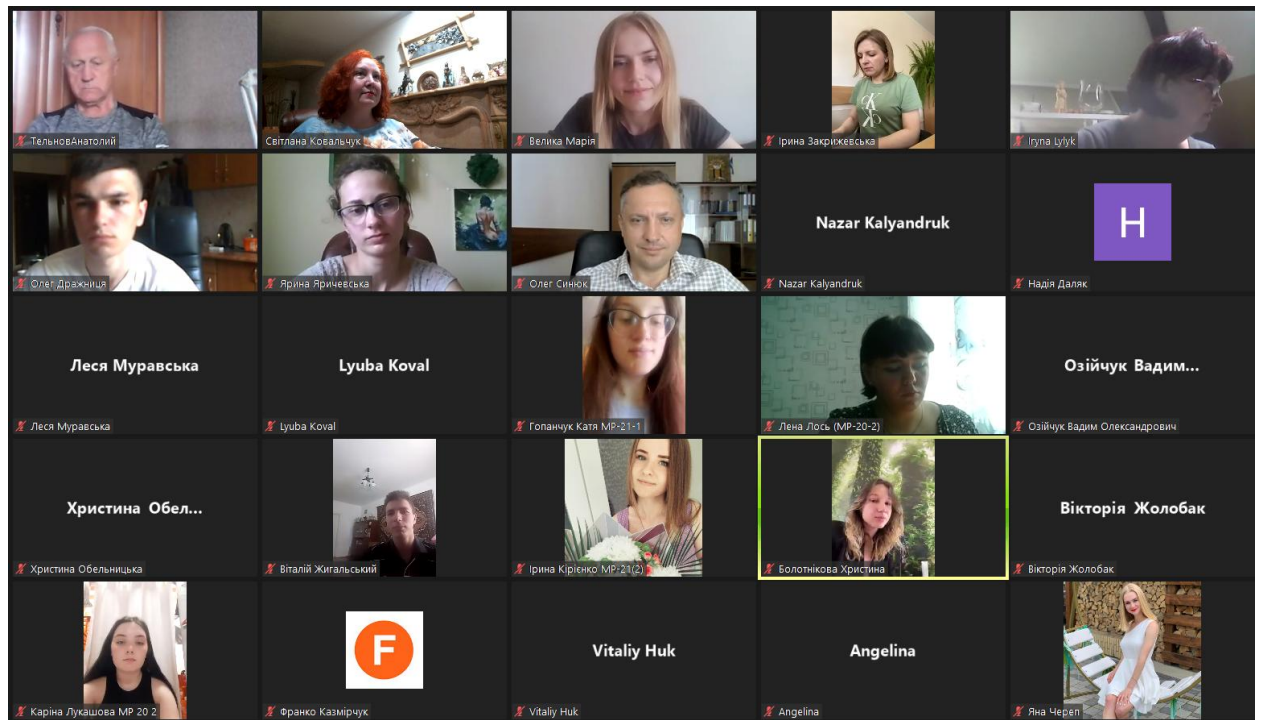


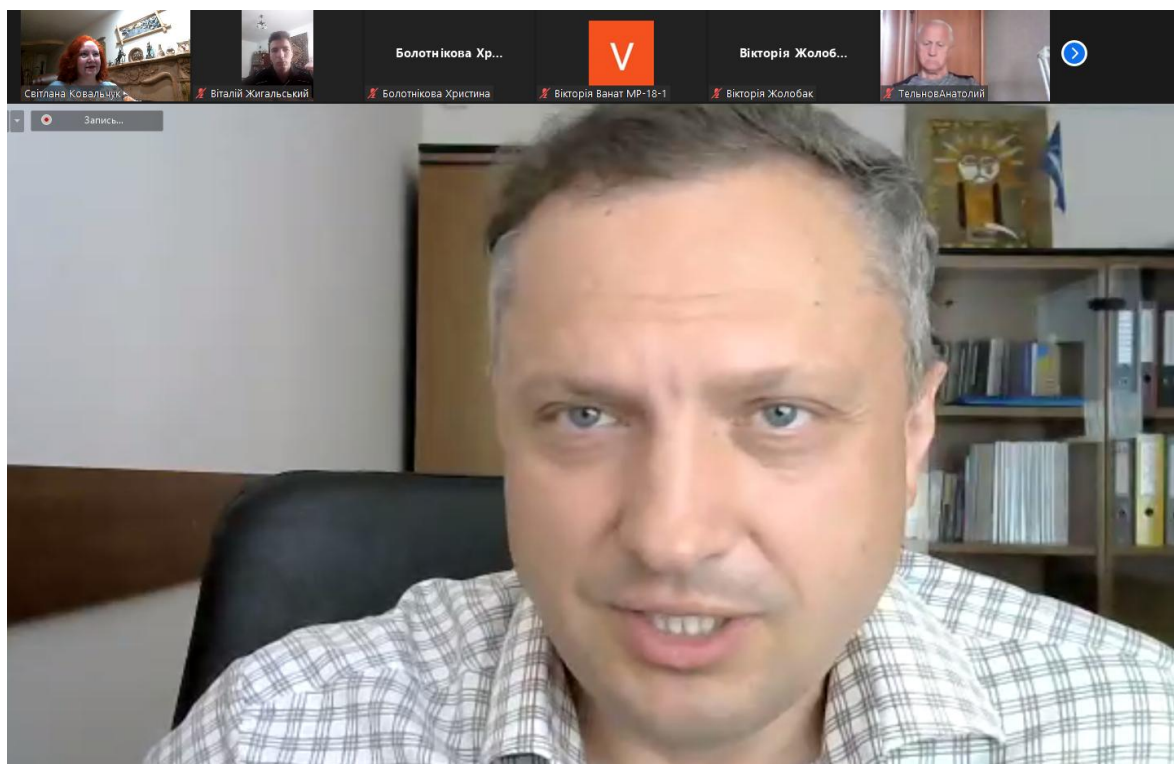
Свято відбулося!

