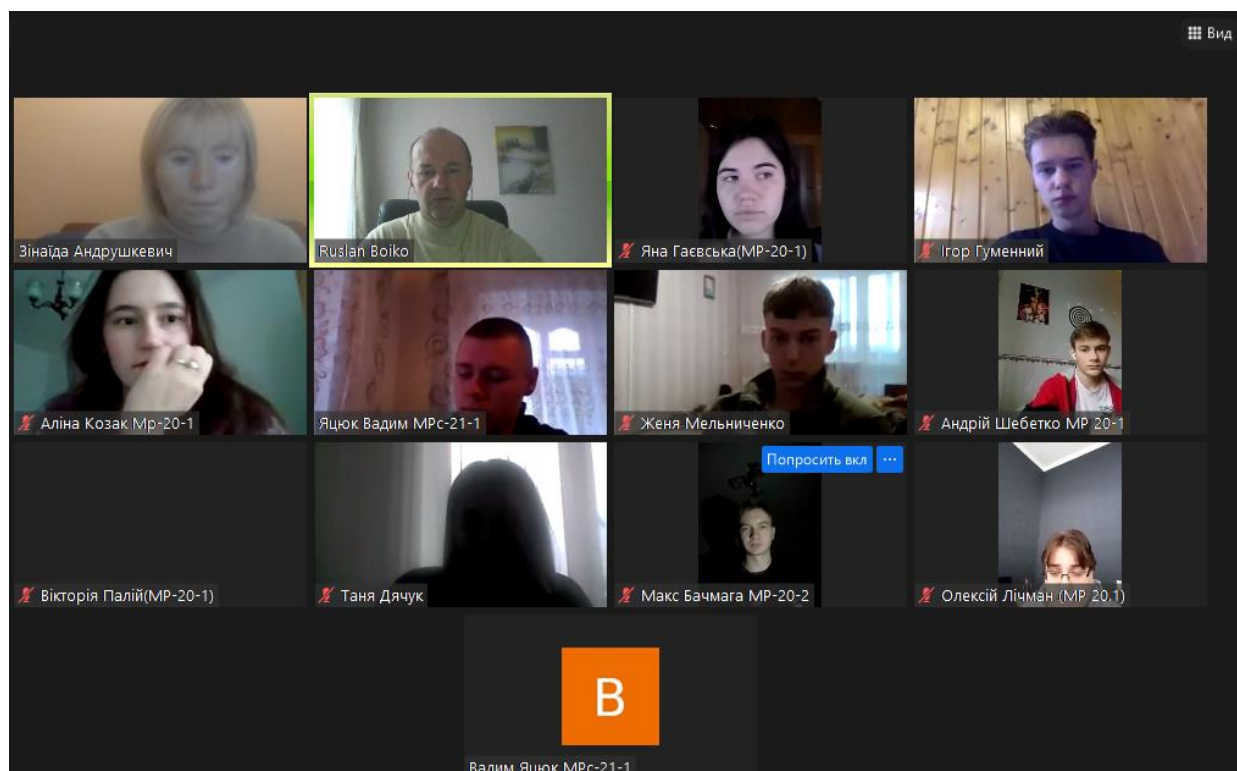


Відбулося підсумкове засідання наукового гуртка кафедри маркетингу «Modern marketyng» за осінній семестр. Через запроваджений в країні воєнний стан засідання проходило онлайн у форматі Zoom-конференції.



Незважаючи на періодичні перебої з електроенергією та з інтернетом засідання відбулося. Проте, через вищезазначені причини, робота переривалася декілька разів.

Учасники гуртка під час всього семестру працювали під керівництвом викладачів кафедри над такими питаннями: вивчення сучасних аспектів маркетингу у діяльності підприємств; актуальними проблемами застосування теорії і практики маркетингу, проведенням маркетингових досліджень, застосуванням маркетингових технологій в сучасних умовах.

Під час проведення засідання учасники доповідали основні свої напрацювання під час осіннього семестру.

