

## ПУБЛІКАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ЗДОБУВАЧІВ ОПП «МАРКЕТИНГ»

Статті, монографії, розділ монографії				
№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
<b>2022 рік</b>				
1	Старолетова Т.А.	Сучасний стан та перспективи розвитку ринку борошняних кондитерських виробів України. <i>Scientific Journal Virtus</i> . Canada: Center of Modern Pedagogy «Learning Without Borders», 2022. Issue#60. P. 113-116.	Крайнюченко О.Ф.	Міжнародне видання
2	Молін Н.О.	Вплив нейротехнологій та цінових прийомів мерчандайзингу на поведінку споживачів. <i>Вісник Дніпропетровського науково-дослідного інституту судових експертиз Міністерства юстиції України</i> . Дніпро: Видавничий дім «Гельветика», 2022. Вип. 1 (05). С. 13-18.	Капінус Л.В., Скригун Н.П.	Фахове видання
3	Молін Н.О.	Онлайн та офлайн інструменти в системі інтегрованих маркетингових комунікацій. <i>Маркетинг і цифрові технології</i> , 2022. Т.6. Вип. 2. URL: <a href="https://mdt-oru.com.ua/index.php/mdt/article/view/199">https://mdt-oru.com.ua/index.php/mdt/article/view/199</a>	Скригун Н.П., Розумей С.Б.	Фахове видання
4	Дунін М.Є.	Адаптована концепція холістичного маркетингу як інструмент залучення та утримання споживачів. <i>Міжнародний науковий журнал «Ітернаука»</i> . Серія: «Економічні науки», 2022. № 4 (60). URL: <a href="https://www.inter-nauka.com/ua/issues/economic2022/4/">https://www.inter-nauka.com/ua/issues/economic2022/4/</a> .	Семененко К.Ю., Розумей С.Б.	Фахове видання
5	Фільченкова Я.К.	Застосування концепції love-маркетингу у діяльності підприємства. <i>Бізнес-навігатор</i> . Херсон: ПВНЗ «Міжнародний університет бізнесу і права», 2022. Вип. 1 (68). С. 32-36.	Белова Т.Г.	Фахове видання
6	Гирба А.В.	Особливості формування стратегічних альтернатив для підприємств м'ясопереробної галузі України. <i>Науковий вісник Ужгородського національного університету</i> . Серія: «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». Ужгород: ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2022. Вип. 41. С. 7-9	Белова Т.Г.	Фахове видання
<b>2021 рік</b>				
1	Kolodiuk S.	Conceptualisation of category «behavior of the enterprise» in economic theory. Social capital: vectors of development of behavioral economics: collective monograph / Editor: Mariana Petrova. Veliko Tarnovo, Bulgaria: ACCESS Press Publishing house, 2021. P.18-30	Kapinus L., Skryhun N., Semenenko K.	Міжнародне видання, колективна монографія
2	Porokhnya A.	Attractiveness of the enterprise for the market. <i>Nauka i studia</i> . Ekonomiczne nauki.	Belova T.	Міжнародне

**Статті, монографії, розділ монографії**

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
		Przemysł, Sp. Z o.o. «Nauka i studia», 2021. № 1 (216). P. 3-7.		видання
3	Gulka V.	Content marketing as an effective tool for promotion of goods and services on the internet. <i>Nauka i studia</i> . Ekonomiczne nauki. Przemysł, Sp. Z o.o. «Nauka i studia», 2021. № 1 (216). P. 11-14.	Belova T.	Міжнародне видання
4	Papchenko V.	Landscape services promotion complex. <i>Stredoevropsky vestnik pro vedu a vyzkum</i> . Central European Journal for Science and Research. Ekonomika. Praha: Publishing house Education and Science, 2021. № 1 (67). P.15-18.	Belova T., Nikolaenko I.	Міжнародне видання
5	Старолетова Т.А.	Впровадження ефективних товарних стратегій на підприємстві. <i>Stredoevropsky vestnik pro vedu a vyzkum</i> . Central European Journal for Science and Research. Ekonomika. Praha: Publishing house Education and Science, 2021. № 9. URL: <a href="http://czvestnic.info/ojs/index.php/cz_ojs/article/view/144">http://czvestnic.info/ojs/index.php/cz_ojs/article/view/144</a> .	Крайнюченко О.Ф.	Міжнародне видання
6	Дунін М.Є.	Особливості формування маркетингових трендів. <i>Причорноморські економічні студії</i> : науковий журнал Причорноморського науково-дослідного інституту економіки та інновацій. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2021. Вип. 62. С. 62-67.	Белова Т.Г.	Фахове видання
7	Дунін М.Є.	Врахування значущості маркетингових трендів при формуванні стратегії підприємства. <i>Науковий вісник Ужгородського національного університету</i> . Серія: «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». Ужгород: ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2021. Вип. 36. С. 30-35.	Белова Т.Г.	Фахове видання
8	Гайдуков Д.С.	Особливості та психологія ціноутворення брендів: маркетинговий аспект. <i>Східна Європа: економіка, бізнес та управління</i> , 2021. № 3 (30). URL: <a href="http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/30_2021/11.pdf">http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/30_2021/11.pdf</a> .	Скригун Н.П., Капінус Л.В.	Фахове видання
9	Гайдуков Д.С.	Психологічні ефекти сприйняття ціни під час формування цінності бренду. <i>Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом</i> . Економічні науки, 2021. № 4 (63). С. 65-69	Скригун Н.П., Бойко І.А.	Фахове видання
10	Іванова О.І.	Класифікація маркетплейсів за характерними ознаками. <i>Вісник Одеського національного університету</i> . ВД «Гельветика», 2021. Том 26. Вип. 2 (87). С. 40-45.	Ніколаєнко І.В.	Фахове видання
11	Шевчук А.А.	Удосконалення методичних підходів до визначення стратегії розвитку підприємства методом SPACE-аналізу. <i>Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць</i> . 2021. Вип. 12 (247). Київ, 2021. С. 121-130.	Крайнюченко О.Ф.	Фахове видання
12	Дунін М.Є.	Адаптований метод побудови маркетингових рекламних кампаній просування	Скригун Н.П.,	Фахове

**Статті, монографії, розділ монографії**

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
		товарів на онлайн-ринку. <i>Проблеми системного підходу в економіці: збірник наукових праць</i> . Київ: Національний авіаційний університет. Вип. 5 (85), 2021. С. 54-63.	Капінус Л.В.	видання
13	Лісовська І.М.	Рефлексивний характер ведення SMM-стратегії для FMCG компаній. <i>Ефективна економіка</i> , 2021. № 12. URL: <a href="http://surl.li/elwaj">http://surl.li/elwaj</a>	Скригун Н. П., Семененко К. Ю.	Фахове видання
<b>2020 рік</b>				
1	Petrovych M.	Consumer loyalty assessment as an important means of increasing company's profitability. <i>News of science and education</i> . Sheffield. Science and education LTD, 2020. № 5 (72). С. 3-8.	Skryhun N., Kapinus L.	Міжнародне видання
2	Lisovska I.	Gender stereotypes in advertising activities of Ukrainian and foreign FMCG companies. <i>News of science and education</i> . Sheffield. Science and education LTD, 2020. № 5 (72). С. 28-32.	Skryhun N.	Міжнародне видання
3	Nyzhnyk S.	Time management as an important component of successful business activities. <i>Středoevropský věstník pro vědu a výzkum</i> . Praha: Publishing house Education and Science, 2020. № 1 (62). С. 59-63.	Skryhun N., Kapinus L.	Міжнародне видання
4	Kolodiuk S.	Benchmarking as an instrument of marketing decisions. <i>Středoevropský věstník pro vědu a výzkum</i> . Praha: Publishing house Education and Science, 2020. № 2 (63). С.34-40.	Skryhun N.	Міжнародне видання
5	Dubinska O.	Conditions for the formation of the marketing environment of the enterprise. <i>Nauka i studia</i> . Ekonomiczne nauki. Zarzadzanie. Prawo. Przemysł, Sp. Z o.o. «Nauka i studia», 2020. № 8 (188). С. 17-22.	Belova T.	Міжнародне видання
6	Oleshko A.	Theoretical approaches to the use of methods for determining the entrepreneurship strategic of position. <i>Stredoevropsky vestnik pro vedu a vyzkum</i> . Central European Journal for Science and Research. Ekonomika. Verejna sprava. Politika. Praha: Publishing house Education and Science, 2020. № 4 (48). С. 26-30.	Belova T.	Міжнародне видання
7	Гирба А.В.	Контактні аудиторії як складова маркетингового середовища. <i>Nauka i studia</i> . Ekonomiczne nauki. Zarzadzanie. Prawo. Przemysł, Sp. Z o.o. «Nauka i studia», 2020. №8 (188). С. 17-22.	Белова Т.Г.	Міжнародне видання
8	Юденко Г.Ю., Гончарова О.А.	Сучасні тенденції використання трейд-маркетингу на виробничих та торговельних підприємствах. <i>Проблеми системного підходу в економіці: [збірник наукових праць]</i> . Київ: Національний авіаційний університет, 2020. № 1 (75). С. 107-117.	Розумей С.Б.	Фахове видання

