

1569646



УНІВЕРСИТЕТ імені АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

Alfred Nobel University
Department of International Marketing
University of Montenegro
Faculty of Maritime Kotor
The Cyprus Institute of Marketing
University of Applied Sciences
Ludwigshafen on the Rhine



The Cyprus Institute of Marketing
Nicosia, Cyprus
Cyprus Business School
www.cim.ac.cy



The XI International Research Conference
for Junior Faculties and Students

MARKETING MANAGEMENT: FACING THE GLOBAL COMPETITIVENESS CHALLENGE

April 8, 2020

Збірник містить тези доповідей молодих вчених та студентів — учасників XI Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингове управління конкурентоспроможністю в умовах глобальних викликів». У поданих матеріалах розглядаються проблеми конкурентоспроможності підприємств на вітчизняних та зарубіжних ринках, конкурентоспроможності регіонів, формування конкурентоспроможності економіки України в умовах глобалізації, можливі шляхи підвищення конкурентоспроможності з позицій застосування маркетингових інструментів та підходів до управління підприємствами в сучасних умовах.

ЗМІСТ

Abdulai P. Internal communication as a modern marketing communication's tool.....	15
Alabi E. Is inbound marketing will fade?	16
Bobir E.I., Leshchenko O.V. Features of developing the system of adaptive management of the enterprise competitiveness	17
Bobro M. Specificity of viral marketing	17
Borodina Y. Influencer marketing and how does it work	18
Bubelo R. Creating a personal brand using the Johari Window Model.....	19
Cherep K. The role of neuromarketing	20
Chertok K. PEST analysis as a tool for analyzing the macro environment	21
Golubkova S. SWOT analysis of the company at the video card design industry: the case of Nvidia.....	23
Gorenich N. Specific character of guerilla marketing.....	24
Horbunov I. Features of emotional marketing.....	25
Karpenko V. How does the sensory marketing work?.....	26
Kbibch A. Marketing mix 4PS: the case of IKEA	27
Khomenko A. Peculiarity of trade marketing	28
Kolesnik K. Doesn't the forbidden make seem so much more pleasurable?.....	29
Krasovska A. SWOT analysis of fast food restaurant network: example of Mcdonald's.....	30
Kruti Y. Originality of experiential marketing	31
Kulak M. Stimulating marketing, how it works?	32
Kunitsyna A. Marketing mix of Starbucks coffee company	33
Miamlina A. Reading promotion campaign in European Union: the best practice for Ukraine	34
Mogilevska M. Analysis of the Ukrainian advertising market.....	35
Morenets V. The essence and purpose of digital marketing.....	35
Nagayseva O. CRM-marketing: a way to make people remember your product	36
Petrenko H. The effect of lateral marketing strategy	37
Ploskina Y. Development of a marketing mix for a company in the field of games and network services (Sony Corp.).....	38
Ponyk Y., Shevchenko V. The emotional and rational processes in making decisions of our purchases.....	39
Samarskaya I. The effect of color in advertising on consumers	40
Seleznova O. Consumer confidence index in Ukraine	41
Shkuro K. SMM-marketing as a tool to influence the consumer	43
Sokolenko M. Characteristics of event marketing.....	44
Stepanovych V. The essence and purpose of content marketing.....	45
Sushchenko A. Advantages of advertising as a means of promoting goods in the Internet	46
Tymchenko R. SWOT-analysis: the case of corporation «ROSHEN»	47
Vasil'ev V. PEST analysis: example of the company «INTERFOAM»	48
Volkova M. Word of mouth marketing	49
Zarubenko E. Customers our the best marketers.....	50
Zhaldachenko M. Marketing on granite.....	51
Алтухова Є.Д. Маркетинг-менеджмент підприємства на B2B ринку	52
Аляб'єва О.С. Найвизначніші тренди маркетингу: огляд року минулого та прогнози	53

