

ЗМІСТ

Секція 1. Маркетингові дослідження національних та міжнародних ринків.

Таїсія ВОЛОСОВА, Оксана ЧЕРНЕНКО АКТУАЛЬНІСТЬ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ РИНКУ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ В КАТЕГОРІЇ СОЛОДОЩІ.....	14
Нікіта ГАЙДАР, Людмила МОІСЕЄВА СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО АКТИВІЗАЦІЇ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ В УКРАЇНІ	16
Марія ГЛОБА, Оксана ЧЕРНЕНКО ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ КАВИ В УКРАЇНІ.....	18
Надія МЕЛЬНИК, Наталія ПИСАРЕНКО УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОГРАМИ ЛОЯЛЬНОСТІ НА СПОЖИВЧОМУ РИНКУ	20
Олена ПАРАСЮК, Наталія ЮДІНА ДОЦІЛЬНІСТЬ ВИВЕДЕННЯ ТМ «ТОРЧИН» НА РИНОК ПРЕМІАЛЬНИХ ХОЛОДНИХ СОУСІВ УКРАЇНИ	22
Назар ЧЕПКИЙ, Сергій СОЛНЦЕВ УДОСКОНАЛЕННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	24
Яна ЧУРСІНА, Тетяна КУВАЄВА МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВАЧІВ З МЕТОЮ ОЦІНКИ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ НОВОЇ ТОРГОВОЇ ТОЧКИ	25

Секція 2. Промисловий маркетинг

Данило ЛЯСОВ, Катерина ПІЛОВА ФОРМУВАННЯ МЕРЕЖІ ФІРМОВИХ МАГАЗИНІВ НА РИНКУ ТОВАРІВ ДЛЯ РИБАЛКИ	29
Михайло СОЛНЦЕВ, Олександр ЗОЗУЛЬОВ ВИЗНАЧЕННЯ НАПРЯМКІВ РОЗШИРЕННЯ БІЗНЕСУ НА РИНКУ ПРОМИСЛОВИХ ПОСЛУГ.....	31
Михайло СОЛНЦЕВ, Надія КУБИШИНА МОЖЛИВІ НАПРЯМКИ РОЗШИРЕННЯ БІЗНЕСУ: ГЕОГРАФІЧНА ЕКСПАНСІЯ.....	33
Андрій ШРЕЙДЕР, Наталія ПИСАРЕНКО ВИБІР ПОТЕНЦІЙНИХ СЕГМЕНТІВ ДЛЯ НАДВАЖКИХ БЕЗПІЛОТНИХ ЛІТАЛЬНИХ АПАРАТІВ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ РИНКУ УКРАЇНИ.....	35
Костянтин ЮХИМЕНКО, Наталія ПИСАРЕНКО НОВІ РИНКИ ДЛЯ ВИКОРИСТАННЯ БПЛА В УМОВАХ НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ.....	38

Секція 3. Цифровий (digital) маркетинг

Аліса БУТЕНКО, Сергій КАСЯН ФУНКЦІОНАЛЬНІ МОЖЛИВОСТІ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В ПЛОЩИНІ ІННОВАЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙНИХ ЦІННОСТЕЙ	42
---	----

Наталія ЗАЄЦЬ, Сергій КАСЯН ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ PROGRAMMATIC BUYING, ЯК ІННОВАЦІЙНІ СКЛАДОВІ ІНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ.....	43
Дарія КОВАЛЬ, Юлія ГАВРИШ SMM ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ.....	44
Тетяна КОРНІЙЧУК, Євген ГНІТЕЦЬКИЙ «БАНЕРНА СЛІПОТА» ТА СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ БОРОТЬБИ З НЕЮ	46
Валентина ПИРОГ, Євген ГНІТЕЦЬКИЙ ГЕЙМІФІКАЦІЯ МАРАФОНІВ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ INSTAGRAM ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЗАЛУЧЕНОСТІ СПОЖИВАЧІВ БРЕНДУ	47
Вікторія ПОНОМАРЬОВА, Наталія ШИНКАРЕНКО DIGITAL МАРКЕТИНГ: ІНФЛЮЕНСЕРЫ В 2020 ГОДУ.....	49
Антон САЛАТА, Оксана ЧЕРНЕНКО ВИКОРИСТАННЯ СТАТИСТИЧНОГО МЕТОДУ МНОЖИННОЇ ЛІНІЙНОЇ РЕГРЕСІЇ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	50
Євгеній ЧАЙКА, Олександр ЗОЗУЛЬОВ КЛАСИФІКАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ НА РИНКУ КІБЕРСПОРТУ.....	52
Оксана ЧЕРНЕНКО ПРИНЦИПИ РЕФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	54
Дар'я ЮФЕРОВА, Сергій КАСЯН АДВОКАЦІЯ БРЕНДУ, ІННОВАЦІЙНІ КОМУНІКАЦІЇ У ПЛОЩИНІ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА КОМПАНІЙ..	56