Статті, монографії, розділ монографії				
№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
9	Петрович М.В.	Перспективи розвитку ОТТ-реклами на онлайн-ринку. <i>Науковий погляд: економіка та управління</i> . Університет митної справи та фінансів. Дніпро, 2020. Вип. 1 (67). С. 74-78.	Капінус Л.В., Скригун Н.П.	Фахове видання
10	Лабінська Н.О.	Маркетингова поведінка покупців товарів у маркетплейсі. <i>Проблеми системного підходу в економіці: Збірник наукових праць</i> . Київ: Національний авіаційний університет, 2020. № 2 (76). С. 154-160.	Капінус Л.В., Скригун Н.П.	Фахове видання
11	Фільченкова Я.К.	Маркетингова стійкість підприємства в ринковому середовищі та показники її оцінювання. <i>Економічний простір: Збірник наукових праць</i> . Дніпро: ПДАБА, 2020. № 153. С. 36-39.	Белова Т.Г.	Фахове видання
12	Гановська Є.А.	Сучасний стан і перспективи розвитку українського та Європейського ринку пелет. <i>Приазовський економічний вісник: електронний науковий журнал</i> . Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2020. № 1 (18). С. 38-43.	Крайнюченко О.Ф.	Фахове видання
13	Петрович М.В.	GAP-аналіз як ефективний інструмент для оцінювання стратегічних розривів: сутність та методологія. <i>Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету</i> . Серія: Економіка і менеджмент. Одеса: Міжнародний гуманітарний університет, 2020. Вип. 42. С. 61-65.	Крайнюченко О.Ф.	Фахове видання
14	Долюк А.В.	Розроблення рекламної стратегії нового товару. <i>Економіка та управління АПК («AIC Economics and Management»)</i> . Біла Церква: Білоцерківський державний аграрний університет, 2020. № 1. С. 129-140.	Розумей С.Б., Ніколаєнко І.В.	Фахове видання
15	Наконечна Д.С.	Маркетингова поведінка підприємств на онлайн-ринку. <i>Таврійський науковий вісник</i> . Серія: Економіка: Науковий журнал. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2020. Вип. 4. С.80-88.	Капінус Л.В., Розумей С.Б.	Фахове видання
16	Юденко Г.Ю., Гончарова О.А	Сучасні тенденції використання трейд-маркетингу на виробничих та торговельних підприємствах. <i>Проблеми системного підходу в економіці: [збірник наукових праць]</i> . Київ: Національний авіаційний університет, 2020. № 1 (75). С. 107-117.	Розумей С.Б.	Фахове видання
<b>2019 рік</b>				
1	Скулімовська Т.С.	Використання інструментів Інтернет-маркетингу в ресторанному бізнесі. <i>Středoevropský věstník pro vědu a výzkum</i> . Central European Journal for Science and Research. Praha: Publishing house Education and Science, 2019. № 6 (58). С. 3-6.	Крайнюченко О.Ф.	Міжнародне видання
2	Porokhnya A.	Use of sensory analysis recommendations for evaluation of organoleptic indicators of quality of goods. <i>Nauka i studia</i> . Ekonomiczne nauki.Przemysł, Sp. Z o.o. «Nauka i	Belova T.	Міжнародне видання

**Статті, монографії, розділ монографії**

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
		studia», 2019. № 1 (190). С. 93-97.		
3	Метейко В.А.	Вирусный маркетинг в сети интернет. <i>Nauka i studia</i> . Przemysł, Sp. z o.o. «Nauka i studia», 2019. № 13 (202). Р. 8-14	Капинус Л.В., Скригун Н.П.	Міжнародне видання
4	Danilova M.	Practical application of the total product concept. <i>Stredoevropsky vestnik pro vedu a vyzkum</i> . Central European Journal for Scient and Research. Ekonomicke vedy administrative. Praha: Publishing house Education and Science, 2019. №4 (56). С. 3-7.	Belova T.	Міжнародне видання
5	Maksymova Y.	Theoretical aspects of empirical research consumption of goods – the effect of emotions on the attitude to brand products. <i>News of science and education</i> . Sheffield. Science and education LTD, 2019. № 3 (64). С. 3-8.	Skrygun N., Boyko I.	Міжнародне видання
6	Запорожан Ю.Л.	Маркетинг влияния как инструмент продвижения товаров в социальных сетях. <i>Оралдын Гылым Жаршысы</i> . Научно-теоретический и практический журнал. Серия: Экономические науки. Уральск: «Уралнаучкнига», 2019. № 15 (63). Т.2. С. 24-30.	Скригун Н.П., Баталова О.А.	Міжнародне видання
7	Войтович Н.Ю.	Сучасні тренди у маркетинговому середовищі підприємства. <i>Науковий вісник Ужгородського національного університету</i> . Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». Ужгород: ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2019. Вип. 23. Част. 1. С. 16-19.	Белова Т.Г.	Фахове видання
8	Стельмах В.М.	Визначення маркетингової інноваційної активності підприємства. <i>Причорноморські економічні студії: науковий збірник Причорноморського науково-дослідного інституту економіки та інновацій</i> . Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2019. Вип. 39. Част. 1. С. 54-57.	Белова Т.Г.	Фахове видання
9	Келеп Ю.Р.	Особенности интернет-маркетингу в современных условиях. <i>Приазовський економічний вісник</i> . Класичний приватний університет. Запоріжжя, 2019. № 6 (17). С. 190-196.	Розумей С.Б., Ніколаєнко І.В.	Фахове видання
10	Гулька В.І.	Застосування концепції соціально-відповідального маркетингу в діяльності підприємства. <i>Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського</i> . Серія "Економіка і управління". Київ: Видавничий дім «Гельветика», 2019. Том 30 (69). № 2. С. 81-85.	Белова Т.Г.	Фахове видання
11	Єфісько Ю.Ю.	Можливості та передумови використання Інтернету речей на українських підприємствах. <i>Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету</i> . Серія: Економіка і менеджмент. Одеса: Міжнародний гуманітарний університет, 2019. Вип. 35. С. 160-164.	Крайнюченко О.Ф.	Фахове видання
12	Семідей К.О.	Оцінювання стану конкуренції на ринку жиролійної продукції України.	Розумей С.Б.	Фахове

Статті, монографії, розділ монографії				
№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
		<i>Економічний аналіз: зб. наук. праць.</i> Тернопільський національний економічний університет. Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2019. Том 29. № 2. С. 174-179.		видання
13	Юрченко В.І.	Маркетингова діяльність в соціальних мережах Facebook та Instagram. <i>Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського</i> , 2019. № 2. С. 164-168.	Семененко К.Ю., Скригун Н.П.	Фахове видання
14	Бакуліна С.А.	Інтеграція поведінкової економіки з маркетинговою наукою. <i>Вісник Одеського національного університету. Економіка</i> , 2019. Т. 24. Випуск № 3 (76). С. 98-102.	Капінус Л.В., Скригун Н.П.	Фахове видання
15	Наумко Т.А.	Аромамаркетинг: сутність, інструменти та механізм дії. <i>Науковий вісник Ужгородського Національного університету.</i> Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство, 2019. Вип. № 28. Ч. 2. С. 106-110.	Скригун Н.П.	Фахове видання
16	Бутрій А.І.	Впровадження концепції маркетингу взаємовідносин у діяльність підприємств. <i>Науковий вісник Ужгородського національного університету.</i> Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». Ужгород: ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2019. Вип. 28. Част. 1. С. 32-35.	Белова Т.Г.	Фахове видання
<b>2018 рік</b>				
1	Диминський М.В.	Прогнозні дослідження структури господарського портфеля як необхідна складова успішної діяльності підприємства. <i>Středoevropský věstník pro vědu a výzkum.</i> Central European Journal for Science and Research. Praha: Publishing house Education and Science, 2018. № 2 (48). С. 9-14.	Крайнюченко О.Ф., Ніколаєнко І.В.	Міжнародне видання
2	Mazur N.	Markon method as an optimization tool for industrial enterprise assortment. <i>News of science and education.</i> Sheffield. Science and education LTD, 2018. № 2 (58). P. 3-7.	Krainiuchenko O.	Міжнародне видання
3	Kabak M.	Applying mobile applications as a means of marketing communications. <i>Středoevropský věstník pro vědu a výzkum.</i> Central European Journal for Science and Research. Praha: Publishing house Education and Science, 2018. № 2 (48). С.15-20.	Krainiuchenko O.	Міжнародне видання
4	Butrii A., Dubinska O.	Evaluation of product component in marketing activity of the company. <i>Nauka i studia.</i> Ekonomiczne nauki. Zarzadzanie. Prawo. Przemysł, Sp. Z o.o. «Nauka i studia», 2018. № 8 (188). P. 17-22.	Belova T.	Міжнародне видання
5	Butrii A., Dubinska O.	Emotional intelligence as an instrument of relationship marketing. <i>Stredoevropsky vestnik pro vedu a vyzkum.</i> Central European Journal for Science and Research. Ekonomika. Verejna sprava. Politika. Praha: Publishing house Education and Science, 2018. № 4 (48). P. 26-30.	Belova T.	Міжнародне видання

**Статті, монографії, розділ монографії**

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
6	Ашомко Л.В.	Дослідження споживчих переваг при виборі здобних хлібобулочних виробів. <i>Středoevropský věstník pro vědu a výzkum</i> . Central European Journal for Science and Research. Praha: Publishing house Education and Science, 2018. № 8 (52). С. 17-21.	Крайнюченко О.Ф.	Міжнародне видання
7	Черкасова В.В.	Співробітництво з лідерами думок в інтернеті як сучасний ефективний спосіб просування бренду. <i>Причорноморські економічні студії: науковий збірник</i> Причорноморського науково-дослідного інституту економіки та інновацій. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2018. Вип. 25. С. 62-65.	Белова Т.Г.	Фахове видання
8	Метейко В.О.	Архетипи та стереотипи в маркетингу. <i>Бізнес-навігатор</i> . Міжн. ун-т бізнесу і права. Херсон: [б. в.], 2018. Випуск 2-2 (45). С. 55-58.	Скригун Н.П.	Фахове видання
9	Даценко І.М.	Асоціативна диференціація брендів та методи її дослідження. <i>Науковий погляд: економіка та управління</i> . Університет митної справи та фінансів. Дніпро, 2018. Вип. 1 (59). С. 87-93.	Скригун Н.П., Капінус Л.В.	Фахове видання
10	Лабінська Н.О.	Теоретичне осмислення сутності категорії «маркетингова поведінка». <i>Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії</i> , 2018. Вип. 6. С. 129-134.	Капінус Л.В., Скригун Н.П.	Фахове видання
11	Бакуліна С.А.	Особливості застосування інструментів онлайн-просування в маркетинговій діяльності підприємства. <i>Науковий вісник Ужгородського національного університету</i> , 2018. Вип. 19. Ч. 3. С. 26-29.	Семененко К.Ю.	Фахове видання