Аляб'єва О.С. Особливості розробки та використання фірмового стилю у рекламі	54
Аляб'єва О.С. Переваги та недоліки досконалої конкуренції	55
Ананьева Н.В. Технология педагогического дизайна в разработке электронного образовательного ресурса.....	56
Анікіна А.В. Виставки та ярмарки в системі маркетингових комунікацій	57
Аносова В.О. Латеральный маркетинг: поиск маркетинговых решений нестандартными методами	58
Антонінова Л.В. Конкурентоспроможність України в умовах глобалізації.....	59
Апулаева А.В. Теоретические аспекты интернет-продвижения организаций.....	59
Арцебашева Ю.В., Дяченко А.М. Актуальные тенденции развития интернет-маркетинга.....	60
Бабенко К.С. Нові технології та їх вплив на методи маркетингу	61
Бабич В.О. Событийный маркетинг – инструмент коммуникации бренда с потребителем.....	62
Бабичев Д.А. Цифровой маркетинг – просто и эффективно	63
Багдасарова Е.В. Роль регіонального маркетингу в підвищенні конкурентоспроможності	64
Багдасарова Э.В. Сегментирование рынка на основе воронки продаж.....	65
Багузова Л.В. Ресурсный потенциал конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования.....	66
Байдачник Н.Т. Переваги та недоліки вірусної реклами.....	67
Балишев К.В. Кіномаркетинг як спосіб просування кінострічки.....	68
Балуш А.С., Маргунова В.И. Разработка мероприятий по совершенствованию системы материально-технического снабжения на основе инструментов маркетинговой логистики.....	69
Барабанчик М.В. Головні інструменти вірусного маркетингу	70
Баранник П.О. CRM-маркетинг как технология коммуникации с клиентами	71
Басиста А.В. Аналіз парфумерно-косметичного ринку України в контексті світових тенденцій розвитку	72
Башмаков А.В. Основные аспекты малобюджетного маркетинга.....	73
Бегларян М.Г. Маркетинг влияния: продвижение через влиятельных персон.....	74
Безрода И.В. Анализ тенденций рынка автомобилей и мотоциклов в Украине.....	75
Бейко Д.Ю. Методи НЛП в рекламі.....	76
Бельц О.О. Моделі управління логістикою мережевої роздрібної компанії, що розвиває франчайзинг.....	77
Бендер Э.Д. Интернет-коммуникации как эффективный инструмент маркетинга	79
Бесталанна А.Ю. Основні елементи нейромаркетингу	80
Білоус О.М. Огляд розвитку ІТ-ринку в Україні: можливості та перспективи	81
Боговик Є.А. Історичні аспекти розвитку рекламної діяльності в Україні	82
Божко Д.А. Гипноз или сенсорный маркетинг?	83
Бондаренко А.А. Проблеми розвитку сучасних маркетингових стратегій.....	84
Бондаренко А.А., Шевченко В.М. Омніканальна модель комунікації компанії як ефективний засіб підвищення лояльності споживачів	85
Бондаренко К.Р. Головні тренди в сучасному маркетингу.....	86
Бондаренко К.Р. Створення іміджу бренда за допомогою рекламних персонажів.....	87

Бородіна Є.О. Аналіз факторів, що визначають конкурентоспроможність продукції на ринку	88
Бородіна Є.О. Сучасні особливості та роль брендингу в діяльності компанії	89
Бородіна Є.О., Яременко С.С. Ключові компоненти управління брендом на підприємстві	89
Борчук В.С. Інструменти інтернет-маркетингу	90
Братков А.Ю. Інтернет-маркетинг как искусство.....	91
Бубнова К.Г. Імідж продавця як складова репутації компанії.....	92
Бугаєва Ю.К. Брендинг как современный инструмент маркетинга.....	93
Булгакова Е.О. Особенности психологического воздействия в рекламе.....	94
Бурцева О.А., Шевченко В.М. Удосконалення брендингу корпорації «Біосфера»	95
Валуженич Ю.В. Эффективность деятельности бюджетных медицинских учреждений	97
Ванжа І.Г. Огляд основних тенденцій фармацевтичного ринку України.....	97
Васильев П.Д. Как достичь успеха, используя кросс-маркетинг	98
Васич В.А. Социальные сети как инструмент маркетинга	99
Великодний К.В. Особливості пошукового маркетинга	100
Веремеєнко О.С. Сущность эффективности услуг розничной торговли продовольственными товарами	101
Веремчук І.І. Еволюція інструментів і технологій маркетингу.....	102
Веремчук І.І. Аналіз оптового ринку рису	103
Вешневский А.В. Ключевые тенденции рынка автомобилей	104
Визер В.С. Территориальный маркетинг – инструмент развития территории	105
Виноградов Я.В. Інтегровані маркетингові комунікації підприємства на прикладі ТОВ «Кротон»	106
Вовк А.І. Етапи створення бренду	107
Волкова А.В. Крауд-маркетинг в соціальних мережах	108
Волобуєва Л.Д. Задачи и цели аромамаркетинга	109
Воркун В.Д. Особенности и стратегии партизанского маркетинга	110
Воронина А.Д. Особенности рекламы в разных странах.....	111
Гавреш І.С. Вирусный маркетинг и «сарафанное радио» как инструменты распространения информации	112
Галушка В.К. Основные задачи и этапы воронки продаж.....	113
Галушка В.К. Основные принципы выбора маркетинговой стратегии.....	113
Гапич А.Д. Особенности нейромаркетинга	114
Гаркуша В.А. Кросс-маркетинг, или партнерский маркетинг – перекрестное продвижение	116
Голембійовська Ю.Р. Система якості на підприємстві як фактор конкурентоспроможності.....	117
Голик Є.О. Як сенсорний маркетинг впливає на почуття	117
Головко Д.В. Функции и ключевые задачи CRM- маркетинга.....	118
Головко Д.К. Нетарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності.....	119
Головко Є.І. Види та перспективи використання копірайтингу.....	120
Головченко С.Г. Основні складові маркетингової комунікаційної політики підприємства.....	121
Головченко С.Г. Особливості омніканального моніторингу mystery shopping	122
Головченко С.Г. Покращання системи стимулювання збуту підприємства.....	123