Сьогодні 10.06.2022 відбулася вже V Всеукраїнська науково-практична конференція студентів і молодих вчених «МАРКЕТИНГ ОЧИМА МОЛОДІ».

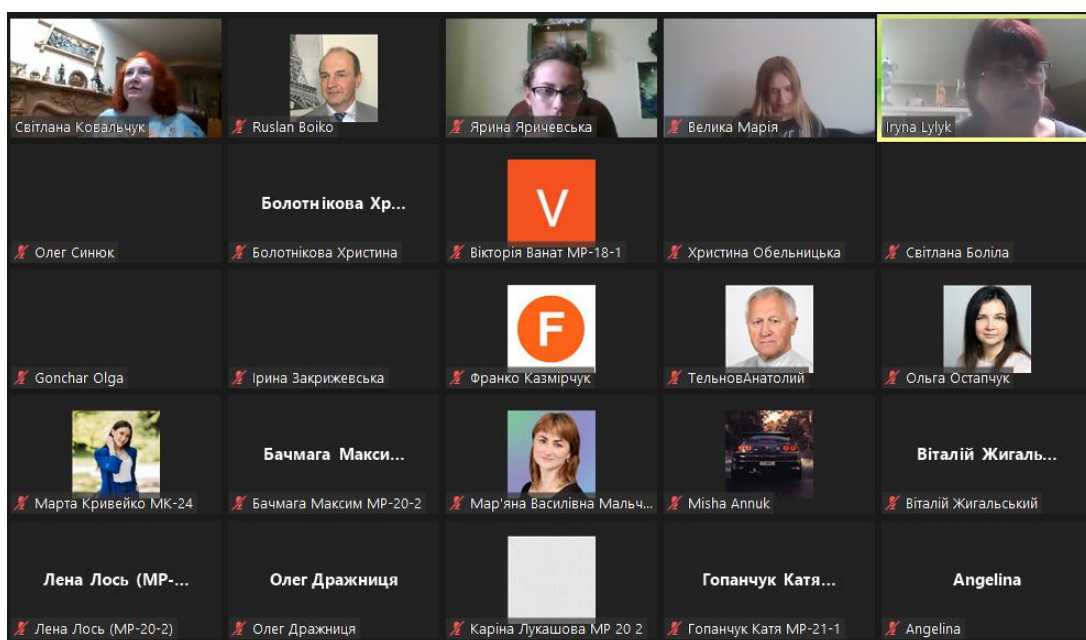
У конференції взяли участь понад 100 учасників з 23 ЗВО України



Традиційно конференцію вітальним словом розпочав Олег Миколайович Синюк - д.т.н., професор, проректор з наукової роботи Хмельницького національного університету.



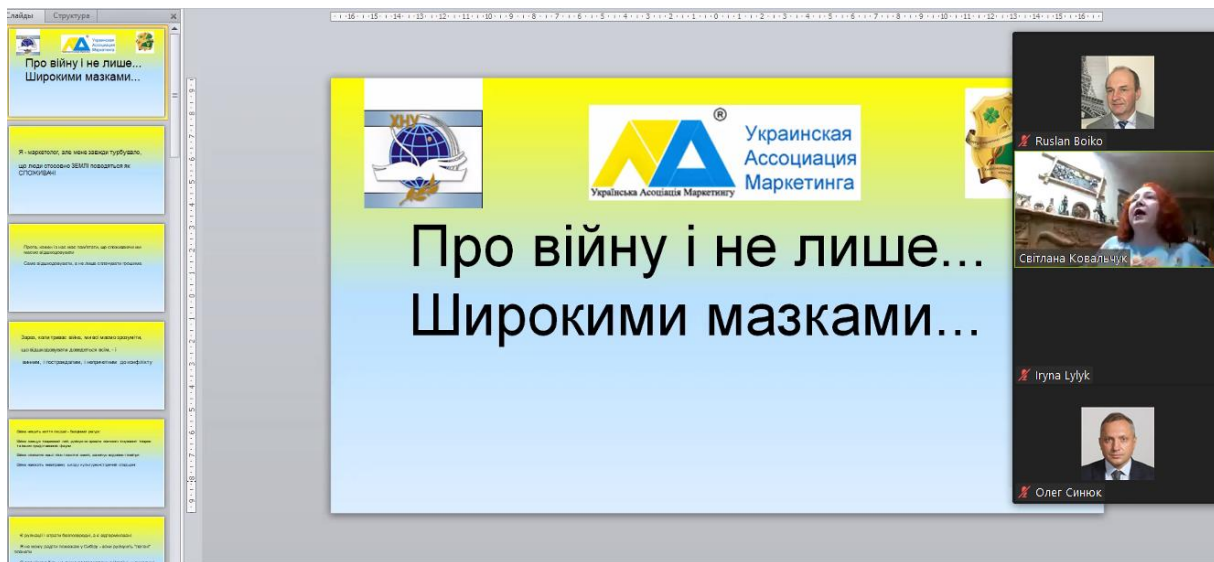
З привітаннями до учасників конференції звернулася Президент Української Асоціації Маркетингу - Лилик Ірина Вікторівна.



Учасників конференції привітала завідувачка кафедри маркетингу Національного університету водного господарства і природокористування - Мальчик Марьяна Василівна, д.е.н., професор.