### Участь у роботі конференцій (тези)

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
<b>2022 рік</b>				
1	Бачмага А.А.	Сенсорний маркетинг як інструмент впливу на споживача. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 88 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, Квітень-Травень 2022 р. Київ: НУХТ, 2022. Ч. 3. С.85.	Семененко К.Ю.	Міжнародна конференція
2	Гайдуков Д.С.	Основні тактичні рішення маркетингового ціноутворення. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 88 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, Квітень-Травень 2022 р. Київ: НУХТ, 2022. Ч. 3. С. 86.	-	Міжнародна конференція
3	Гулак Н.О.	Маркетингові інструменти стимулювання попиту. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 88 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, Квітень-Травень 2022 р. Київ: НУХТ, 2022. Ч. 3. С. 87.	-	Міжнародна конференція
4	Дунін М.Є.	Діджиталізація як тренд споживчого ринку України. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 88 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, Квітень-Травень 2022 р. Київ: НУХТ, 2022. Ч. 3. С. 88.	-	Міжнародна конференція
5	Компанієць Б.І.	Формування довіри у взаємовідносинах підприємства з партнерами. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 88 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, Квітень-Травень 2022 р. Київ: НУХТ, 2022. Ч. 3. С. 92.	-	Міжнародна конференція
6	Кучерина В.П.	Маркетинг у сфері онлайн освіти на прикладі освітнього онлайн-центру «Знай все». <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 88 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, Квітень-Травень 2022 р. Київ: НУХТ, 2022. Ч. 3. С. 91.	-	Міжнародна конференція
7	Молін Н.О.	Інтегровані маркетингові комунікації як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємств. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 88 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, Квітень-Травень 2022 р. Київ: НУХТ, 2022. Ч. 3. С. 93.	-	Міжнародна конференція
8	Москвіна М.Є.	Соціально-етичний маркетинг. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 88 міжнародної наукової конференції	-	Міжнародна конференція

**Участь у роботі конференцій (тези)**

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
		молодих учених, аспірантів і студентів, Квітень-Травень 2022 р. Київ: НУХТ, 2022. Ч. 3. С. 94.		
9	Саламатіна А.Т.	Цілі підприємства як стратегічний орієнтир маркетингової діяльності підприємства. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті: матеріали 88 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, Квітень-Травень 2022 р. Київ: НУХТ, 2022. Ч. 3. С. 96.</i>	-	Міжнародна конференція
10	Сидорець Т.О.	Умови забезпечення привабливості продукції підприємства. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті: матеріали 88 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, Квітень-Травень 2022 р. Київ: НУХТ, 2022. Ч. 3. С. 97.</i>	-	Міжнародна конференція
11	Снетко А.А.	Інновації в маркетингу. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті: матеріали 88 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, Квітень-Травень 2022 р. Київ: НУХТ, 2022. Ч. 3. С. 98.</i>	-	Міжнародна конференція
12	Баранова І.О.	Партизанський маркетинг як нестандартний засіб рекламних комунікацій. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті: матеріали 88 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, Квітень-Травень 2022 р. Київ: НУХТ, 2022. Ч. 3. С. 100.</i>	-	Міжнародна конференція
13	Шиліна В.Ю.	Ключові особливості ведення блогів ресторанами. Сфера SMM в «Instagram». <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті: матеріали 88 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, Квітень-Травень 2022 р. Київ: НУХТ, 2022. Ч. 3. С. 101.</i>	-	Міжнародна конференція
14	Шиліна В.Ю.	Роль маркетингу персоналу у формуванні конкурентоспроможності підприємства. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті: матеріали 88 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, Квітень-Травень 2022 р. Київ: НУХТ, 2022. Ч. 3. С. 102.</i>	-	Міжнародна конференція
15	Безвіконна А.С.	Оцінювання конкурентних позицій підприємства на ринку. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті: матеріали 88 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, Квітень-Травень 2022 р. Київ: НУХТ, 2022. Ч. 3. С. 103.</i>	-	Міжнародна конференція
16	Мусієнко Д.О.	Систематизація основних методів маркетингового прогнозування обсягів збуту продукції. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті: матеріали 88 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і</i>	-	Міжнародна конференція

### Участь у роботі конференцій (тези)

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
		студентів, Квітень-Травень 2022 р. Київ: НУХТ, 2022. Ч. 3. С. 104.		
17	Бойко І.А.	Ефективні інструменти росту продажів в розрізі каналів збуту виробника. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 88 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, Квітень-Травень 2022 р. Київ: НУХТ, 2022. Ч. 3. С. 105.	-	Міжнародна конференція
18	Бутурлім В.Є.	Аспекти маркетингової активності підприємства. <i>Проблеми управління та економіки підприємств в сучасних умовах</i> : матеріали XVIII Міжнародної науково-практичної конференції, 20-21 квітня 2022 р. Київ: НУХТ, 2022. С. 38-40.	Крайнюченко О.Ф.	Міжнародна конференція
19	Молін Н.О.	Комунікаційна діяльність вітчизняних підприємств у кризових умовах. <i>Проблеми управління та економіки підприємств в сучасних умовах</i> : матеріали XVIII Міжнародної науково-практичної конференції, 20-21 квітня 2022 р. Київ: НУХТ, 2022. С. 49-51.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
20	Колодюк С.А.	Маркетингова комунікаційна активність підприємства в умовах діджиталізації суспільства. <i>International scientific innovations in human life. Proceedings of the 7th International scientific and practical conference (January 19-21, 2022)</i> . Cognum Publishing House. Manchester, United Kingdom, 2022. С. 756-758.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
21	Попович В.М.	Обґрунтування можливостей стратегічного розвитку підприємства. <i>Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects. Proceedings of the 8th International scientific and practical conference (January 23-25, 2022)</i> . MDPC Publishing. Berlin, Germany, 2022. С. 710-712.	-	Міжнародна конференція
22	Лукашенко К.Є.	Вплив зміни ціни на поведінку споживачів. <i>Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects. Proceedings of the 8th International scientific and practical conference (January 23-25, 2022)</i> . MDPC Publishing. Berlin, Germany, 2022. С. 726-728.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
23	Самовський Є.В.	Рекламна стратегія: технологія та реалізація. <i>Modern directions of scientific research development. Proceedings of the 8th International scientific and practical conference (January 26-28, 2022)</i> . VoScience Publisher. Chicago, USA, 2022. С. 950-952.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
24	Попович В.М.	Digital маркетинг як ефективний механізм стимулювання збуту. <i>Innovations and prospects of world science. Proceedings of the 6th International scientific and practical conference (February 2-4, 2022)</i> . Perfect Publishing. Vancouver, Canada, 2022. С. 984-986.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
25	Молін Н.О.	Маркетингові комунікації підприємств в умовах воєнного стану. <i>Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики</i> : Матеріали одинадцятої міжнар. наук.-практ. конф., 09-10 вересня 2022 р. Одеса: ОНЕУ, 2022. С. 264-266.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція

**Участь у роботі конференцій (тези)**

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
26	Молін Н.О.	Тенденції в управлінні маркетинговими комунікаціями в реальному та віртуальному економічному середовищі в кризових умовах. <i>Національна безпека у фокусі викликів глобалізаційних процесів в економіці</i> . Матеріали XIV-ої Міжнародної наукової Інтернет-конференції (Ukraine-Croatia, 10-11 листопада 2022 року). ВНЗ «Національна академія управління». Київ: НАУ, 2022. С. 101-105.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
27	Москвіна М.Є.	Ребрендинг: сутність, переваги та умови використання. <i>Національна безпека у фокусі викликів глобалізаційних процесів в економіці</i> . Матеріали XIV-ої Міжнародної наукової Інтернет-конференції (Ukraine-Croatia, 10-11 листопада 2022 року). ВНЗ «Національна академія управління». Київ: НАУ, 2022. С. 106-108.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
28	Гайдуков Д.С.	Основні вимоги споживачів до товару на сучасному ринку покупця. <i>Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 2 листопада 2022 р.</i> Державний біотехнологічний ун-т. Електронні текстові дані. Харків, 2022. С. 100-101.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
29	Молін Н.О.	Тенденції розвитку зовнішніх маркетингових комунікацій підприємств. <i>Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 2 листопада 2022 р.</i> Державний біотехнологічний ун-т. Електронні текстові дані. Харків, 2022. С. 154-155.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
30	Венгаренко А.А.	Основні положення вибору організаційних структур служб маркетингу підприємства. <i>Внесок молодих вчених у розбудову сучасного менеджменту підприємств: Матеріали XIII Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених, Київ, 23-24 листопада 2022 р.: тези доповідей</i> . Київ: НУХТ, 2022. С. 93-96.	Розумей С.Б.	Міжнародна конференція
31	Шиліна В.Ю.	Аналіз недоліків та можливостей маркетингової діяльності ТОВ «Альфа-Інтенсив Старт». <i>Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 2 листопада 2022 р.</i> Державний біотехнологічний ун-т. Електронні текстові дані. Харків, 2022. С. 140-141.	Лелека О.О.	Міжнародна конференція
32	Шиліна В.Ю.	Стан та перспективи розвитку Німеччини, як елементу єврозони, в умовах пандемії та військової агресії РФ проти України. <i>Національна безпека у фокусі викликів глобалізаційних процесів в економіці</i> . Матеріали XIV-ої Міжнародної наукової Інтернет-конференції (Ukraine-Croatia, 10-11 листопада 2022 року). ВНЗ «Національна академія управління». Київ: НАУ, 2022. С. 138-141.	Лелека О.О.	Міжнародна конференція
33	Шиліна В.Ю.	Методичні підходи щодо визначення та аналізу маркетингових можливостей	Лелека О.О.	Міжнародна