Головчиць Ю.С. Аналіз факторів, які впливають на конкурентоспроможність підприємства.....	124
Голубничая Е.Е. Маркетинг влияния как инструмент увеличения продаж.....	125
Гончарова Д.А. Использование принципов и механизмов человеческого поведения в рекламе	126
Григор'сва О.В. Аналіз тенденцій ринку пшениці	127
Гриньов А.В., Тараненко І.В. 4D брендинг – ключова складова PR стратегії підприємства	128
Гриченко Д.В. Реклама как главный инструмент маркетолога	129
Гродовський О.В. Внутрішній аудит в секторі державного управління: вітчизняний та світовий досвід	130
Груздєва М.В. Технологія СПІН-продажів.....	132
Гукасова К.С., Шевченко В.М. Шляхи та методи підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства	133
Гуржій Я.В. Інструменти трейд-маркетингу	134
Данильчук О.Ю. Реклама бренда и реклама с прямым откликом	135
Дашкевич П.Л. Управление конкурентоспособностью Белорусской железной дороги: ориентация на опережение	136
Демченко М.О. Сучасні маркетингові стратегії.....	137
Демченко Т.Е. Крауд-маркетинг: сутність та особливості використання	138
Демченко Т.Е. Ціна споживання як критерій конкурентоспроможності товару	139
Денисенко В.А. Маркетингова стратегія та її роль в діяльності компанії	139
Денисенко В.А. Параметри конкурентоспроможності підприємства	140
Дзюба І.В. Аналіз стану і тенденцій розвитку ринку м'яса та м'ясопродуктів.....	142
Димченко А.А. Рекламный текст и его влияние на потребителя.....	143
Дмитрієв А.Ю. Соціальна реклама як інструмент соціального маркетингу	144
Дорчі Д.О. Формування територіальних маркетингових стратегій	145
Драган І.О. Особливості формування чинників товарної конкуренції на ринку програмного забезпечення.....	146
Драць К.С. Понятие бренда и его роль в маркетинге	147
Дроб'язко І.В. Історичні передумови розвитку реклами	148
Дубас М.Є. Аналіз українського ринку солі	149
Дудник М.О. Тенденції ринку парфумерії та косметичних засобів	150
Дьоміна А.П. Роль реклами у житті суспільства.....	151
Дякова А.В. Маркетинг влияния: инфлюенсеры и их значимость	152
Дяченко А.М. Аналіз тенденцій ринку борошна в Україні.....	153
Дяченко Д.В. Инстаграм как инструмент продвижения бренда	154
Евтеева А.О. Влияние аромамаркетинга на покупательское поведение.....	155
Елисеева Т.И. Использование аромамаркетинга в деятельности компании	155
Ермаков Я.С. Влияние карантина и последующего мирового кризиса на конкурентоспособность малого и среднего бизнеса	156
Євсєга Н.Ю. Сучасні маркетингові стратегії та можливості їх використання в Україні	157
Євтєєва А.Д. Івент-маркетинг як інноваційний вид маркетингових комунікацій	158
Єгорова Н.П. Маркетингова стратегія та її роль в діяльності компанії	159
Живага В.В. Маркетинг и его влияние на рост доверия потребителя.....	160
Жовненко О.В. Аналіз тенденцій ринку канцелярських товарів.....	161
Жолтенський А.В. Значення маркетингу в діяльності підприємства.....	162