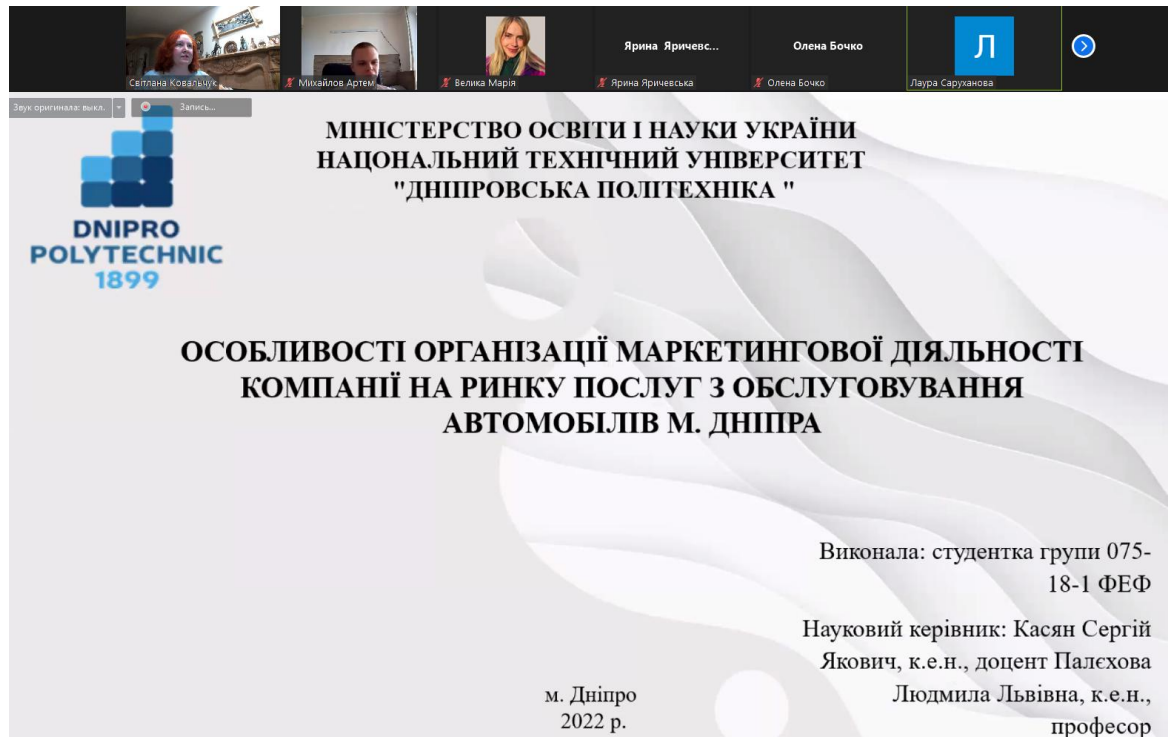


Про сучасні тенденції маркетингу та його завдання у сучасних умовах у своїй промові акцентувала увагу Ковальчук Світлана Володимирівна - завідувачка Кафедри Маркетингу і Торговельного Підприємництва ХНУ.



У пленарному засіданні були заслухані 16 доповідей. Зокрема, свої бачення різних аспектів маркетингової діяльності представили здобувачі вищої освіти з різних ВНЗ України.

Лаура Саруханова, С.Я. Касян, Л.Л. Палехова (НТУ «Дніпровська політехніка») **Особливості організації маркетингової діяльності компанії на ринку послуг з обслуговування автомобілів м. Дніпра**



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
"ДНІПРОВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА"

ДНІПРО
POLYTECHNIC
1899

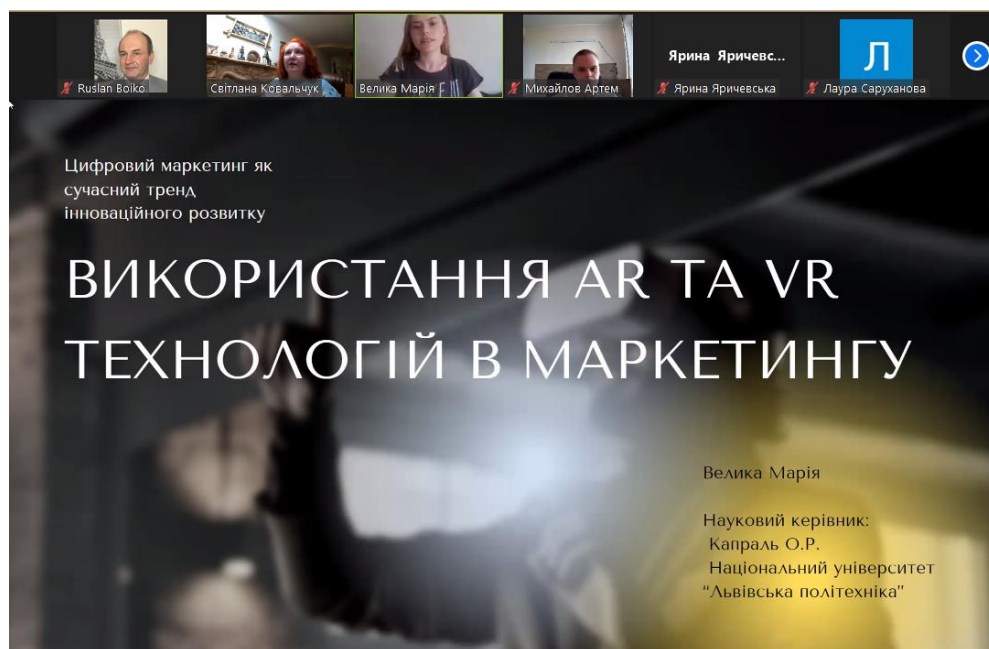
ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
КОМПАНІЇ НА РИНКУ ПОСЛУГ З ОБСЛУГОВУВАННЯ
АВТОМОБІЛІВ М. ДНІПРА

Виконала: студентка групи 075-18-1 ФЕФ

Науковий керівник: Касян Сергій Якович, к.е.н., доцент Палехова Людмила Львівна, к.е.н., професор

м. Дніпро
2022 р.