### Участь у роботі конференцій (тези)

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
		підприємства на прикладі swot-аналізу. X Міжнародна науково-практична конференція « <i>Analysis of modern ways of development of science and scientific discussions</i> », 29 листопада – 02 грудня 2022 р., Більбао, Іспанія, 2022. С. 284-285.		конференція
34	Молін Н.О.	Цифровізація маркетингової діяльності підприємств. <i>Цифровізація суспільства та бізнесу: виклики та можливості для молоді</i> : Матеріали II Всеукраїнської студ. наук. конф. (24 травня 2022 р.). Київ: Національна академія статистики, обліку та аудиту, 2022. С. 132.	-	Всеукраїнська конференція
35	Молін Н.О.	Маркетингова діяльність в онлайн-середовищі як важлива складова конкурентоспроможності підприємства. <i>Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової та переробної галузей АПК</i> : Матеріали XI Всеукраїнської науково-практичної конференції, 23-24 листопада 2022 р. Київ: НУХТ, 2022. С. 61-63.	Скригун Н.П.	Всеукраїнська конференція
36	Дунін М.Є.	Формування довірчих довгострокових взаємовідносин підприємства із споживачами та партнерами. <i>Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової та переробної галузей АПК</i> : Матеріали XI Всеукраїнської науково-практичної конференції, 23-24 листопада 2022 р. Київ: НУХТ, 2022. С. 10-12.	Белова Т.Г.	Всеукраїнська конференція
37	Белан А.О.	Особливості державного регулювання інтернет-трейдингу в Україні. <i>Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової та переробної галузей АПК</i> : Матеріали XI Всеукраїнської науково-практичної конференції, 23-24 листопада 2022 р. Київ: НУХТ, 2022. С. 123-125.	Арич М.І.	Всеукраїнська конференція
38	Гулак Н.О.	Маркетингові інструменти підвищення ефективності рекламування. <i>Внесок молодих вчених у розбудову сучасного менеджменту підприємств</i> : Матеріали XIII Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених, Київ, 23-24 листопада 2022 р.: тези доповідей. Київ: НУХТ, 2022. С. 25-26.	-	Всеукраїнська конференція
<b>2021 рік</b>				
1	Дунін М.Є.	Як підвищити лояльність до бренду «Оболонь». <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 87-ї міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 15-16 квітня 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. Ч.3. С. 149.	-	Міжнародна конференція
2	Фільченкова Я.К.	Інтернет речей – нова сходинка для маркетологів. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 87-ї міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 15-16 квітня 2021р. Київ: НУХТ, 2021. Ч.3. С. 155.	-	Міжнародна конференція

### Участь у роботі конференцій (тези)

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
3	Кубенко К.О.	Подарункова карта як ефективний інструмент маркетингу. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 87-ї міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 15-16 квітня 2021р. Київ: НУХТ, 2021. Ч. 3. С. 157.	-	Міжнародна конференція
4	Білобров О.К.	Власні торгові марки для торговельних мереж. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 87-ї міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 15-16 квітня 2021р. Київ: НУХТ, 2021. Ч. 3. С. 151.	-	Міжнародна конференція
5	Гирба А.В.	Особливості розвитку маркетингу в умовах карантину. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 87-ї міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 15-16 квітня 2021р. Київ: НУХТ, 2021. Ч. 3. С. 153.	-	Міжнародна конференція
6	Колодюк С.А.	Сучасні тренди в рекламі. <i>The 7 th International scientific and practical conference “Fundamental and applied research in the modern world”</i> , February 17-19, 2021. VoScience Publisher, Boston, USA, 2021. С. 555-557.	Розумей С.Б.	Міжнародна конференція
7	Кубенко К.О.	Рекламування товару як складова підприємницької діяльності. <i>The world of science and innovation. Abstracts of the 6th International scientific and practical conference (January 14-16, 2021)</i> . Cognum Publishing House. London, United Kingdom, 2021. С. 1034-1037.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
8	Молін Н.О.	Особливості розвитку маркетингової комунікаційної політики підприємств в умовах глобалізації бізнес-процесів. <i>Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні</i> . Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції 12 березня 2021 року: збірник наукових праць. Вінниця: ВНТУ, 2021. С. 553-554.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
9	Гайдуков Д.С.	Марочне ціноутворення: сутність та етапи. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 87-ї міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 15-16 квітня 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. Ч. 3. С. 125.	-	Міжнародна конференція
10	Попович В.М.	Соціальні мережі як засіб маркетингових комунікацій. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 87-ї міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 15-16 квітня 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. Ч. 3. С. 129.	-	Міжнародна конференція
11	Молін Н.О.	Знижки як складова системи стимулювання збуту. <i>Наукові здобутки молоді –</i>	-	Міжнародна

### Участь у роботі конференцій (тези)

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
		<i>вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 87-ї міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 15-16 квітня 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. Ч. 3. С. 131.		конференція
12	Компанієць Б.І.	Формування в ціні непрямих податків. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 87-ї міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 15-16 квітня 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. Ч. 3. С. 133.	-	Міжнародна конференція
13	Баранова А.В.	Маркетингові комунікації: сутність та інструменти. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 87-ї міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 15-16 квітня 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. Ч. 3. С. 135.	-	Міжнародна конференція
14	Ковальчук Н.С.	Провокаційний маркетинг як засіб просування. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 87-ї міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 15-16 квітня 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. Ч. 3. С. 137.	-	Міжнародна конференція
15	Саламатіна А.Т.	Маркетингові комунікації при виведенні нового товару на ринок. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 87-ї міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 15-16 квітня 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. Ч. 3. С. 139.	-	Міжнародна конференція
16	Шевчук А.А.	Застосування матриці Spase як методичного підходу щодо визначення конкурентних позицій підприємства на ринку. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 87-ї міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 15-16 квітня 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. Ч. 3. С. 143.	-	Міжнародна конференція
17	Лісовська І.М.	Антикризові маркетингові комунікації. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 87-ї міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 15-16 квітня 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. Ч. 3. С. 145.	-	Міжнародна конференція
18	Прокопенко А.О.	Розуміння стратегічних орієнтирів підприємства. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 87-ї міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 15-16 квітня 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. Ч. 3. С. 158.	-	Міжнародна конференція

**Участь у роботі конференцій (тези)**

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
19	Бутурлім В.Є.	Оцінювання перспектив підприємства щодо можливих обсягів збуту продукції. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 87-ї міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 15-16 квітня 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. Ч. 3. С. 159.	-	Міжнародна конференція
20	Нечипоренко Д.В.	Стратегія розвитку підприємства: сутність, класифікація та етапи розробки. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 87-ї міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 15-16 квітня 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. Ч. 3. С. 160.	-	Міжнародна конференція
21	Зубенко Т.В.	Сучасні тенденції брендингу. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 87-ї міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 15-16 квітня 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. Ч. 3. С. 163.	-	Міжнародна конференція
22	Ковальчук Н.С.	Сучасні бренд-комунікації. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 87-ї міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 15-16 квітня 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. Ч. 3. С. 173.	-	Міжнародна конференція
23	Андрющенко В.В.	Важливість мерчандайзингу при продажі товарів. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 87-ї міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 15-16 квітня 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. Ч. 3. С. 174.	-	Міжнародна конференція
24	Талабко П.О.	Позиціювання бренду на ринку продуктів харчування. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 87-ї міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 15-16 квітня 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. Ч. 3. С. 175.	-	Міжнародна конференція
25	Бенедік М.В.	Роль стратегічного ситуаційного аналізу у дослідженні маркетингового середовища підприємства. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 87-ї міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 15-16 квітня 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. Ч. 3. С. 176.	-	Міжнародна конференція
26	Старолетова Т.А.	Маркетинг у соціальних мережах. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 87-ї міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 15-16 квітня 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. Ч. 3. С. 182.	-	Міжнародна конференція
27	Сапельніков І.І.	ТОВ «МАРІН ПРО» у маркетинговому середовищі ринку послуг. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 87-ї	-	Міжнародна конференція

**Участь у роботі конференцій (тези)**

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
		міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 15-16 квітня 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. Ч. 3. С. 183.		
28	Бутурлім В.Є.	Соціальна мережа Тік Ток як платформа для розміщення рекламних звернень в Україні. <i>Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу: тези виступів II Міжнар. наук.конф. (04-05 листопада 2021 р.)</i> . Житомир: Житомирська політехніка, 2021. С. 71.	-	Міжнародна конференція
29	Молін Н.О.	Айдентика як інструмент маркетингових комунікацій при формуванні образу компанії для споживачів. <i>Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу: тези виступів II Міжнар. наук.конф. (04-05 листопада 2021 р.)</i> . Житомир: Житомирська політехніка, 2021. С. 97.	-	Міжнародна конференція
30	Бутурлім В.Є.	Вплив різних видів таргетингу на процес відбору схильних до сприйняття реклами споживачів. <i>Modern directions of scientific research development. Proceedings of the 5th International scientific and practical conference (28-30 October 2021)</i> . BoScience Publisher. Chicago, USA, 2021. P. 852-854.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
31	Копиленко А.А.	Сутність BTL-комунікацій та основні етапи їх організації. <i>Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects. Proceedings of the 6th International scientific and practical conference (November 21-23, 2021)</i> . MDPC Publishing. Berlin, Germany, 2021. С. 841-843.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
32	Копиленко А.А.	Прямий маркетинг як інструмент комунікаційної політики підприємства. <i>Modern directions of scientific research development. Proceedings of the 6th International scientific and practical conference (November 24-26, 2021)</i> . BoScience Publisher. Chicago, USA, 2021. С. 1018-1020.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
33	Самовський Є.В.	Сучасні концепції маркетингового менеджменту. <i>Внесок молодих вчених у розбудову сучасного менеджменту підприємств: матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених, 17-18 листопада 2021 р. Київ, 2021. С. 91-93.</i>	-	Міжнародна конференція
34	Колодюк С.А.	Маркетингова онлайн-комунікаційна активність підприємства. <i>Внесок молодих вчених у розбудову сучасного менеджменту підприємств: матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених, 17-18 листопада 2021р. Київ, 2021. С. 52-54</i>	-	Міжнародна конференція
35	Молін Н.О.	Цифровізація бізнес-процесів як інструмент підвищення ефективності організації. <i>Внесок молодих вчених у розбудову сучасного менеджменту підприємств: матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених, 17-18 листопада 2021 р. Київ, 2021. С. 171-173.</i>	-	Міжнародна конференція