Заратуйченко Т.С. Инструменты продвижения рекламного агентства в социальных сетях.....	163
Захарова А.В. Система чинників, які забезпечують рівень конкурентоспроможності підприємства	163
Земляна Т.С. Емпіричний маркетинг: зв'язок між брендом і споживачем	164
Зинин Р.Р. Оцінка споживачів та постачальників підприємства на ринку моторних мастил	165
Иванец Ю.В. Маркетинг поколених	167
Ивановская С.В. Ключевые рекомендации по использованию нейминга	168
Ильенко П.С. Суть и цели территориального маркетинга.....	169
Іванова Я.С. Особливості планування маркетингової діяльності підприємств в сучасних умовах	170
Іванькова Г.М. Аналіз ринку декоративної косметики України	171
Каварма К.К. Использование сексуального мотива в рекламе	172
Каганович Д.А. Роль цвета в оформлении сайтов.....	173
Кадирус І.Г. Фактори впливу на формування маркетингової системи збуту аграрного підприємства	174
Каменєв О.Ю. Основні заходи щодо реалізації стратегії виведення нового товару на ринок засобів захисту рослин	175
Камуз Ю.В. Франчайзинг в системі маркетингової політики підприємств України.....	176
Камянович М.А. Social Media Marketing и его роль в продвижении	177
Кандалінцева І.В. Роль трейд-маркетингу в ринковій економіці	178
Канцыбка Е.Н. Нейромаркетинг как способ изучения потребительского поведения.....	179
Капітаненко Я.Д. Особливості діджитал-маркетингу.....	180
Карп С.С. Вдосконалення інтернет-просування на прикладі ТОВ ПКФ «Вілюта»	181
Касян С.Я., Гмиря М.С. Маркетингове просування послуг закладів громадського харчування на цільові ринки на прикладі компанії «Франс.уа»	182
Касян С.Я., Ковальова С.П. Соціальні інновації, спрямовані на конкурентне балансування транснаціональних логістичних потоків	183
Кашина А.Є. Особливості використання туристичного маркетингу	184
Кирилюк К.А., Шевченко В.М. Огляд основних тенденцій ринку освітніх послуг	185
Кириченко К.Ю. Маркетинг інновацій як інструмент успішного бізнесу.....	186
Киров В.Д. Роль лояльности потребителя в успешности компаний.....	187
Киянська М.С. Стратегія позиціонування нової продукції на прикладі ТМ «Рудь».....	188
Ключник Р.М. Вплив експорту товарів та послуг на імідж країни.....	189
Клюшник О.О. Значення визначення та вивчення цільової аудиторії при розробці маркетингової digital-стратегії компанії.....	190
Коваленко А.А. Маркетинг влияния: насколько он эффективен?.....	191
Коваленко В.В. Нейромаркетингові дослідження вподобань споживачів	192
Ковальов А.А. Контент-маркетинг в невеликій компанії	193
Ковзолович А.В. Роль социальной рекламы в обществе.....	194
Козирька К.П. Шість психологічних фішок в продажах, які допоможуть вийти на новий рівень	195

Козлова Д.М., Шевченко В.М. Розробка раціональної структури товарного асортименту компанії	197
Кононенко Ю.Е. Особенности основных категорий наружной рекламы.....	198
Котенко А.С. Тенденції розвитку вітчизняного ринку м'яса.....	199
Кошляк Є.Є., Валіков В.П. Впровадження технології штучного інтелекту в логістику підприємства.....	200
Криворучко В.О. Роль дженериків при розширенні асортименту фармацевтичної компанії	201
Кріпак Т.Л. Вірус чи реклама?	202
Крокун С.А. Роботизация бизнес-процессов как технология цифровой трансформации в Республике Беларусь	203
Кругла К.Ю. Аналіз тенденцій товарного ринку на прикладі продовольчих товарів	204
Кружилина П.С. Внутренний маркетинг и его место в компании.....	205
Куга В.В. Особливості розробки SMM-стратегії.....	206
Куделя Є.О. Нейромаркетинг: сутність, технологія і методи	207
Куделя И.В. Анализ построения SMM-воронки.....	208
Кузнецова А.К. Тенденции рынка овощей в Украине.....	209
Кузьменко Д.И. Традиционные методы привлечения клиентов	210
Кузьменко М.О. Провідні канали та інструменти цифрового маркетингу	211
Куликовская Е.А. Предназначение и роль упаковки при продаже товара	212
Кулиниченко Е.В. Анализ тенденций рынка периодических изданий	212
Кулькова О.Д., Шевченко В.М. Ключові системи механізму управління логістичними процесами	214
Кульчинський Д.В. Огляд тенденцій ринку організації корпоративних заходів в Україні	215
Куницкая Е.А. Латеральный маркетинг – технология поиска революционных идей.....	215
Куприй Б.Д. Перспективы использования контент-маркетинга.....	216
Куприянов Б.Р. Задачи и цели интернет-маркетинга.....	217
Курбацька Л.М. Оцінка ефективності маркетингової та збутової діяльності аграрного підприємства.....	218
Курбыко Д.В. Ключевые аспекты развития промышленного комплекса Республики Беларусь	219
Курбыко Д.В. Современные маркетинговые инструменты рационального потребления.....	220
Кургузина А.О. Негативные эмоции в рекламе	221
Кучер А.И. Маркетинговая стратегия сельскохозяйственных предприятий	222
Кучерявий А.М., Шевченко В.М. Основні функції роздрібної торгівлі	224
Кучерявий А.М. Маркетинговий комплекс підприємства роздрібної торгівлі.....	224
Кучугурна Є.В. Ви не обираєте – ваш мозок робить це за вас	225
Кушнір Е.С. Польза и вред от рекламы на телевидении	226
Кушнірова К.І. Психологія кольору в маркетингу	227
Куцова В.С. Монополія як один з видів конкуренції	228
Лакизина М.В. Отличительные элементы маркетинговых концепций	229
Лапшин Н.С. Стратегия экологического маркетинга.....	230
Ларіна Н.А. Формування товарного асортименту як стратегічний елемент діяльності промислового підприємства	231
Лашко Ю.Л. Анализ внутреннего рынка чая в Украине.....	232