Зокрема, серед найкращих доповідей, що доповідалися на підсумковому засіданні гуртка можна виділити наступні:

Доповідь Вікторії Лямзіної (MP-19-1) на тему: «Глобальні компанії і ТНК».

The screenshot shows a presentation slide with the following content:

- Транснаціональні корпорації**
- Транснаціональні корпорації (ТНК) — великі промислові компанії, які мають виробничі підрозділи в багатьох країнах світу.
- Іншими словами, ТНК — це сукупність підприємств (дочірніх фірм), розташованих у різних країнах світу й підпорядкованих материнській компанії. На відміну від звичайних великих підприємств, ТНК переміщують за кордон не товар, а сам процес виробництва, поєднуючи його із закордонною робочою силою.

A collage of logos for various global brands is shown on the right side of the slide, including YouTube, McDonald's, Facebook, Amazon.com, Google, Nike, Coca-Cola, Apple, Yahoo!, and others.

The right side of the image shows a video conference interface with participants: Андрій Петриш..., Ірина Захаржевська, Вадим Ясюк МРС-21-1, Іванна Карауль..., Іванна Караульня МР-19-1, and Віка Ляшова.

В рамках доповіді було розглянуто особливість діяльності компанії APPLE.

The screenshot shows a presentation slide about Apple Inc. with the following text:

Apple Inc. — американська транснаціональна корпорація з офісом у Купертіно (Каліфорнія), яка проектує та розробляє побутову електроніку, програмне забезпечення й онлайн-сервіси. Є першою американською компанією, чия капіталізація перевищила 1 трил. доларів США.

A large, stylized Apple logo is displayed on the right side of the slide.

The right side of the image shows the same video conference interface as the previous slide, with participants: Андрій Петриш..., Ірина Захаржевська, Вадим Ясюк МРС-21-1, Іванна Карауль..., Іванна Караульня МР-19-1, and Віка Ляшова.

Охарактеризована особливість діяльності компанії NIKE.

NIKE

- Транснаціональна корпорація «Nike, Inc.» є найбільшим у світі виробником спортивного взуття та одягу.
- Найважливішими атрибутами діяльності компанії є: якість, надійність, інновації, вартість спортивних товарів; споживчий зв'язок і лояльність до бренду; взаємодія з клієнтами через соціальні мережі; постійна підтримка і обслуговування клієнтів; співпраця з видатними і впливовими спортсменами, громадськими діячами, тренерами, командами, коледжами та спортивними лігами, які підтримують американський бренд і використовують його продукти, а також беруть активну участь в спонсорованих спортивних заходах; ефективне просування і поширення інформації про продукцію; інноваційний мерчандайзинг і презентація в роздрібній торгівлі, як в магазинах, так і на цифрових платформах

Заметки слайду

Андрій Петриш...
Андрій Петришин
Ірина Заврижеська
Вадим Яцок МРС-21-1
Іванна Карауль...
Іванна Караулова МР-19-1

Економічна співпраця Канади та України

- Імпорт канадських товарів склав 261 млн дол. - збільшення на 29% або на 61 млн дол. Основні групи імпорту товарів: залізна вагонетка транспорту, аеро транспортне (29%, +17%), рибні і ракоподібні (18%, +19%), реактори ядерні, котли, машини (17%, +24%), оптичні апарати (7%, +14%)
- Загальний обсяг торгівлі послугами склав 132 млн дол. (збільшення на 7%), з них: експорт вітчизняних послуг до Канади склав 111 млн дол. (+4%), імпорт склав 22 млн дол. (-47%), сальдо торгівлі послугами +89 млн дол.
- Загальний обсяг канадських прямих інвестицій (інструменти участі в капіталі та боргові інструменти, відомі за даними Національного банку України) в економіці України за результатами 3 кварталів 2021 року склав 75 млн дол.

Іванна Карауль...
Іванна Караулова МР...
Ірина Заврижеська
Андрій Петриш...
Андрій Петришин
Ірина Заврижеська
Яцок Вадим М...
Яцок Вадим МРС-21-1
Андрій Петриш...