Секція 4. Маркетинг у сфері високих технологій та стартап-проектів

Аліна ГОЛОБОРОДЬКО, Олександр ЗОЗУЛЬОВ ФАНАТСЬКЕ СПРИЙНЯТТЯ ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В СПОРТИВНОМУ МАРКЕТИНГУ.....	60
Софія КОВАЛЬОВА, Сергій КАСЯН СОЦІАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ ТА ЕКОЛОГІЧНА СВІДОМІСТЬ У ПЛОЩИНІ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ	62
Ольга СУКРЕТНА, Надія ЯЗВІНСЬКА МАРКЕТИНГОВІ ТРЕНДИ В ГЕЙМ-ДЕВЕЛОПМЕНТІ.....	64
Кіра ФОМКІНА, Ігор ЄГОРОВ, Євген ГНІТЕЦЬКИЙ ЯК РОЗРОБНИКИ ІГОР МАНІПУЛЮЮТЬ ПОВЕДІНКОЮ СПОЖИВАЧА.....	67
Кирило ЧУМАК, Наталія ЮДІНА ТЕНДЕНЦІЇ НА РИНКУ КОМУНІКАЦІЙ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ.....	68

Секція 5. Міжнародний маркетинг

Катерина БАЖЕРІНА СТРАТЕГІЇ ЗАХИСТУ НАЦІОНАЛЬНИХ БРЕНДІВ	72
Юрій РОЖОШЕНКО, Надія КУБИШИНА ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ПОСЛУГ ПРОДАЖУ НА РИНКУ ПОРТАТИВНОЇ ЦИФРОВОЇ ТЕХНІКИ	74
Вікторія СЕРГЄЄВА, Людмила МОІСЄЄВА КЕРАМІЧНА НІША В МІЖНАРОДНОМУ МАРКЕТИНГУ	75

Дарина СОЦКАЯ, Людмила МОИСЕЕВА ИССЛЕДОВАНИЯ ПЕРСПЕКТИВЫ
ВЫХОДА УКРАИНСКИХ ФИРМ PUNCH, STAFF НА ЕВРОПЕЙСКИЙ РЫНОК... 76

Секція 6. Маркетинговий менеджмент та стратегічний маркетинг

Катерина БАЖЕРІНА ВИКОРИСТАННЯ ПОП-АРТУ У РОЗВИТКУ РЕКЛАМИ	79
Юрій БАРДАКОВ, Наталія ШИНКАРЕНКО СТРАТЕГІЧНА ОЦІНКА КОНКУРЕНТНИХ ФАКТОРІВ НА РИНКУ СПЕЦІЙ	81
Надія ЄРЕМЕЄВА ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	83
Марія МАТУСЕВИЧ, Євген ГНІТЕЦЬКИЙ ЯК КОЛІР ВПЛИВАЄ НА ЕМОЦІЙНИЙ СТАН ЛЮДИНИ ПРИ ВИБОРІ ТОВАРІВ	85
Юлія НІКОЛАЙЧУК, Надія ЯЗВІНСЬКА ВИКОРИСТАННЯ МОДЕЛІ SECI ПРИ ВПРОВАДЖЕННІ ВНУТРІШНЬОГО МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	87
Святослав ОЛЕШКЕВИЧ, Юлія ГАВРИШ ВПЛИВ СТОРІТЕЛІНГУ НА МАРКЕТИНГОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ ПІДПРИЄМСТВА.....	90
Tetiana PAVLENKO THE IMPORTANCE OF EMPLOYER BRANDING	92
Валентина ПИРОГ, Сергій СОЛНЦЕВ AMBIENT-МАРКЕТИНГ НА РИНКУ КАНЦЕЛЯРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	93
Аліна ПРИЛІПОТА, Юлія ГАВРИШ ВІДНОШЕННЯ СПОЖИВАЧІВ ДО БРЕНДІВ, РЕКЛАМА ЯКИХ З'ЯВЛЯЄТЬСЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	95
Вікторія СЕРГЄЄВА, Людмила МОИСЕЄВА МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ВІДНОВЛЮВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ОЗДОРОВЧИХ ЗАКЛАДІВ СЛОВ'ЯНСЬКА	97
Сергій СОЛНЦЕВ, Жанна ЖИГАЛКЕВИЧ МАРКЕТИНГ МІЖКОРПОРАТИВНИХ ВІДНОСИН В КВАЗІІНТЕГРАЦІЙНИХ СТРУКТУРАХ	99
Софія ТАРАСЮК, Юлія ГАВРИШ АНТИКРИЗОВИЙ МАРКЕТИНГ: КРЕАТИВНИЙ АСПЕКТ	100
Євген ЧЕРНАЄНКО, Євген ГНІТЕЦЬКИЙ ЯК ПРОДАВАТИ ВИЩЕ РИНКУ Євген ЧЕРНАЄНКО	102
Вікторія ШИТІКОВА, Євген ГНІТЕЦЬКИЙ ТЕОРІЯ СЦЕНАРІЇВ	104
Альона ШТАНОВА, Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО СЕРВІСІСНІСТЬ У МАРКЕТИНГОВІЙ СТРАТЕГІЇ МЕРЕЖІ КІНОТЕАТРІВ	106
Надія ЯЗВІНСЬКА КОМУНІКАЦІЙНА ЕФЕКТИВНІСТЬ В МАРКЕТИНГУ ВІДНОСИН	108