Лашко Ю.Л. Сторителлинг в маркетинге и продажах	233
Лебедь А.Д. Бренд как инструмент лояльности	235
Левченко П.В. Аналіз ринку кондитерських виробів	235
Летвищенко І.А. Оцінка конкурентоспроможності підприємства на ринку автосервісу	236
Летвищенко І.А. Сучасні тенденції розвитку автосервісу в Україні	237
Лобанок Б.Д. Аналіз попиту в українських інтернет-магазинах електроніки та побутової техніки	238
Логвінова А.С. Соціальна реклама в Інтернеті: просування сайтів	239
Лозовська В.А. Граючись у брендинг	241
Луценко К.С. Психология цвета. Цветовые решения в маркетинге	242
Лычагина И.Н., Воронина А.Д. Особенности продвижения торговой марки на региональном автомобильном рынке	243
Макаренко В.В. Види діяльності банків і особливості банківського маркетингу ..	243
Макаренко В.В. Фактори підвищення конкурентоспроможності продукції	244
Макарова Н.Н. Инвестиции как фактор повышения конкурентоспособности	245
Макиевская Т.В. Інтернет-маркетинг. Всё гениальное – просто	246
Малашов И.С. История развития рекламной деятельности в Украине	247
Малий Д.В. Упаковка как элемент маркетинговой коммуникационной стратегии предприятия	248
Малкина Д.Р. Основные инструменты интернет-маркетинга	249
Малкович Д.Д. Три маркетинговые «фишки», перевернувшие понятие рекламного хода	250
Мамченко Є.В. Основні стратегії електронного маркетингу	251
Мартиненко А.О. Принципи оцінки конкурентоспроможності в сучасних умовах	252
Масалыкина Д.В. Основные факторы конкурентоспособности студии детского творчества	253
Меланич Е.Л. Анализ современных тенденций рынка кофе в Украине	254
Менделенко В.А. Нейромаркетинг как инструмент влияния на потребителя	255
Меньшикова А.О. Культура обслуговування споживача як критерій підвищення конкурентоспроможності підприємства	256
Мерзлюк В.В. Работа с возражениями как неотъемлемая часть продаж	257
Меркулова А.С. Особенности брендинга	258
Милькевич А.В. Общие требования к основным рекламным материалам	259
Милютин А.А. Поисковый маркетинг как часть мультиканального маркетинга ...	260
Милущенко А.Ю., Маргунова В.И. Анализ рисков инвестиционных решений в корпоративной логистике	261
Мина А.А. Инновационная природа маркетинговых исследований рынка женской одежды	262
Мина А.А. Особенности и инструменты партизанского маркетинга	263
Мирманова Л.С. SWOT-анализ компании-производителя кондитерской продукции на рынке Республики Казахстан	264
Мирошник Е.В. Рыночная сегментация: плюсы и минусы	265
Мирошниченко М.О. Событийный маркетинг: цель оправдывает средства	266
Мілюкова І.І. Ключові тенденції ринку яєць в Україні	267
Міхно Б.Л. Аналіз показників внутрішнього середовища на прикладі ФОП «ReGym»	268
Мішура Д.В. Персоналізація маркетингу	269