Розглянута економіка Франції та її перспективи

Економіка Франції



Франція розташована в серці Європи та є найбільш відвідуваною країною світу. За розмірами споживчого ринку країна займає 2 місце в Європейському Союзі та 6 місце за розміром ВВП в світі.

Франція – одна з країн засновниць Європейського Союзу, що дозволяє французьким підприємствам мати безперешкодний доступ до прибуткового ринку ЄС з населенням 500 млн. осіб.

Провідна галузь промисловості — машинобудування. Розвинуті автобудування, суднобудування, тракторо- і авіабудування, електротехнічна і радіоелектронна промисловість, а також хімічна (виробництво соди, добрив, хімічних волокон, пластмас), нафтопереробна і нафтохімічна промисловість. Експортне значення мають виробництво текстилю, одягу, харчова промисловість і виноробство.

Віталій Палама...
Ірина Заєрижко
Караульня Іван...
Андрій Петриш...
Яцок Вадим М...

Економіка Франції є 13-ю за розміром у світі та становить майже одну п'яту валового внутрішнього продукту (ВВП) Єврозони. На даний момент послуги є основним джерелом економіки країни, понад 70% ВВП припадає на цей сектор. У виробництві Франція є одним із світових лідерів в автомобільному, авіакошмичному та залізничному секторах, а також у косметичних і предметах розкоші. Крім того, Франція має високоспеціалізовану роботу сишу та найбільшу кількість випускників природничих наук на тисячу працівників в Європі.

У зовнішньому секторі найбільшими торговими партнерами Франції є Німеччина, на яку припадає понад 17% французького експорту та 19% загального імпорту. Основним експортом Франції є машини та транспортне обладнання, авіакошмичне обладнання та пластмаси, тоді як основний імпорт включає машини, автомобілі та сировину нафту. Крім того, Франція є найбільш відвідуваною країною у світі, що робить туризм визначальним сектором економіки.

Порівняно з аналогами французька економіка відносно добре перенесла економічну кризу. Значиний, частково, впливом залежністю від зовнішньої торгівлі та стабільним рівнем приватного споживання ВВП Франції скоротився лише в 2009 році.




*ВВП — 5290 млрд
Швидке зростання ВВП — 7 %
ВВП на душу населення — 44 850.
Прямі закордонні інвестиції — 1 12,5 млрд*

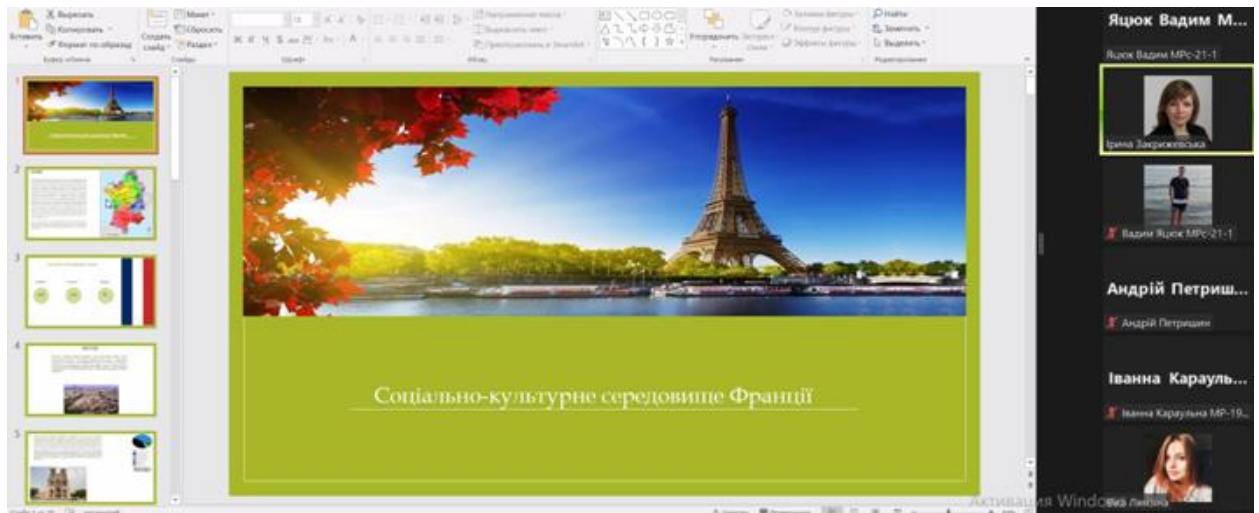
Віталій Палама...
Караульня Іван...
Андрій Петриш...
Яцок Вадим М...