Марія Велика, О.Р. Капраль (НУ "Львівська політехніка") **Використання AR та VR технологій в маркетингу**



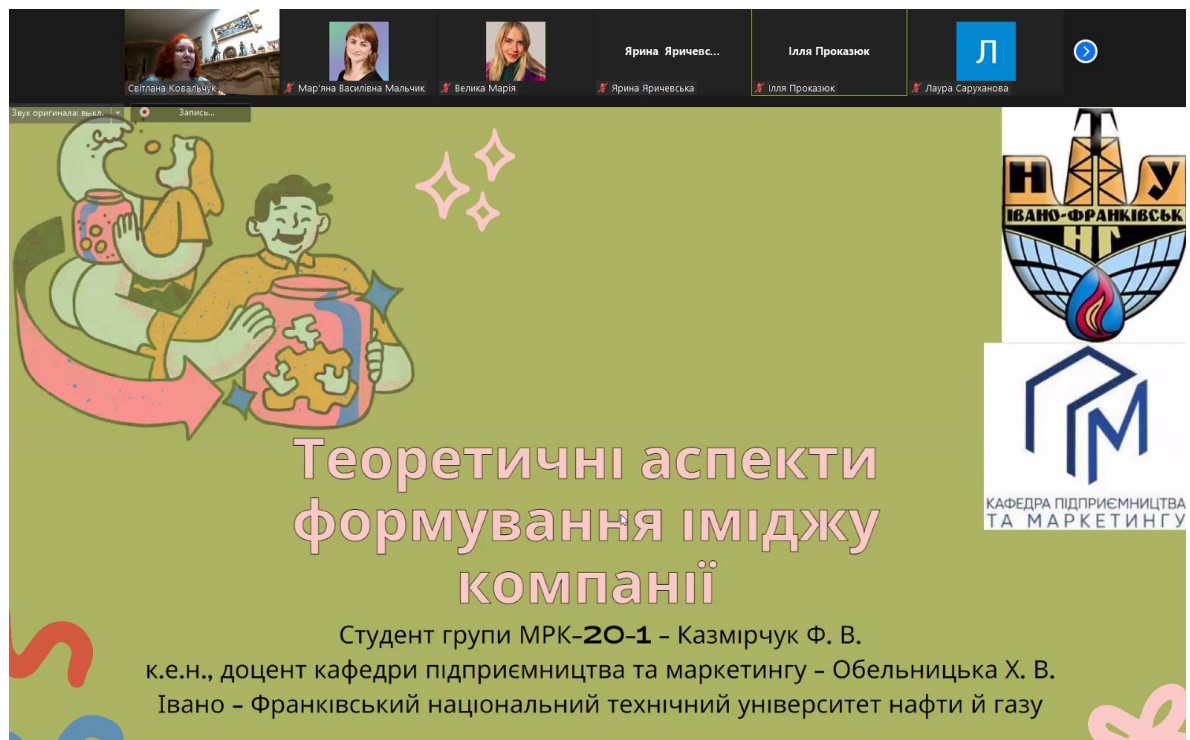
Цифровий маркетинг як сучасний тренд інноваційного розвитку

ВИКОРИСТАННЯ AR ТА VR
ТЕХНОЛОГІЙ В МАРКЕТИНГУ

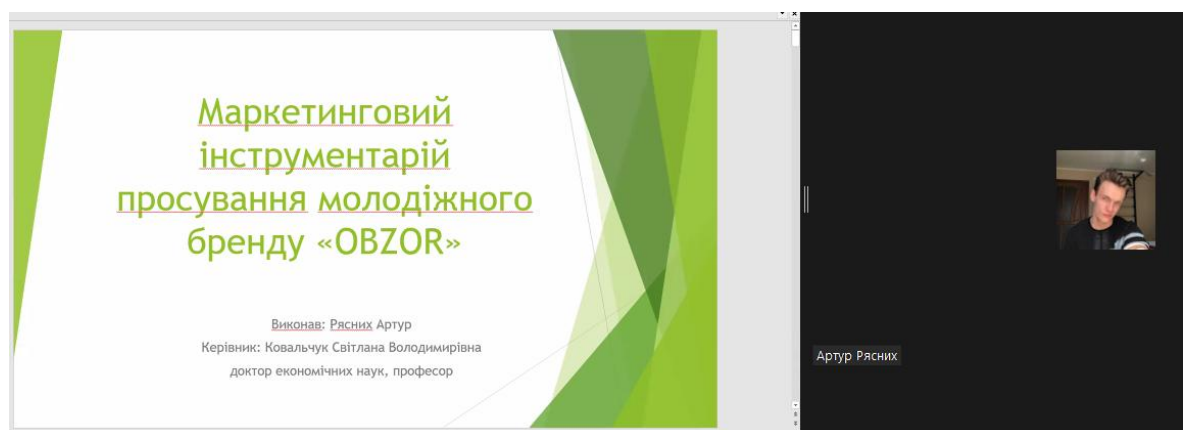
Велика Марія

Науковий керівник:
Капраль О.Р.
Національний університет
"Львівська політехніка"

Франко Казмірчук, Х.В. Обельницька (Івано - Франківський національний технічний університет нафти й газу) **Теоретичні аспекти формування іміджу компанії**