### Участь у роботі конференцій (тези)

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
36	Мудрик Г.Я.	Сутність електронної комерції як категорії. <i>Принципи формування зовнішньої політики держави: економічні та інституціональні аспекти</i> : матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Ужгород, 14-15 травня 2021 року). Ужгород: Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 108-112.	Ніколаєнко І.В.	Міжнародна конференція
37	Колодюк С.А.	Сучасні тренди в рекламі. <i>Fundamental and applied research in the modern world. The 7th International scientific and practical conference</i> (February 17-19, 2021). BoScience Publisher, Boston, USA, 2021. С. 555-557.	Розумей С.Б.	Міжнародна конференція
38	Гирба А.В.	Особливості формування стратегічних альтернатив для підприємств м'ясопереробної галузі в Україні. <i>Внесок молодих вчених у розбудову сучасного менеджменту підприємств</i> : матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених, 17-18 листопада 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. С. 24-26.	-	Міжнародна конференція
39	Фільченкова Я.К.	Сутність та значення концепції love-маркетингу. <i>Внесок молодих вчених у розбудову сучасного менеджменту підприємств</i> : матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених, 17-18 листопада 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. С. 108-111.	-	Міжнародна конференція
40	Полушко А.О.	Тенденції розвитку корпоративного менеджменту та маркетингу. <i>Внесок молодих вчених у розбудову сучасного менеджменту підприємств</i> : матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених, 17-18 листопада 2021р. Київ: НУХТ, 2021. С. 84-88.	-	Міжнародна конференція
41	Герасименко А.В.	Інструменти маркетингової комунікації. <i>Інтеграція освіти, науки та бізнесу в сучасному середовищі: зимові диспути</i> : матеріали міжнародної науково-практичної інтернет- конференції, 4-5 лютого 2021 р. Дніпро, Україна, 2021. Т.1. С. 260-261.	Лелека О.О.	Міжнародна конференція
42	Старолетова Т.А.	Основні напрями вибору оптимальної товарної стратегії. <i>Внесок молодих вчених у розбудову сучасного менеджменту підприємств</i> : матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених, 17-18 листопада 2021р. Київ: НУХТ, 2021. С. 101-104.	-	Міжнародна конференція
43	Шевчук А.А.	Обґрунтування вибору методу визначення середніх значень експертних оцінок при проведенні SPACE-аналізу. <i>Внесок молодих вчених у розбудову сучасного менеджменту підприємств</i> : матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених, 17-18 листопада 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. С. 212-215.	-	Міжнародна конференція
44	Дунін М.Є.	Маркетингові тренди як зовнішній чинник впливу на розвиток пивоварної галузі України. <i>Внесок молодих вчених у розбудову сучасного менеджменту підприємств</i> :	-	Міжнародна конференція

### Участь у роботі конференцій (тези)

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
		матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених, 17-18 листопада 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. С. 29-32.		
45	Молін Н.О.	Сучасні тенденції розвитку маркетингових інструментів комунікації зі споживачами. <i>Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики</i> . Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва, 25 жовтня 2021 р. Умань: УНУС, 2021. С. 244-245.	Скригун Н.П.	Всеукраїнська конференція
46	Лісовська І.М.	Сучасні тенденції розвитку глокальної стратегії маркетингу. <i>Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики</i> . Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва, 25 жовтня 2021 р. Умань: УНУС, 2021. С. 134-135.	Скригун Н.П.	Всеукраїнська конференція
47	Молін Н.О.	CRM-системи як засіб автоматизації взаємодії зі споживачами в маркетингових комунікаціях. <i>Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової та переробної галузей АПК</i> : Матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції, 24-25 листопада 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. С. 123-125.	Скригун Н.П.	Всеукраїнська конференція
48	Дунін М.Є.	Онлайн-доставка їжі як одна з ключових тенденцій сучасного розвитку закладів харчування. <i>Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової та переробної галузей АПК</i> : Матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції, 24-25 листопада 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. С. 17-19.	-	Всеукраїнська конференція
49	Гайдуков Д.С.	Електронна система публічних закупівель України. <i>Сучасні проблеми обліку, аналізу, аудиту й оподаткування суб'єктів господарської діяльності</i> : теоретичні, практичні та освітянські аспекти: Збірник наукових праць за матеріалами V Всеукраїнської науково-практичної конференції (30-31 березня 2021 р.). Дніпро: НМетАУ, 2021. С. 465-468.	Ніколаєнко І.В.	Всеукраїнська конференція
50	Шевчук А.А.	Вибір оптимального методичного підходу щодо визначення конкурентних позицій підприємства. <i>Сучасні проблеми бухгалтерського обліку та фінансів</i> : Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, 23-24 листопада 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. С. 42-44.	Крайнюченко О.Ф.	Всеукраїнська конференція
51	Бутурлім В.Є.	Конкурентні активності в умовах мінливого економічного середовища. <i>Сучасні проблеми бухгалтерського обліку та фінансів</i> : Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, 23-24 листопада 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. С. 40-42.	Крайнюченко О.Ф.	Всеукраїнська конференція
52	Шевчук А.А.	Особливості застосування SPACE-аналізу у системі маркетингового менеджменту. <i>Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової та переробної галузей</i>	Крайнюченко О.Ф.	Всеукраїнська конференція

**Участь у роботі конференцій (тези)**

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
		<i>АПК</i> : Матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції, 24-25 листопада 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. С. 113-115.		
<b>2020 рік</b>				
1	Нечипоренко Д.В.	Сучасний досвід креативного дизайну упаковки харчових продуктів. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 141.	-	Міжнародна конференція
2	Талабко П.О.	Правила вдалого дизайну в рітейл-бізнесі. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 155.	-	Міжнародна конференція
3	Запорожан Ю.Л.	Теорія поколінь у маркетингу. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 118	-	Міжнародна конференція
4	Ковальчук Н.С.	Вірусний маркетинг та його особливості. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С.119	-	Міжнародна конференція
5	Колодюк С.А.	Інтегрований маркетинг: базові підходи, ефективність та можливості для бізнесу в Україні. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 124.	-	Міжнародна конференція
6	Баранова А.В.	Бренд-маркетинг: сутність та стратегії. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 125	-	Міжнародна конференція
7	Бичкова А.А.	«Теорія поколінь»: характеристики споживачів та інструменти впливу. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 129.	-	Міжнародна конференція
8	Попович В.М.	Упаковка як маркетинговий інструмент продажу товарів. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 134.	-	Міжнародна конференція

### Участь у роботі конференцій (тези)

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
9	Лісовська І.М.	Вплив активності співробітників в Facebook на імідж бренду. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 138.	-	Міжнародна конференція
10	Молін Н.О.	Маркетингова Digital стратегія: впровадження чат-ботів. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 140.	-	Міжнародна конференція
11	Талаш А.М.	Задоволеність та лояльність споживача – запорука успіху торгової марки. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 156.	-	Міжнародна конференція
12	Молін Н.О.	Побудова воронки продажів та її важливість для бізнесу. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 77-79.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
13	Попович В.М.	Аромаркетинг як ефективний інструмент комунікаційного міксу. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 875-877.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
14	Мусієнко Ю.Г.	Нестандартні маркетингові прийоми відомих брендів. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 68-72.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
15	Стельмах В.М.	Стратегічні дії підприємства - лідера ринку. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 52-54.	Белова Т.Г.	Міжнародна конференція
16	Гулька В.І.	Переваги застосування digital-маркетингу в діяльності підприємств. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 45-47.	Белова Т.Г.	Міжнародна конференція

### Участь у роботі конференцій (тези)

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
17	Лобач К.В.	Лідерство як технологія забезпечення стійких позицій на ринку. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 150.	-	Міжнародна конференція
18	Ліщенко Т.О.	Фактори впливу на забезпечення якості продукції. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 148.	-	Міжнародна конференція
19	Фільченкова Я.К.	Майбутнє соціальних медіа. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 154.	-	Міжнародна конференція
20	Гирба А.В.	Способи впливу на людські емоції прийомами маркетингу. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 172.	-	Міжнародна конференція
21	Порохня А.А.	Оцінювання якісних характеристик продукції. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 180.	-	Міжнародна конференція
22	Гулька В.І.	Напрями реалізації концепції соціально-відповідального маркетингу. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 149.	-	Міжнародна конференція
23	Стельмах В.М.	Інструменти дослідження маркетингової активності підприємства. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 152.	-	Міжнародна конференція
24	Сімчук Л.О.	Маркетинг в ресторанному бізнесі. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 151	-	Міжнародна конференція
25	Наумко Т.А.	Ефективність SMM як інструменту маркетингових комунікацій у соціальних медіа. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> :	-	Міжнародна конференція

### Участь у роботі конференцій (тези)

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
		матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 167.		
26	Гром В.О.	Проблема діджиталізації підприємств в маленьких містах. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 173.	-	Міжнародна конференція
27	Шевчук А.А.	Тенденції розвитку ринку фармацевтичної продукції України. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 158.	Заїнчковська І.А.	Міжнародна конференція
28	Стороженко М.М.	Еволюція елементів комплексу маркетингу. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С. 182.	-	Міжнародна конференція
29	Перевертень К.В.	Роль упаковки в сучасному маркетингу. <i>Science and practice of today</i> : матеріали ІХ міжнародної науково-практичної конференції, 16-19 листопада 2020 р. Анкара, Туреччина, 2020. С. 345-347.	Лелека О.О.	Міжнародна конференція
30	Перевертень К.В.	Стратегічне планування на промисловому ринку. <i>Social function of science, teaching and learning</i> : матеріали XIII Міжнародної науково-практичної конференції, 14-17 грудня 2020 р., Бордо, Франція, 2020. С. 232-236.	Лелека О.О.	Міжнародна конференція
31	Величко В.П.	Methods of evaluation of competitiveness of the enterprise. <i>Organization of scientific research in modern conditions '2020</i> : international scientific and practical conference, Ref. USC02-088. May 15, 2020. С. 115-117.	Розумей С.Б.	Міжнародна конференція
32	Величко В.П.	Визначення методів дослідження стратегічного становища господарських підрозділів підприємства. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 86 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 2-3 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. Ч. 3. С.184.	-	Міжнародна конференція
33	Шевчук А.А.	Управління комплексом просування фармацевтичної продукції в Україні. <i>Проблеми управління та економіки підприємств в сучасних умовах</i> : матеріали XVI міжнародної науково-практичної конференції, 08-09 квітня 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. С. 42-44.	Степанчук С.О.	Міжнародна конференція
34	Молін Н.О.	Контент-маркетинг як засіб підвищення лояльності споживачів. <i>Внесок молодих вчених у розбудову сучасного менеджменту підприємств</i> : матеріали XI Міжнародної науково-	-	Міжнародна конференція