Культура

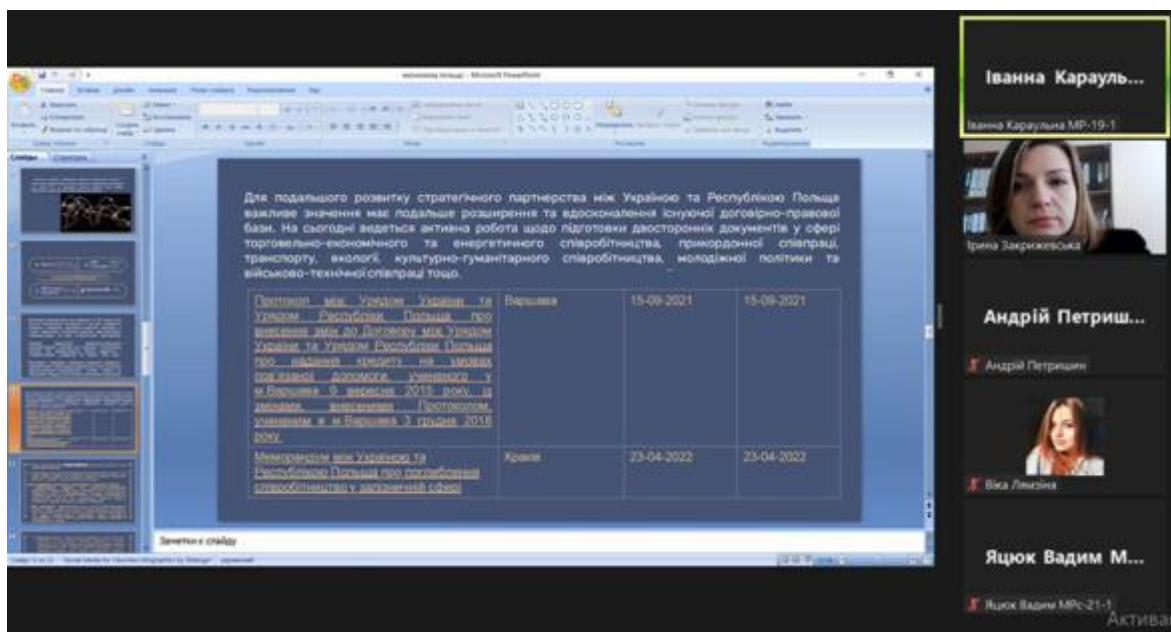
З XVII століття Франція вважалася центром високої культури. Таким чином, французька культура відіграла важливу роль у формуванні світового мистецтва, культури та науки. Зокрема, Франція є міжнародно визнаною своєю модою, кухнею, мистецтвом і кіно. Французька культура була історично сформована кельтською, римською та германською культурами. У міру розвитку цих впливів Франція стала мозаїкою місцевих громад і звичаїв. Те, що є правдою для однієї спільноти, може не бути правдою для іншої. Незважаючи на зростання світової культури сьогодні, Франція докладає зусиль, щоб зберегти культуру своїх менших громад.



Вадим Яцок МРС-21-1
Ірина Заєрижко
Андрій Петриш...
Іванна Карауль...
Яцок Вадим М...