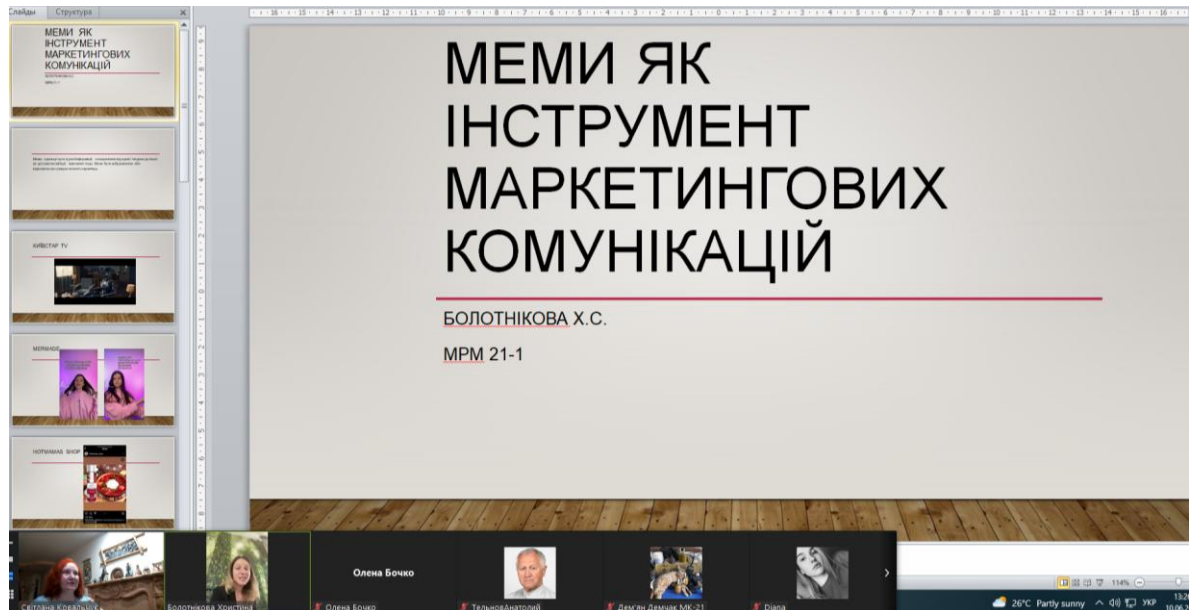


Артур Рясних, С.В. Ковальчук (Хмельницький національний університет) **Маркетинговий супровід бренду**

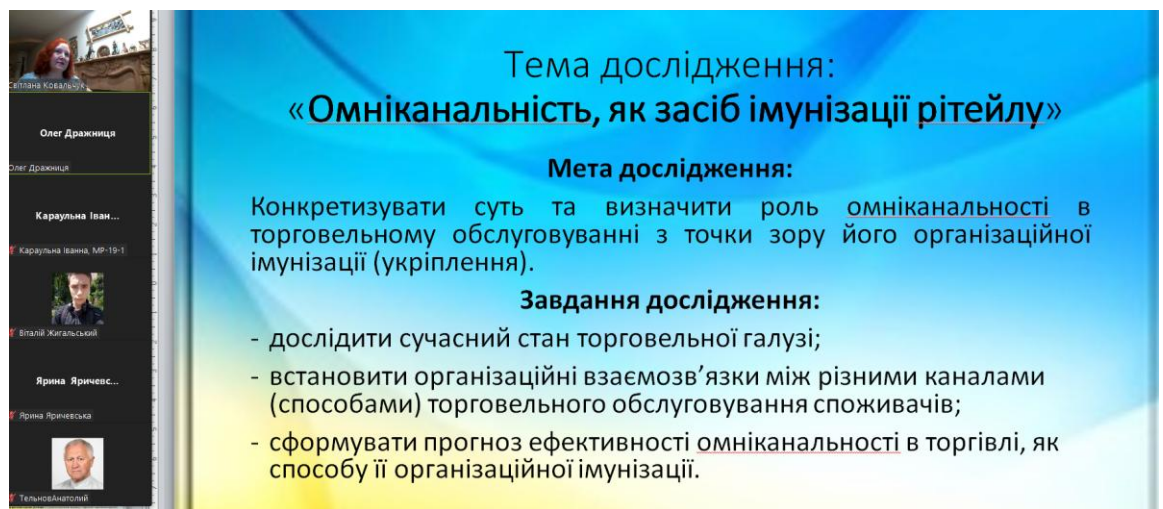


Вадим Озійчук, О.В. Мартинюк (НУВГП, м.Рівне) **Маркетингові інструменти просування вживаних автозапчастин**

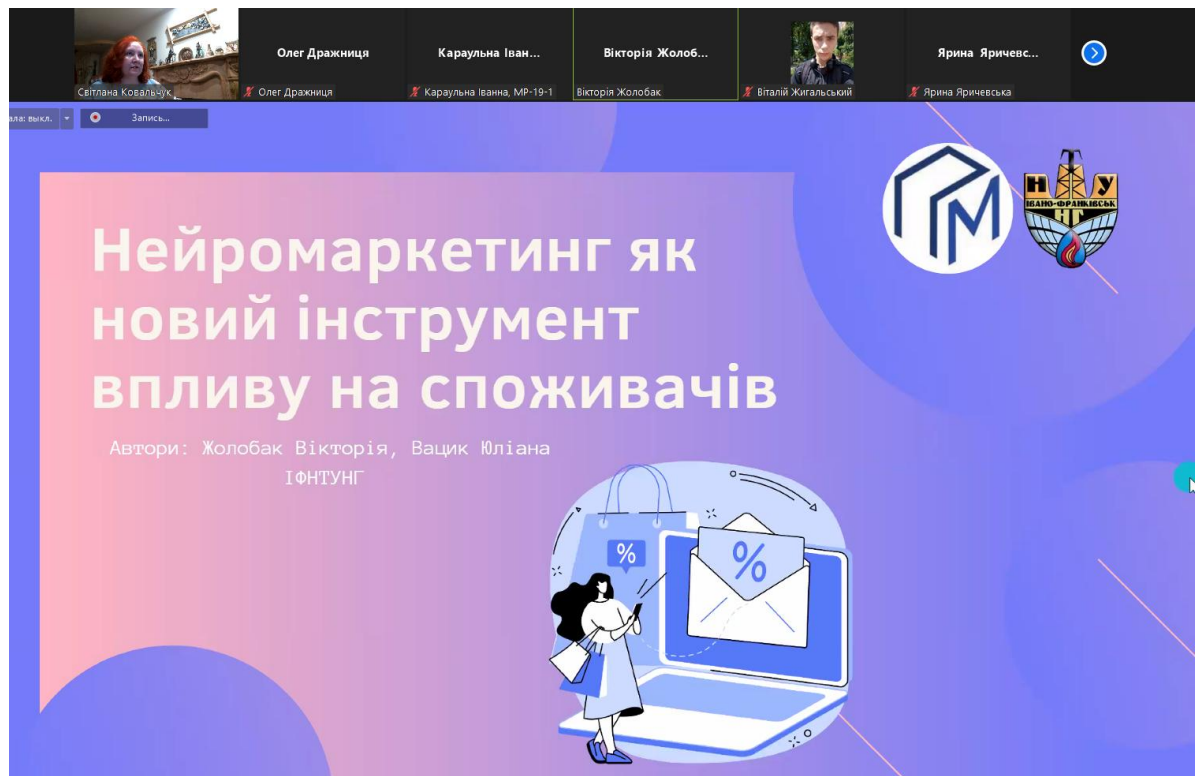
Христина Болотнікова, С.В. Ковальчук (Хмельницький національний університет) **Мемі як інструмент маркетингових комунікацій**