Участь у роботі конференцій (тези)				
№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
		практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених, Київ, 18-19 листопада 2020 р.: тези доповідей. Київ: НУХТ, 2020. С. 65-67.		
35	Шевчук А.А	Показники маркетингової діяльності підприємства як складова оцінки його конкурентних позицій на ринку. <i>Внесок молодих вчених у розбудову сучасного менеджменту підприємств</i> : матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених, Київ, 18-19 листопада 2020 р.: тези доповідей. Київ: НУХТ, 2020. С. 113-115.	-	Міжнародна конференція
36	Шевчук А.А.	Застосування діджитал-маркетингу як елементу маркетингових комунікацій на фармацевтичних підприємствах України. <i>Маркетинг XXI століття: виклики змін</i> : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 25-річчю заснування кафедри маркетингу і комерційної діяльності ХДУХТ, 8–10 жовтня 2020 р. редкол.: О. І. Черевко [та ін.]. Харків: ХДУХТ, 2020. С. 93-94	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
37	Запорожан Ю.Л.	Новітні маркетингові технології. <i>Modern European Science -2020: materials of the XVI international scientific and practical conference (30 June -July 7, 2020)</i> . History. Law. Economic science. Philosophy. Public administration. History. Sheffield: Science and education LTD, 2020. Volume 4. С. 39-41.	Белова Т.Г.	Міжнародна конференція
38	Гулак О.О.	Характеристика методів визначення ефективності збутової діяльності. <i>Dynamika Naukowuch Badań-2020: materiyły XVI Międzynarodowej Naukowi-Praktycznej Konferencji (07 -15 lipca,2020)</i> . Przemysł, Sp. Z o.o. «Nauka i studia», 2020. Volume 7. С. 33-35.	Белова Т.Г.	Міжнародна конференція
39	Лабінська Н.О.	Соціальна відповідальність бранда перед споживачами. <i>Actual trends of modern scientific research: abstracts of the 4th International scientific and practical conference</i> . MDPC Publishing. Munich, Germany, 2020. P. 360-362.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
40	Ковальчук Н.С.	Методи встановлення цін. <i>European scientific discussions: abstracts of the 1st International scientific and practical conference</i> . Potere della ragione Editore. Rome, Italy, 2020. P. 723-725	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
41	Лабінська Н.О.	Різновиди просування в соціальних мережах та оцінювання їх ефективності. <i>Perspectives of world science and education: abstracts of XIII International Scientific and Practical Conference (September 9-11, 2020)</i> . CPN Publishing Group, Osaka, Japan, 2020. С. 124-127.	Крайнюченко О.Ф.	Міжнародна конференція
42	Запорожан Ю.Л.	Етапи створення СММ-стратегії. <i>The world of science and innovation: abstracts of III International Scientific and Practical Conference (October 14-16, 2020)</i> . Cognum Publishing House, London, United Kingdom, 2020. С. 336-339.	Крайнюченко О.Ф.	Міжнародна конференція
43	Гирба А.В.	Особливості розвитку маркетингу в соціальних мережах. <i>Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової та переробної галузей АПК</i> : Матеріали ІХ	-	Всеукраїнська конференція

### Участь у роботі конференцій (тези)

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
		Всеукраїнської науково-практичної конференції, 18-19 листопада 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. С.15-17.		
44	Кубенко К.О.	Протистояння брендів Соса-Соса та Рерсі-Соса. <i>Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової та переробної галузей АПК</i> : Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції, 18-19 листопада 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. С. 27.	-	Всеукраїнська конференція
45	Дунін М.Є.	Маркетингові тренди у житті споживачів. <i>Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової та переробної галузей АПК</i> : Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції, 18-19 листопада 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. С.60-62.	-	Всеукраїнська конференція
46	Молін Н.О.	Цінова політика підприємств як складова його маркетингової діяльності. <i>Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової та переробної галузей АПК</i> : Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції, 18-19 листопада 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. С. 69-70.	-	Всеукраїнська конференція
47	Мусієнко Ю.Г.	Маркетингові активності: сутність, напрями та етапи. <i>Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової та переробної галузей АПК</i> : Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції, 18-19 листопада 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. С. 70-72.	Крайнюченко О.Ф.	Всеукраїнська конференція
48	Порохня А.А.	Популярні інструменти маркетингових комунікацій: ситуативний маркетинг. <i>Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової та переробної галузей АПК</i> : Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції, 18-19 листопада 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. С. 80-81.	-	Всеукраїнська конференція
49	Фільченкова Я.К.	Креативні маркетингові комунікації: бренди та 8 березня. <i>Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової та переробної галузей АПК</i> : Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції, 18-19 листопада 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. С. 88-89.	-	Всеукраїнська конференція
50	Шевчук А.А.	Сучасні методики визначення конкурентних позицій підприємств. <i>Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової та переробної галузей АПК</i> : Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції, 18-19 листопада 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. С. 90-91.	-	Всеукраїнська конференція
51	Гулька В.І.	Напрямки прояву концепції соціально-відповідального маркетингу у взаємовідносинах з партнерами по бізнесу. <i>Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової та переробної галузей АПК</i> : Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції, 18-19 листопада 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. С. 114-116.	-	Всеукраїнська конференція

<b>Участь у роботі конференцій (тези)</b>				
№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
52	Колодюк С.А.	Маркетингові комунікації як інструмент формування цінності бренда. <i>Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової та переробної галузей АПК</i> : Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції, 18-19 листопада 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. С. 127-129.	Скригун Н.П.	Всеукраїнська конференція
53	Стельмах В.М.	Складові маркетингової комунікаційної активності підприємства. <i>Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової та переробної галузей АПК</i> : Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції, 18-19 листопада 2020 р. Київ: НУХТ, 2020. С. 134-135.	-	Всеукраїнська конференція
54	Запорожан Ю.Л.	Бізнес-акаунт як інструмент маркетингових комунікацій в Інстаграм. <i>Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій</i> : матеріали ІІІ Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (30 жовтня 2020 р). Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2020. С. 184-186.	Скригун Н.П.	Всеукраїнська конференція
55	Шинкар Н.П.	Маркетингова діяльність в період кризи. <i>Бізнес та умови його розвитку: національна та міжнародна практика</i> : збірник тез наукових робіт учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції, 16 травня 2020 р. Одеса: Громадська організація «Центр економічних досліджень та розвитку», 2020. С. 74-76.	Розумей С.Б.	Всеукраїнська конференція
<b>2019 рік</b>				
1	Ковальчук Н.С.	Ретаргетінг: його види форми та застосування. <i>Сучасний рух науки</i> : тези доп. ІV міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 6-7 грудня 2018 р. Дніпро, 2018. С. 948-950.	Ніколаєнко І.В.	Міжнародна конференція
2	Копиленко А.А.	Як роздрібній торгівлі вижити в епоху діджиталізації. <i>Сучасний рух науки</i> : тези доп. ІV міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 6-7 грудня 2018 р. Дніпро, 2018. С. 657-659.	Ніколаєнко І.В.	Міжнародна конференція
3	Datsyuk O.	Rationale for the choice of strategy positioning for business. <i>Naukowa przestrzen Europy-2019: Materialy XV Miedzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji (07-15 kwietnia, 2019)</i> . Politologia. Historia. Prawo. Ekonomiczne nauki. Przemysl Nauka i studia, 2019. Volume 5. С. 38-40.	Belova T.	Міжнародна конференція
4	Гулька В.І.	Способи залучення коштів підприємством на здійснення соціальних проектів. <i>Science without borders-2019: Materials of the XV international scientific and practical conference (March 30 – April 7, 2019)</i> . Economic science. Sheffield: Science and education LTD, 2019. Volume 8. С. 31-33.	Белова Т.Г.	Міжнародна конференція
5	Стельмах В.М.	Напрямки маркетингової активності підприємства. <i>Naukowa przestrzen Europy-2019: Materialy XV Miedzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji (07-15 kwietnia, 2019)</i> .	Белова Т.Г.	Міжнародна конференція

**Участь у роботі конференцій (тези)**

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
		Politologia. Historia. Pravo. Ekonomiczne nauki. Przemysl Nauka i studia, 2019. Volume 5. С. 41-43.		
6	Запорожан Ю.Л.	Людські слабості у контексті маркетингової концепції. <i>Зовнішні та внутрішні фактори впливу на розвиток міжнародних економічних відносин</i> : Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, 27 квітня 2019 р. Львів: ЛЕФ, 2019. С. 53-55.	Белова Т.Г.	Міжнародна конференція
7	Бичкова А.А.	Власні торгові марки як інструмент маркетингу у ритейл-бізнесі. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : програма і матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. С. 161.	Ткачук С.В.	Міжнародна конференція
8	Петрович М.В.	Нейромаркетинг як напрямок інноваційного маркетингу. <i>Naukowa myśl informacyjnej rowieki-2019</i> . Materialy XV Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji, 07-15 marca 2019 roku. Ekonomiczne nauki. Przemysl. Nauka i studia, 2019. С. 75-77.	Чорноус Л.В.	Міжнародна конференція
9	Бакуліна С.А.	Інтеграція традиційного та цифрового маркетингу в сучасному бізнесі. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. Ч. 3. С. 160.	-	Міжнародна конференція
10	Бичкова А.А.	Власні торгові марки як інструмент маркетингу у ритейл-бізнесі. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. Ч. 3. С. 161.	Ткачук С.В.	Міжнародна конференція
11	Величко В.П.	Основні засади формування іміджу підприємства. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. Ч. 3. С. 163.	-	Міжнародна конференція
12	Гулька В.І.	Синдром споживчої втоми у контексті маркетингових проблем. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. Ч. 3. С. 176.	-	Міжнародна конференція
13	Данілова М.О.	Прийоми ажіотажного маркетингу. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. Ч. 3. С. 177.	-	Міжнародна конференція

**Участь у роботі конференцій (тези)**

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
14	Завертана А.О.	Законодавчі обмеження при просуванні алкогольної продукції та робота в Dark Market. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті:</i> матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. Ч. 3. С.179.	Семененко К.Ю.	Міжнародна конференція
15	Келеп Ю.Р.	Нейромаркетинг як інструмент впливу на поведінку споживача. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті:</i> матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. Ч. 3. С.182.	-	Міжнародна конференція
16	Колодюк С.А.	Digital Marketing: алгоритми та механіка соціальних мереж. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті:</i> матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. Ч. 3. С.183.	-	Міжнародна конференція
17	Наумко Т.А.	Особливості та умови транспортування крихких вантажів. <i>Участь молоді у розвитку економіки та суспільства України:</i> матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених, Київ, 19-20 листопада 2019 р.: тези доповідей. Київ: НУХТ, 2019. С. 242-244.	-	Міжнародна конференція
18	Король Н.С.	Використання засобів маніпулювання у рекламних зверненнях. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті:</i> матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. Ч. 3. С. 186.	-	Міжнародна конференція
19	Метейко В.О.	Візуалізація реклами в Інтернет-просторі як запорука ринкового успіху. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті:</i> матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. Ч. 3. С. 191.	-	Міжнародна конференція
20	Наконечна Д.С.	Основні підходи в роботі з ключовими клієнтами підприємства. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті:</i> матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. Ч. 3. С. 192.	-	Міжнародна конференція
21	Петрович М.В.	Нейромаркетинг: психологія споживачів та засоби впливу. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті:</i> матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. Ч. 3. С. 194.	-	Міжнародна конференція