Молодан Е.А. Влияние психологии в маркетинге	270
Молодан Е.А. Особенности вирусного маркетинга в off-line	271
Монат М.Є. Інноваційні підходи до підвищення конкурентоспроможності регіонів.....	272
Мороз О.С. Управління маркетингом	273
Мостовая В.А. Тенденции рынка винных изделий.....	274
Мямліна А.В., Макогон К.Д. Використання інфографіки у маркетингових комунікаціях.....	275
Немченко Д.В. Мифы и правда о вирусном маркетинге	276
Нечволод Я.О. Инструменты партизанского маркетинга	277
Нешадым С.С. Telegram как эффективный инструмент маркетинга	278
Никашкина М.О. Роль контент-маркетинга в продвижении товаров и услуг.....	279
Николаева Е.Р. Факторы, влияющие на уровень импульсивной покупки	280
Обрядіна Ю.І. АВС-аналіз та обґрунтування рішень щодо формування асортименту ТОВ «Біо-фарма Лтд»	281
Омельченко О.М. Партизанский маркетинг: продвижение без вложений	282
Орехова О.К. Підходи до формування конкурентних переваг	283
Оришич І.С. Маркетинговий аналіз товару на прикладі компанії Adidas.....	284
Орленко В.М. Брендинг: история и значение	285
Орленко В.М. Диджитализация в маркетинге	286
Остапенко О.А. Рекомендації щодо розвитку соціальних мереж для будівельних гіпермаркетів «Нова Лінія».....	286
Ошийко А.А. Секреты эффективных маркетинговых коммуникаций – 2020	287
Павлов К.В. Институциональная интенсификация производства.....	289
Падалка А.С. Особенности креативной рекламы	290
Пальоха О.В. Проблемні аспекти формування та реалізації економічних інтересів розвитку регіонів	290
Панфьорова Д.Л. Тенденції ринку мінеральних вод, безалкогольних напоїв та фруктових соків.....	292
Панчук В.В. Нейромаркетинг як сучасний метод дослідження споживчих переваг.....	292
Пархоменко Ю.В. Основні стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства.....	293
Пасс А.В., Шевченко В.М. Напрями удосконалення організації, планування і проведення маркетингових досліджень на підприємстві.....	294
Пасько А.І., Пасько М.А. Статистичне прогнозування показників вищої освіти..	295
Пасько А.І., Пасько М.А. Використання економетричних методів у маркетингу вищої освіти	296
Пасько А.І., Пасько М.А. Програма комп'ютерного тестування для маркетологів	297
Пашаева А.Р. Сарафанное радио: всегда ли это плюс?.....	299
Перьян А.С. Проблемы рынка риса в Украине	300
Пивовар И.А. Современные маркетинговые инструменты	300
Пиленко М.И. Преимущества и недостатки вирусного маркетинга	301
Писарева А.С. Партизанский маркетинг: реклама с маленьким бюджетом.....	302
Підгурська В.О. Бренд-менеджмент як інструмент управління конкурентоспроможністю сучасних підприємств	303
Пітько К.Р., Шевченко В.М. Аналіз ринку корпусних меблів в Україні	304
Пітько К.Р. Брендинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності	305

Плаксіє В.В. Нейролінгвістичні канали маркетингового впливу на споживачів	306
Плахтій В. Г. Формування стратегії розвитку виробників паперово-білової продукції на цільових ринках	307
Подгорний Д.Д. Інструменти та стратегії трейд-маркетингу.....	308
Подлесная А.Н. Нейромаркетинг як інноваційний інструмент просування.....	309
Подмогильная Е.С. Причины ухода клиента к конкуренту	310
Подус Д.Е. Конкурентоспособность Украины на мировом рынке.....	
Познякова Т.А., Шевченко В.М. Напрями підвищення конкурентоспроможності України на світовому металургійному ринку.....	311
Полковникова Т.И. Маркетинг «из уст в уста» как инструмент продвижения.....	312
Положай С.В. Украинский производитель металлопластиковых окон Steko: итоги и перспективы развития	313
Поник Ю.А. Унікальна торгова пропозиція як один з методів підвищення конкурентоспроможності підприємства.....	315
Пономаренко В.О. Сучасні особливості трейд-маркетингу	316
Понятовская А.В. Особенности использования контент-маркетинга для продвижения бренда	316
Потіліко Е.О. Сучасні маркетингові технології.....	317
Приймак В.С. Плюси і мінуси реклами в Інтернеті	318
Примас А.С. Параметри конкурентоспроможності підприємства	319
Причина Н.С. Виды и типы конкурентоспособности	320
Проскура В.Р. Маркетинговое планирование деятельности компании	321
Прохорова Є.В. Інструменти digital-маркетингу щодо просування продукту в Інтернет-просторі	322
Прохорович А.О. Формирование личного бренда.....	323
П'ятак А.В. Гендерна дискримінація як проблема сучасної реклами	324
Редька К.С. Digital-маркетинг в современном мире.....	325
Решетняк К.М. Перспективи використання вірусного маркетингу	326
Рибалко В.Ю. Аналіз вподобань споживачів на ринку пива в Україні	326
Рижова В.А. Життєвий цикл товару та особливості маркетингового управління на різних стадіях.....	327
Рубан К.Р. Реклама як головний інструмент маркетолога	328
Рудаков Д.С. Основные принципы дизайна в рекламе.....	329
Сабетова А.М. Управління торговими марками на прикладі асортименту компанії «TRUFF ROYAL».....	330
Садовникова К.А. Маркетинговые методы формирования потребительских предпочтений	331
Самарская Д.В. Роль инфлюенсеров (лидеров мнений) в рекламе.....	332
Саміщенко В.В. Сучасний ринок ювелірних виробів та годинників	333
Самодіна Ю.І. Візуальний мерчандайзинг як інструмент управління роздрібними продажами	334
Самосієнко Л.В. Основні принципи позиціонування	335
Самосієнко Л.В. П'ять кроків формування конкурентоспроможності товару	336
Самсонов А.Д. Вибір і обґрунтування маркетингової стратегії підприємства.....	337
Сапа Н.А. Сучасні підходи до сегментації фармацевтичного ринку.....	338
Сафонов К.Б. Обеспечение конкурентоспособности высшего учебного заведения посредством реализации стратегии маркетинга образовательных услуг	339