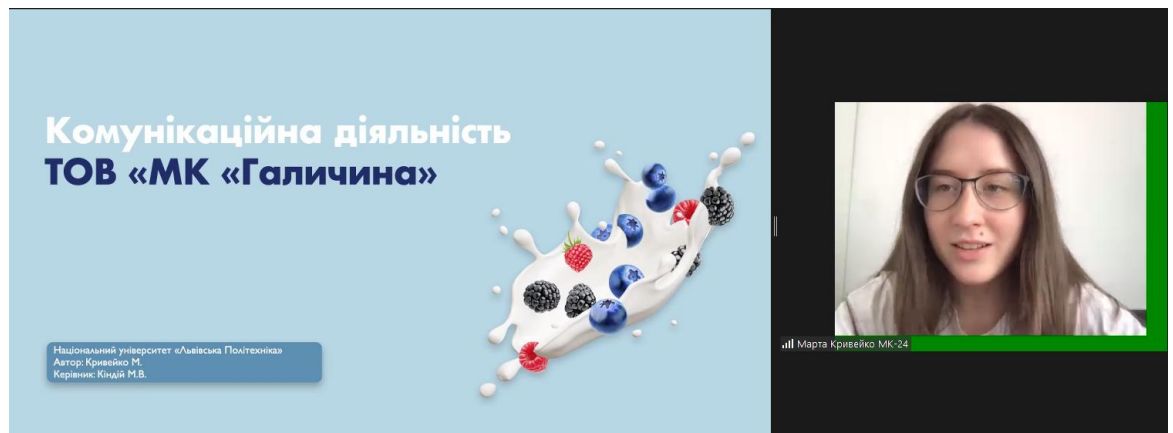
Олег Дражниця, С.А. Дражниця (Хмельницький національний університет) **Омніканальність, як засіб імунізації ритейлу**



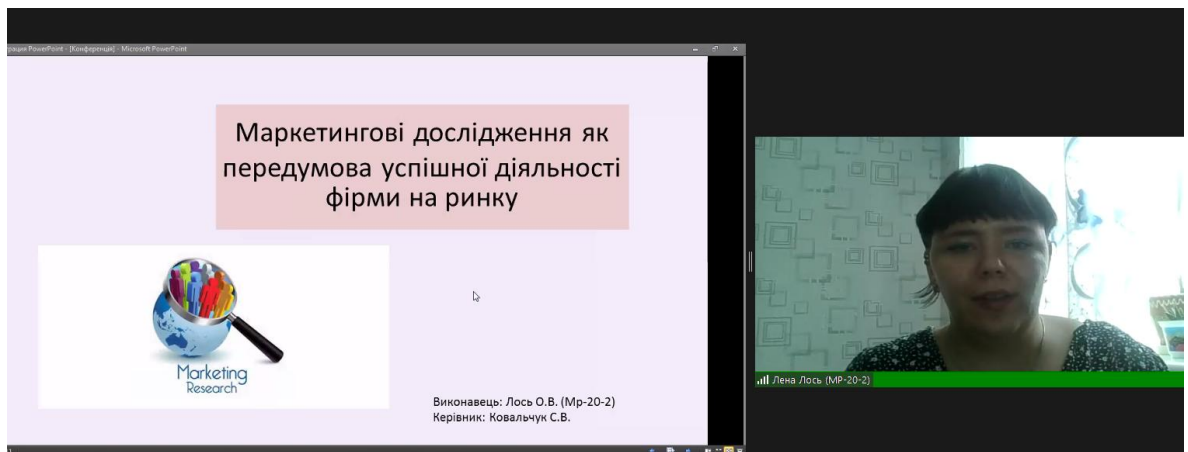
Вікторія Жолобак, Максим Різняк, Х.В. Обельницька (Івано-Франківський національний технічний університет нафти й газу) **Нейромаркетинг як новий інструмент впливу на споживачів**