**Участь у роботі конференцій (тези)**

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
22	Попович В.М.	Партизанський маркетинг як спосіб просування товарів підприємства. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. Ч. 3. С. 197.	-	Міжнародна конференція
23	Порохня А.А.	Використання прийомів сенсорного маркетингу для підвищення ефективності діяльності підприємства. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. Ч. 3. С. 198.	-	Міжнародна конференція
24	Богдан П.Д.	Маркетинг в Instagram. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. Ч. 3. С. 199.	Бергер А.Д.	Міжнародна конференція
25	Ревенко А.М.	Організація торговельного простору магазину як спосіб стимулювання збуту. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. Ч. 3. С. 201.	Ніколаєнко І.В.	Міжнародна конференція
26	Сидоренко А.В.	Стан онлайн-ринку продуктів харчування. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. Ч. 3. С. 202.	-	Міжнародна конференція
27	Скулімовська Т.С.	Сучасні інструменти інтернет-маркетингу. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. Ч. 3. С. 203.	-	Міжнародна конференція
28	Стельмах В.М.	Хакатон та його цілі. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. Ч. 3. С. 206.	-	Міжнародна конференція
29	Талаш А.М.	Івент-маркетинг як ефективний інструмент непрямої реклами. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. Ч. 3. С. 207.	-	Міжнародна конференція
30	Фільченкова Я.К.	Місія амбасадора бренду. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих	-	Міжнародна конференція

### Участь у роботі конференцій (тези)

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
		учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. Ч. 3. С.209.		
31	Шевчук А.А.	Дослідження PR-кампаній українського морозива. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. Ч. 3. С. 210.	Степанчук С.О.	Міжнародна конференція
32	Гирба А.В.	Особливості телевізійної реклами м'ясних виробів в Україні. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. Ч. 3. С. 212.	Федотова Н.М.	Міжнародна конференція
33	Лісовська І.М.	Ефективна візуальна комунікація зі споживачем на прикладі дизайну сайтів компаній АВК та Roshen. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. Ч. 3. С. 213.	Федотова Н.М.	Міжнародна конференція
34	Наумко Т.А.	Особливості адаптації перекладу англomовних рекламних слоганів. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. Ч. 3. С. 214.	Федотова Н.М.	Міжнародна конференція
35	Атландерова І.Д.	Маркетинг у сфері комп'ютерних ігор. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : матеріали 85 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 11-12 квітня 2019 р. Київ: НУХТ, 2019. Ч. 3. С. 216.	-	Міжнародна конференція
36	Токар Т.О.	Giveaway-конкурси – сучасний інструмент просування. <i>Менеджмент, підприємництво та цифрові інновації: аналіз тенденцій та науково-економічний розвиток</i> : матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 30 березня 2019 року). ГО «Львівська економічна фундація». Львів: ЛЕФ, 2019. С. 57-59	Крайнюченко О.Ф.	Міжнародна конференція
37	Лабінська Н.О.	Місце та роль веб-дизайну у системі інтернет-маркетингу. <i>Актуальні питання економіки, обліку, фінансів та права в Україні та світі</i> : збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 30 березня 2019 р.): у 5 ч. Полтава: ЦФЕНД, 2019. Ч. 2. С. 33-35	Крайнюченко О.Ф.	Міжнародна конференція
38	Петрович М.В.	Нові тенденції в маркетингу: штучний інтелект, чат-боти та відеомаркетинг. Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції «Участь молоді у розвитку економіки та суспільства України», 19-20 листопада 2019. Київ: НУХТ, 2019. С. 107-110.	-	Міжнародна конференція

**Участь у роботі конференцій (тези)**

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
39	Колодюк С.А.	Діджиталізація ринку FMCG. Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції «Участь молоді у розвитку економіки та суспільства України», 19-20 листопада 2019. Київ: НУХТ, 2019. С. 61-63.	-	Міжнародна конференція
40	Гулька В.І.	Соціальна реклама: сутність, напрямки та функції. <i>Achievement of high school–2019</i> : Матеріали за XV міжнародна научна практична конференція, 15-22 November 2019 г. Закон. Економіки. Публичната адміністрація: Софія. «Бял ГРАД-БГ» ООД, 2018. Volume 5. С. 36-38.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
41	Бутрій А.І.	Формування стійких відносин підприємства з клієнтами. <i>Участь молоді у розвитку економіки та суспільства України</i> : матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених, Київ, 19-20 листопада 2019 р.: тези доповідей. Київ: НУХТ, 2019. С. 27-29.	-	Міжнародна конференція
42	Гулька В.І.	Відповідальність підприємства по ставленню до екологічних наслідків своєї діяльності як складова концепції соціально-відповідального маркетингу. <i>Участь молоді у розвитку економіки та суспільства України</i> : матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених, 19-20 листопада 2019 р.: тези доповідей. Київ: НУХТ, 2019. С. 30-32.	-	Міжнародна конференція
43	Колодюк С.А.	Логістика закупок, як фундамент функціонування виробничого підприємства. <i>Участь молоді у розвитку економіки та суспільства України</i> : матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених, Київ, 19-20 листопада 2019 р.: тези доповідей. Київ: НУХТ, 2019. С. 64-67.	-	Міжнародна конференція
44	Наумко Т.А.	Виставкова діяльність як ефективний інструмент маркетингових комунікацій. <i>Участь молоді у розвитку економіки та суспільства України</i> : матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених, Київ, 19-20 листопада 2019 р.: тези доповідей. Київ: НУХТ, 2019. С. 97-100.	-	Міжнародна конференція
45	Попович В.М.	Задоволеність споживачів як запорука успішного збуту товарів підприємства. <i>Участь молоді у розвитку економіки та суспільства України</i> : матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених, Київ, 19-20 листопада 2019 р.: тези доповідей. Київ: НУХТ, 2019. С. 124-127.	-	Міжнародна конференція
46	Стельмах В.М.	Оцінювання збутової складової маркетингової активності підприємства. <i>Участь молоді у розвитку економіки та суспільства України</i> : матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених, Київ, 19-20 листопада 2019 р.: тези доповідей. Київ: НУХТ, 2019. С. 147-150.	-	Міжнародна конференція

<b>Участь у роботі конференцій (тези)</b>				
№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
47	Фільченкова Я.К.	Сутність та складові маркетингової стійкості підприємства. <i>Участь молоді у розвитку економіки та суспільства України</i> : матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених, Київ, 19-20 листопада 2019 р.: тези доповідей. Київ: НУХТ, 2019. С. 172-174.	-	Міжнародна конференція
48	Шевчук А.А.	Логістика на фарм-ринку України: теперішній стан і прогнози на майбутнє. <i>Участь молоді у розвитку економіки та суспільства України</i> : матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених, Київ, 19-20 листопада 2019 р.: тези доповідей. Київ: НУХТ, 2019. С. 177-180.	-	Міжнародна конференція
<b>2018 рік</b>				
1	Войтович Н.Ю.	Сучасні канали маркетингових комунікацій вітчизняних виробників майонезів та кетчупів. <i>Modern scientific potential - 2018: Materials of the XIII International scientific and practical Conference (28 February - 7 March 2018)</i> . Sheffield. Science and education LTD, 2018. Volume 6. С. 16-18.	Чорноус Л.В.	Міжнародна конференція
2	Кириленко І.І.	Особливості застосування мерчендайзингу у торгових точках. <i>Modern scientific potential - 2018: Materials of the XIII International scientific and practical Conference (28 February - 7 March, 2018)</i> . Sheffield. Science and education LTD, 2018. Volume 6. С. 22-24.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
3	Метейко В.О.	Емоційна лояльність споживачів до бренду як запорука успішного його просування. <i>Science without borders – 2018: Materials of the XIII International scientific and practical Conference (March 30-April 7, 2018)</i> . Sheffield. Science and education LTD, 2018. Volume 5. С. 25-27.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
4	Король Н.С.	Підлітки як споживачі. <i>Ключови въпроси в съвременната наука – 2018</i> : Материали за XIII міжнародна научна практична конференція, 15-22 април 2018 г. Софія: "Бял ГРАД-БГ" ООД, 2018. Volume 3. С. 20-22.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
5	Тарашук Н.О.	Тенденції та напрями розвитку SMM в Україні. <i>Cutting-edge science - 2018: Materials of the XIII International scientific and practical Conference (April 30 - May 7, 2018)</i> . Sheffield. Science and education LTD, 2018. Volume 10. Economic science. С. 58-60.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
6	Бакуліна С.А.	Мотивація споживача як психологічний метод впливу на його підсвідомість. <i>Бъдещитe изследвания–2018</i> : Материали за XIV міжнародна научна практична конференція, 15-22 февруари 2018 г. Софія: "Бял ГРАД-БГ" ООД, 2018. Volume 5. Икономики. С. 46-48.	Чорноус Л.В.	Міжнародна конференція
7	Верес М.М.	Визначальні риси радикального маркетингу. <i>Найновите постижения на Европейската наука - 2018</i> : Материали XVI міжнародна научна практична конференція (15-22 юни, 2018). Икономики. Софія: «Бял ГРАД -БГ ООД», 2018. Volume 5. С. 64-66.	Белова Т.Г.	Міжнародна конференція