Розглянута економіка Польщі та її перспективи



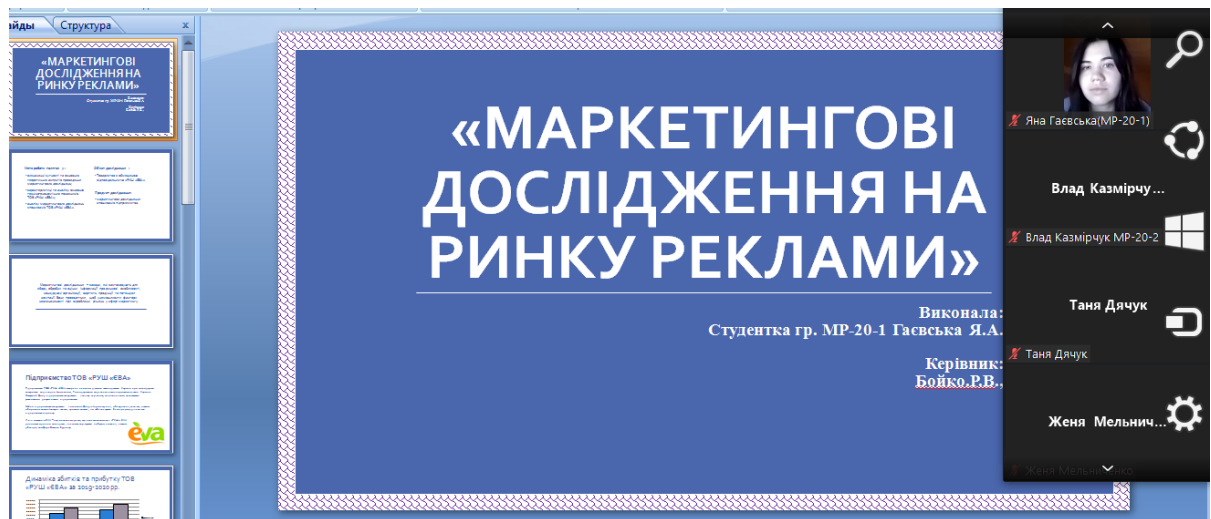
Доповідь Андрія Петришина (МР-19-1) на тему «Економічний аспект Канади»



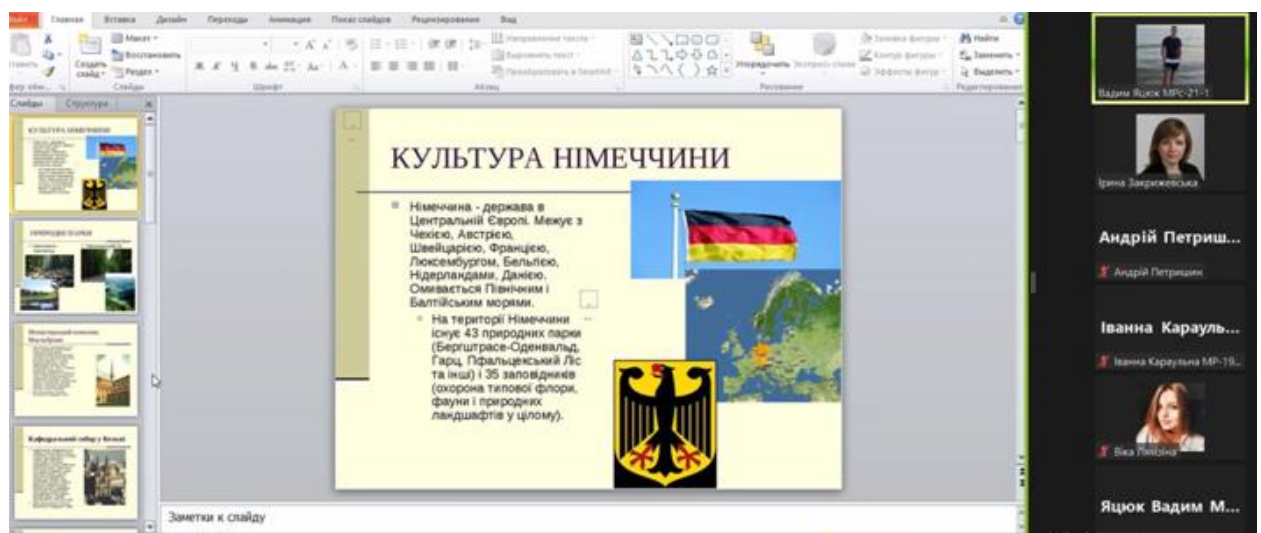
В рамках доповіді було розглянуто соціально-культурне середовище Канади.