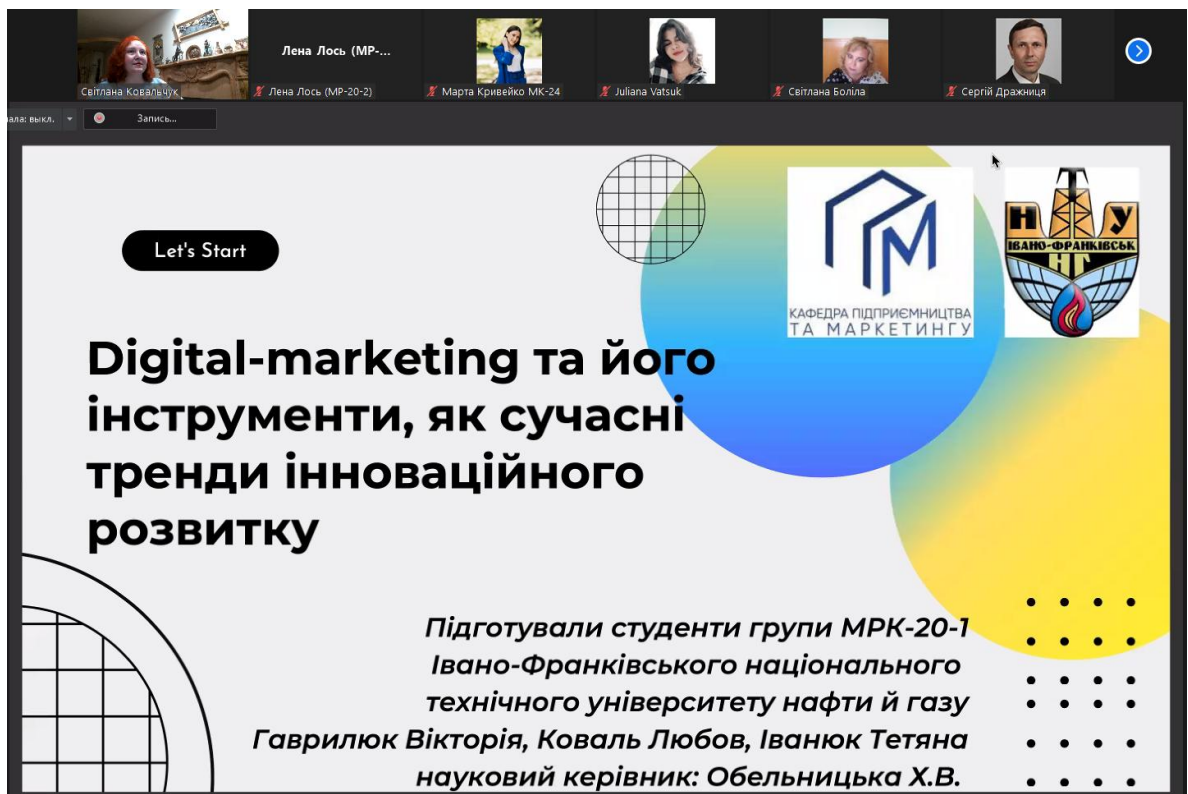
Марта Кривейко, М.В. Кіндій (НУ “Львівська політехніка”)
Комунікаційна діяльність ТОВ «МК «Галичина»



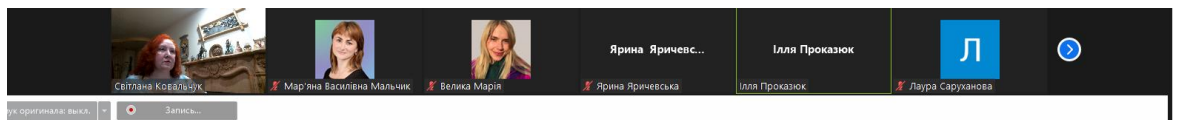
Олена Лось, С.В. Ковальчук (Хмельницький національний університет)
Маркетингові дослідження як передумова успішної діяльності фірми на ринку



В. Гаврилук, Т.М. Іванюк, Л. Коваль, Х.В. Обельницька (Івано-Франківський національний технічний університет нафти й газу) **Digital-маркетинг та його інструменти як сучасні тренди інноваційного розвитку**



Ілля Проказюк, О.Ю. Бочко (НУ "Львівська політехніка") **Covid 19, російське вторгнення в Україну. Основні наслідки та вплив обох подій на українське суспільство**



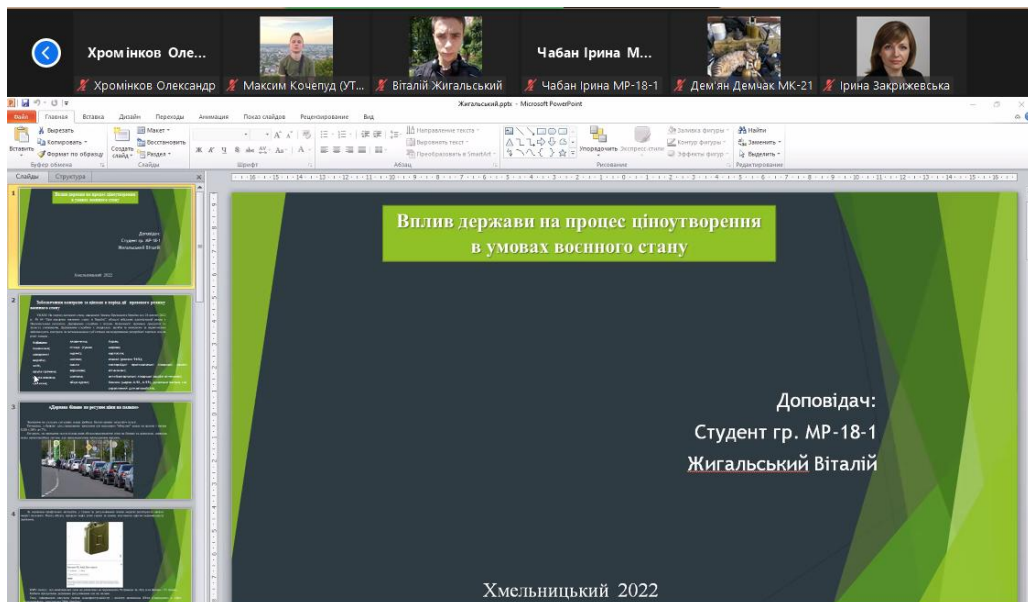
План

1. Як усе починалося. Всесвітній вірус.
2. Україна під час COVID-19 у цифрах.
3. Російське вторгнення.
4. Лякаючи числа.
5. Демографічна криза.
6. Вплив обох подій на економіку України.
7. Вплив війни в Україні на світову торгівлю.