**Участь у роботі конференцій (тези)**

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
8	Гончарова О.А.	Z-commerce як нова форма інтернет-торгівлі. Збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні тенденції в економіці та управлінні» (м. Запоріжжя, 17 березня 2018 року). Запоріжжя: ГО «Східноукраїнський інститут економіки та управління», 2018. С. 47-49.	Крайнюченко О.Ф.	Міжнародна конференція
9	Гановська Є.А.	Проблема піратства в сфері торгових знаків та міжнародна практика щодо її регулювання. <i>Приморські регіони: проблеми та траєкторії соціально-економічного розвитку</i> : матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 19 квітня 2018 р.). Одеса: МГУ, 2018. С. 138-141.	Крайнюченко О.Ф.	Міжнародна конференція
10	Кравчук І.С.	Відео-маркетинг як один із засобів просування бізнесу. <i>Економічні, політичні та культурологічні аспекти європейської інтеграції України в умовах нових глобалізаційних викликів</i> : матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Ужгород, 16-17 квітня 2018 року). Ужгород: Видавничий дім «Гельветика», 2018. С. 280-283.	Крайнюченко О.Ф.	Міжнародна конференція
11	Колодюк С.А.	Перехід до корпоративного бренду та якісний ребрендинг. <i>Проблеми управління та економіки підприємств в сучасних умовах</i> : матеріали XIV міжнародної науково-практичної конференції, 22 – 23 травня 2018 р. Київ: НУХТ, 2018. С. 103-104.	Ткачук С.В.	Міжнародна конференція
12	Колодюк С.А.	Оптимізація маркетингової кампанії: віртуальна і додаткова реальність. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : програма і матеріали 84 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 23–24 квітня 2018 р. Київ.: НУХТ, 2018. Ч. 3. С. 237.	Ткачук С.В.	Міжнародна конференція
13	Атландерова І.Д.	Сучасні маркетингові тенденції у сфері кондитерських виробів. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : програма і матеріали 84 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 23–24 квітня 2018 р. Київ: НУХТ, 2018. Ч. 3. С. 200.	Ткачук С.В.	Міжнародна конференція
14	Лісовська І.М.	Якість обслуговування як невід'ємний елемент маркетингового міксу сфери послуг. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : програма і матеріали 84 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 23–24 квітня 2018 р. Київ: НУХТ, 2018. Ч. 3. С. 243.	Стахурський В.О.	Міжнародна конференція
15	Роженко Х.Ю.	Маркетингові аспекти підвищення конкурентоспроможності у сфері Інтернет-торгівлі. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : програма і матеріали 84 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 23 – 24 квітня 2018р. Київ: НУХТ, 2018. Ч. 3. С. 254.	Стахурський В.О.	Міжнародна конференція

### Участь у роботі конференцій (тези)

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
16	Авраменко І.М.	Dark-маркетинг як реакція на заборону. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : програма і матеріали 84 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 23-24 квітня 2018 р. Київ: НУХТ, 2018. Ч. 3. С. 198.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
17	Бакуліна С.А.	Переваги використання Інтернет-маркетингу в бізнесі. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : програма і матеріали 84 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 23-24 квітня 2018 р. Київ: НУХТ, 2018. Ч. 3. С. 204.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
18	Білодідова Н.М.	Нативна реклама – сучасний тренд інтернет-реклами. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : програма і матеріали 84 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 23 - 24 квітня 2018 р. Київ: НУХТ, 2018. Ч. 3. С. 210.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
19	Бутрій А.І	Формування стійких зв'язків підприємства з клієнтами на засадах маркетингу взаємовідносин. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : програма і матеріали 84 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 23 - 24 квітня 2018 р. Київ: НУХТ, 2018. Ч. 3. С. 212.	Белова Т.Г.	Міжнародна конференція
20	Войтович Н.Ю.	Амбасадори молочних брендів України: нове поняття вітчизняного маркетингу. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : програма і матеріали 84 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 23-24 квітня 2018 р. Київ: НУХТ, 2018. Ч. 3. С. 218.	Белова Т.Г.	Міжнародна конференція
21	Гановська Є.А.	Міжнародні інформаційні агентства: функції, база даних, можливості доступу для вітчизняних користувачів. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : програма і матеріали 84 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 23-24 квітня 2018 р. Київ: НУХТ, 2018. Ч. 3. С. 219.	Крайнюченко О.Ф.	Міжнародна конференція
22	Гончарова О.А.	Шлях прийняття рішення споживачів. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : програма і матеріали 84 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 23-24 квітня 2018 р. Київ: НУХТ, 2018. Ч. 3. С. 222	Розумей С.Б.	Міжнародна конференція
23	Долюк А.В.	Психологічний вплив на поведінку споживачів інструментами мерчандайзингу. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : програма і матеріали 84 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів,	Розумей С.Б.	Міжнародна конференція

### Участь у роботі конференцій (тези)

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
		23-24 квітня 2018 р. Київ: НУХТ, 2018. Ч. 3. С. 230.		
24	Дубінська О.Б.	Маркетингова активність підприємства - запорука лідерства на ринку. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : програма і матеріали 84 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 23-24 квітня 2018 р. Київ: НУХТ, 2018. Ч. 3. С. 231	Белова Т.Г.	Міжнародна конференція
25	Король Н.С.	Сутність та види стереотипного мислення споживачів. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : програма і матеріали 84 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 23-24 квітня 2018 р. Київ: НУХТ, 2018. Ч. 3. С. 238.	Чорноус Л.В.	Міжнародна конференція
26	Кравчук І.С.	Реклама у відео кліпах як сучасний засіб маркетингових комунікацій. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : програма і матеріали 84 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 23-24 квітня 2018 р. Київ: НУХТ, 2018. Ч. 3. С. 240.	Крайнюченко О.Ф.	Міжнародна конференція
27	Метейко В.О.	Програми лояльності як засіб формування позитивного ставлення споживачів до товарів підприємства. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : програма і матеріали 84 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 23-24 квітня 2018 р. Київ: НУХТ, 2018. Ч. 3. С. 247.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
28	Олешко А. В.	Оцінювання чинників впливу середовища на діяльність підприємства за шкалою Ф.Хедоурі. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : програма і матеріали 84 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 23-24 квітня 2018 р. Київ: НУХТ, 2018. Ч. 3. С. 251.	Белова Т.Г.	Міжнародна конференція
29	Савчук О.О.	Аромамаркетинг як дієвий інструмент впливу на споживчу поведінку. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : програма і матеріали 84 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 23-24 квітня 2018 р. Київ: НУХТ, 2018. Ч. 3. С. 255.	Крайнюченко О.Ф.	Міжнародна конференція
30	Фільченкова Я.К.	Створення «Бренда Любові» шляхом використання концепції Love-маркетингу. <i>Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті</i> : програма і матеріали 84 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 23-24 квітня 2018 р. Київ: НУХТ, 2018. Ч. 3. С. 270.	Белова Т.Г.	Міжнародна конференція
31	Баранова А.В.	Принципи успішності сторінки «контактів» інтернет-магазину. <i>Участь молоді у розвитку економіки та суспільства України</i> : Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених, Київ, 20-21 листопада	-	Міжнародна конференція

### Участь у роботі конференцій (тези)

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
		2018 р.: тези доповідей. Київ: НУХТ, 2018. С. 165-166.		
32	Білобров О.К.	Зміна ринку – наслідки усвідомленого споживання. <i>Участь молоді у розвитку економіки та суспільства України</i> : Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених, Київ, 20-21 листопада 2018 р.: тези доповідей. Київ: НУХТ, 2018. С. 169-171.	-	Міжнародна конференція
33	Дунін М.Є.	Маркетплейси як інструмент знищення популярних ринкових сегментів. <i>Участь молоді у розвитку економіки та суспільства України</i> : Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених, Київ, 20-21 листопада 2018 р.: тези доповідей. Київ: НУХТ, 2018. С. 182-183.	-	Міжнародна конференція
34	Куценко О.І.	Динаміка доходу та прибутків українських рітейлерів. <i>Участь молоді у розвитку економіки та суспільства України</i> : Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених, Київ, 20-21 листопада 2018 р.: тези доповідей. Київ: НУХТ, 2018. С. 220-222.	-	Міжнародна конференція
35	Гановська Є.А.	Особливості розвитку іноземного інвестування в економіку України. <i>Актуальні питання економіки, фінансів та сучасного менеджменту</i> : збірник тез наукових робіт учасників Міжнародної науково-практичної конференції для студентів, аспірантів та молодих вчених (м. Київ, 16 червня 2018 р.). Київ: Аналітичний центр «Нова Економіка», 2018. С. 117-119.	Крайнюченко О.Ф.	Міжнародна конференція
36	Шевчук Ю.Т.	Імідж як чинник зміцнення ринкових позицій підприємства. <i>Achievement of high school–2018</i> : Матеріали за XIII міжнародна научна практична конференція, 17-25 November, 2018 г. Софія: "Бял ГРАД-БГ" ООД, 2018. Volume 4. С. 39-41.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
37	Лабінська Н.О.	Вендинг як ефективний спосіб дистрибуції товарів та послуг в Україні. <i>undamental and applied science-2018: Materials of the XIII International scientific and practical Conference (October 30 - November 7, 2018)</i> . Sheffield. Science and education LTD, 2018. Volume 6. Economic science. С. 25-27.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція
38	Кулініч І.М.	Оновлення моделі AIDA: A5. <i>Aktualni vymoznosti vedy - 2018: Materialy XIV mezinarodni vedecko-prakticka konference (22-30 cervna, 2018)</i> . Ekonomika. Praha: Publishing House «Education and Science» s.r.o., 2018. Volume 5. С. 54-56.	Белова Т.Г.	Міжнародна конференція
39	Єфісько Ю.Ю.	Визначення стратегії підприємства за моделлю Shell/DPM. <i>Modern European science - 2018: Materials of the XIV international scientific and practical conference (June 30-July 7, 2018)</i> . Economic science. Sheffield: Science and education LTD, 2018. Volume 5. С. 26-28.	Белова Т.Г.	Міжнародна конференція
40	Грибович Н.В.	Обґрунтування стратегічної позиції бізнесу. <i>Динамиката на съвременната наука - 2018</i> :	Белова Т.Г.	Міжнародна

**Участь у роботі конференцій (тези)**

№	Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Бібліографічні дані	Співавтори	Примітка
		Матеріали за XIV міжнародна научна практична конференція (15-22 юли, 2018). Публичната администрация. Икономики. Философия. София: «Бял ГРАД -БГ ООД», 2018. Volume 2. С. 6-8.		конференція
41	Войтович Н.Ю.	Сувенірна реклама сучасних виробників майонезу та кетчупів України. Бъдещите изследвания – 2018: Матеріали за XIII міжнародна научна практична конференція, 15-22 февруари 2018 г. София: "Бял ГРАД-БГ" ООД, 2018. Volume 5. Икономики. С. 28-30.	Скригун Н.П.	Міжнародна конференція