Сачко А.Р. Методи дослідження ринку	340
Свитенко К.О. Маркетинг впливу: мікроблогінг.....	341
Семченков Д.Д. Аналіз тенденцій ринку листового скла	342
Сергеев Э.К. Современные маркетинговые инструменты	343
Серегина А.А. Предпосылки и этапы создания бренда	343
Сидоренко І.О. Актуальність менеджменту та маркетингу у сфері туризму в Україні.....	344
Сітало Б.В. Важливість позиціонування товару для складання маркетингового плану.....	345
Скороходова Ю.І. Конкурентоспроможність продукції як чинник успіху підприємства на ринку.....	346
Скороходова Ю.І. Маркетингові рішення при позиціонуванні товару	347
Скрыль Я.В. Сенсорный маркетинг как современный вид продвижения.....	347
Слаута А.С. Анализ тенденций рынка продовольственных товаров (сидр и вина плодово-ягодные)	348
Слободян Б.О. Как экологический маркетинг решает проблемы современности ..	349
Слюсар Л.И. Нейромаркетинг: как исследование мозга помогает брендам продавать.....	350
Снисарь Э.В. Как найти и привлечь свою целевую аудиторию в Instagram?.....	351
Соболь Е.А. Специфические черты нативной рекламы	352
Сова С.О. Стратегия трейд-маркетинга компании ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия»	353
Сотник Д.Б. Виды и приемы аромамаркетинга	354
Стадниченко И.Е. Исследование и анализ жизненного цикла товара.....	355
Стахова К.А. Событийный маркетинг – это не только развлечение	356
Стенько А.С. Нейромаркетинг как ключ к скрытым потребностям покупателя.....	357
Стовбун Д.Ю. Реклама в социальных сетях: преимущества и возможности	358
Субботіна К.А. Розвиток ринку цукру в Україні.....	359
Сулейменко Л.С. Позиціонування компанії Take Organic GmbH на світовому ринку органічних продуктів	360
Супрун Е.С. Маркетинг в социальных сетях.....	361
Супруненко О.Г. Тенденції ринку тютюнових виробів	362
Сыпало В.В. Инструменты и механизмы SMM	362
Сычева А.С. Управление взаимоотношениями с клиентами в маркетинге.....	363
Тараба В.В. Суть и особенности вирусной рекламы	365
Терентьева И.В. Железная дорога на пороге конкуренции	366
Терещенко В.С. Роль маркетингу в ринковій діяльності сучасної фірми	366
Тесленко К.С. До питання вивчення теоретичних основ конкурентоспроможності підприємств	367
Тесленко Ю.Ю. Поняття диджитал-стратегії та її роль у маркетингу.....	368
Тібуа К.Т. Шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції промислового підприємства.....	370
Ткалич Ю.О. Формування асортименту товарів на оптово-роздрібних торгових підприємствах	371
Товкун К.В. Маркетингові комунікації у сфері освіти.....	372
Третяк В.В. Суть та основна мета здійснення PR.....	373
Трофименко О.С. Интернет-маркетинг: эффективные пути решения	374