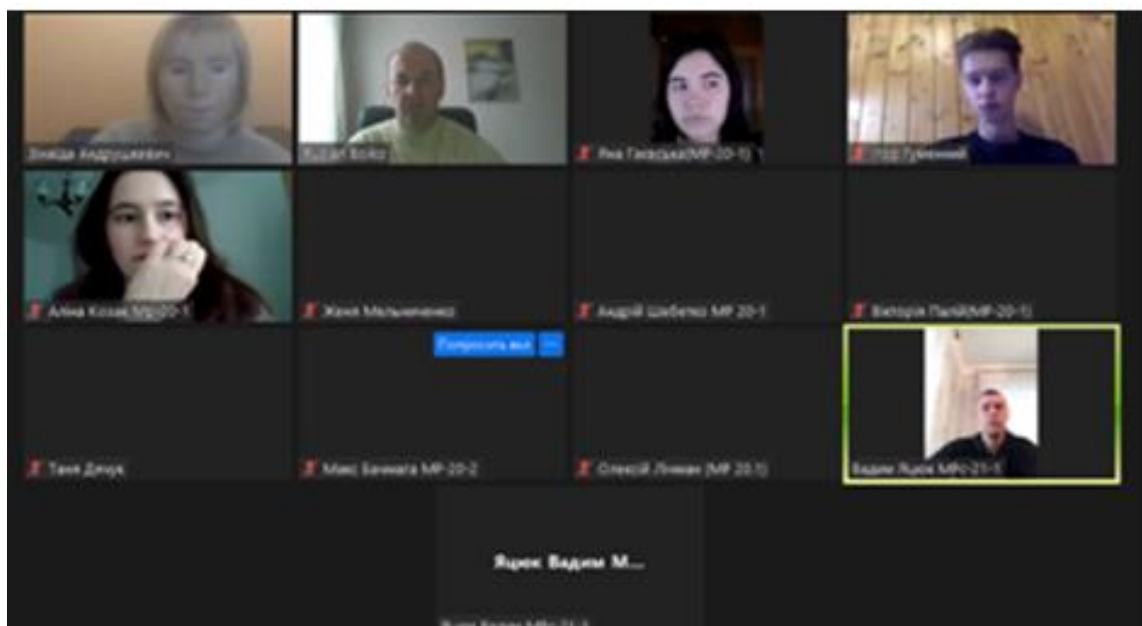
Доповідь Яни Гаєвської (МР-20-1) на тему «Маркетингові дослідження на ринку реклами».



Доповідь Вадима Яцюка (МРС-21-1) на тему «Інформаційне забезпечення маркетингових досліджень ринку»



Незважаючи на складні зовнішні умови, здобувачі вищої освіти кафедри маркетингу активно працювали над визначеними проблемами як під час всього семестру, так і під час підсумкового засідання.



Здобувачі вищої освіти активно приймали участь в роботі засідання, що проявилось у великій кількості запитань, які учасники задавали доповідачам.

Найкращі доповіді за підсумками роботи гуртка були рекомендовані до публікації у збірнику тез доповідей за підсумками економічного науково-практичного форуму «Підприємництво і маркетинг у формуванні національної безпеки за умов сучасних глобальних викликів», який організовувався та проводився кафедрою маркетингу спільно з іншими кафедрами університету.