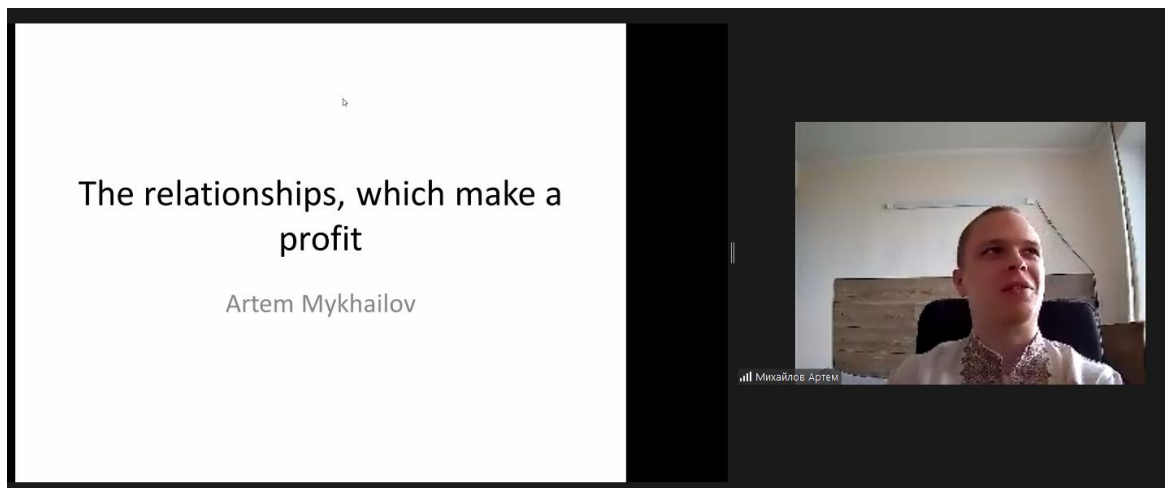


Національний університет "Львівська політехніка". 2022

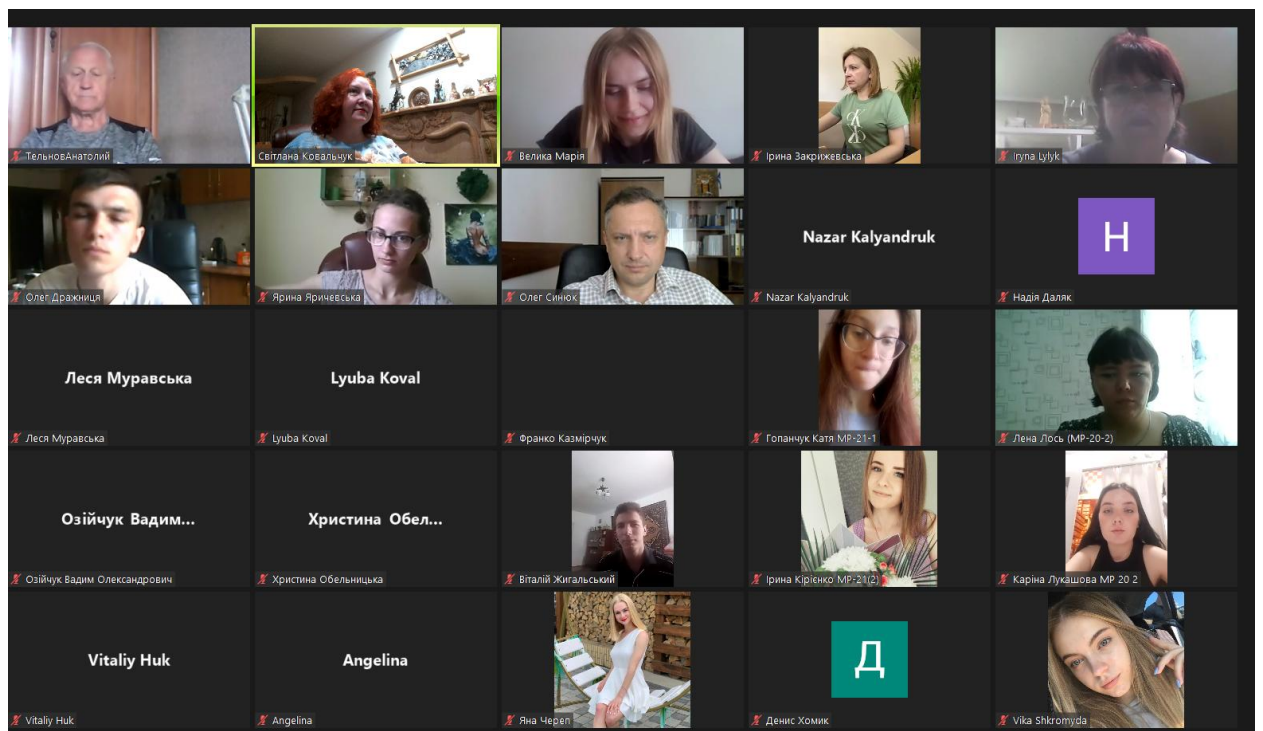
Віталій Жигальський, Є.М. Забурмеха (Хмельницький національний університет) **Вплив держави на процеси ціноутворення в умовах воєнного стану**



Конференція пройшла у рамках наукової дискусії. Були представлені доповіді англійською мовою (Артем Михайлов)



Гарно дякуємо всім учасникам і науковим керівникам за залученість і небайдужість, за цікаві доповіді і відданість українському маркетингу.



Українському маркетингу бути, бо маємо когорту молодих завзятих проукраїнських маркетологів, які зможуть не лише відбудувати Україну, але і зробити її дійсно європейською інноваційною країною.