Трунов В.О. Формування довіри клієнтів за допомогою інструментів вірусного маркетингу.....	375
Трускова Ю.Д. Аналіз світових та вітчизняних тенденцій ринку кави	376
Туманова Г.В. Аналіз ринку хліба та хлібобулочних виробів на прикладі Дніпропетровської області	377
Удалова В.А. Бренд: сущность и значение	379
Уласевич И.В. Современные технологии интеграции брендов	380
Уласевич І.В. Інтернет-магазин – перспективна форма комерційного підприємства.....	381
Ульякова А.В. Психологічні особливості продажу товарів.....	382
Уманов Р.І. Аналіз тенденцій ринку м'яса та м'ясних продуктів	383
Уртмінцев М.В. Інноваційна діяльність на прикладі ТОВ «Вог Рітейл»	384
Усик А.Д. Особливості використання інтернет-маркетингу для просування товарів.....	385
Федуненко К.А. Креативность как условие успеха партизанского маркетинга.....	386
Федутенко Я.Д. Методи та інструменти цифрового маркетингу в системі просування продукції	387
Федьора С.С. Особливості організації маркетингової діяльності на підприємстві	388
Філатова О.Р. Нейромаркетинг як інструмент впливу на поведінку споживачів...	390
Хачатрян К.А. Особливості соціального маркетингу	390
Хачатрян М.Г. Техніки активних продажів на B2B та B2C ринках	391
Химчик А.О., Шевченко В.М. Формування товарного портфеля виробничого підприємства.....	392
Хлобустова А.О. SMM як ефективний засіб розвитку бренда.....	393
Хмелініна К.Ю. Вплив рекламної діяльності на ефективність підприємства.....	394
Ходова Д.В. Instagram як дієвий інструмент просування	395
Хрипко Д.О. Диджитализация как инструмент повышения конкурентоспособности рынка банковских услуг в Украине	396
Хрипко Д.О., Шевченко В.М. Реклама в Интернете как способ продвижения товара.....	398
Христич Е.В. Стратегическая роль торгового маркетинга.....	399
Царьова Ю.О. Розвиток рекламної діяльності в Україні	400
Цвиринько Т.Е. Стратегическое управление брендом компании в современных условиях.....	401
Цепа В.О. Кросс-маркетинг – перекрестное продвижение.....	402
Чернова О.В. Основные проблемы инновационного развития промышленности Республики Беларусь	403
Черноверська А.С. Показники оцінки ефективності внутрішнього маркетингу....	404
Чесникова К.Д., Макогон К.Д. Сутність рекламної діяльності туристичного підприємства.....	405
Чиненова П.Э. Латеральный маркетинг: методология разработки новых продуктов	406
Чубанова В.Р. Сучасні можливості вірусного маркетингу	407
Чучина В.В. Стратегии торгового маркетинга.....	408
Шайхутдинова Э.Р. Актуальные тенденции развития интернет-маркетинга.....	408
Шалигіна А.О. Маркетинг в соціальних мережах: переваги та недоліки	409
Шатіна А.Д. Прямий маркетинг в системі маркетингових комунікацій.....	410

Швецова А.Р. Удосконалення організації інтермодальних перевезень пасажирів в приміському та міському сполученні	412
Шевцова А.В. Бренд – важний інструмент в діяльності підприємства	413
Шевцова Е.С. Потенціал розвитку ринку транспортно-логістических услуг в Україні	414
Шевченко В.О. Партизанські інструменти маркетингу	415
Шилина М.В., Тараненко И.В. Экологический маркетинг в современном обществе	416
Шинкаренко Е.А. Специфика создания и распространения политической рекламы	417
Шкідіна Н.В. Гендерна нерівність в рекламі.....	418
Шкуда Д.А., Маргунова В.И. Анализ индекса эффективности логистики в Республике Беларусь и странах Таможенного союза.....	419
Шналь Е.К. Формирование личного бренда как инструмент маркетинга личности	420
Шрам О.Е. CRM-маркетинг на примере YouTube.....	421
Шукліна В.А. Класифікація видів продажів.....	422
Шукліна В.А., Плаксіє В.В. Міжнародний маркетинг у системі маркетингових відносин	423
Шульга І.В., Мільчева В.В., Голодониук О.М. Маркетингове управління конкурентоспроможністю продукції виноробних підприємств.....	424
Шуляк А.О. Геймификация как способ привлечения целевой аудитории	425
Шуляк А.О., Шевченко В.М. Навчання за кордоном: аналіз основних конкурентів на ринку освітніх послуг	426
Щемелева Е.В. Учет маркетинговой деятельности в формировании стоимости активов организации	428
Юрченко Д.Р. Ключевые проблемы стратегического маркетинга.....	429
Ягодинская Д.В. Современные особенности контент-маркетинга	430
Ягупова К.В. Роль аромамаркетингу на прикладі компанії «Yves Rocher».....	431
Язикова О.М. Конкурентоспроможність підприємства «Vodafone Україна» на ринку телекомунікаційних послуг	432
Яйчунов В.О. Латеральний маркетинг як інструмент пошуку нових напрямів розвитку	433
Якубова М.С., Маргунова В.И. Логистический процесс на складе и пути его оптимизации.....	434
Яременко С.С., Черніченко В.В. Розробка комплексу заходів з просування послуг салону краси в мережі Інтернет	435
Ярмоленко Н.Ю. Рынок топлива в Украине: основные тенденции	437