

**ПРОГРАМА ЧОТИРНАДЦЯТОЇ НАУКОВОЇ  
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ МІЖВУЗІВСЬКОЇ НАУКОВОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
«МОЛОДЬ ОПАНОВУЄ МАРКЕТИНГ» ІМ. ІГОРЯ ТКАЧЕНКА**

**24-25 травня 2019 року  
м. Київ, проспект Перемоги 54/1,  
головний корпус ДВНЗ КНЕУ  
ауд.334**

**24 травня**

- 9.30-10.00** – Реєстрація учасників конференції  
**10.00-10.15** – Вітальне слово президента Української Асоціації Маркетингу Ірини Лилик  
**10.15-10.30** – Вітальне слово спонсорів та організаторів конкурсу  
**10.30-11.00** – Нагородження переможців конкурсу Молодь опановує маркетинг імені Ігоря Ткаченко  
**11.00-11.20** – Перерва на кава-паузу

**ВИСТУПИ УЧАСНИКІВ КОНФЕРЕНЦІЇ**

- 11.20-11.35** Олександра Атаманюкова, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків. Аналіз та підтримка конкурентних переваг продукції безалкогольних напоїв на прикладі ПП «Кока-Кола Беверіджиз Україна»  
**11.35-11.50** – Мар'ян Батюк, Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне. Посилення конкурентних переваг в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства  
**11.50-12.05** – Катерина Бензелюк, Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету. Дослідження перспективних напрямків позиціонування підприємства та його товарів на ринку  
**12.05-12.20** – Олена Березовська, Університету імені Альфреда Нобеля. Розробка заходів з впровадження цифрових технологій в систему інтегрованих маркетингових комунікацій підприємства на основі маркетингового дослідження  
**12.20-12.35** – Євгенія Копейкіна, Дніпровський державний технічний університет. Дослідження поведінки споживачів на ринку освітніх послуг.  
**12.35-12.50** – Антон Крулевський, Тернопільський національний економічний університет. Маркетингове дослідження доцільності впровадження відділу маркетингу у вищі навчальні заклади (на прикладі Тернопільського національного економічного університету).  
**12.50-13.00** – Юлія Малікова, Катерина Панчишна, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна. Маркетингове дослідження лояльності споживачів на основі індексу споживчої підтримки (NPS)

**13.00 -14.00** Обід

- 14.00-14.15** – Анастасія Марковська, Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету. Ефективність реклами на телебаченні» (на прикладі ТОП-5 каналів України у м. Вінниця)  
**14.15-14.30** – Марія Михайлова, Таврійський державний агротехнологічний університет. Результати маркетингового дослідження поведінки споживача ресторану «Хінкальня» м. Мелітополя (червень-липень 2018 р.)  
**14.30-14.45** – Олександра Мовчан, Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро Маркетингова діяльність підприємства та можливі шляхи її вдосконалення  
**14.45-15.00** – 12. Тетяна Пампура, Житомирський національний агроєкологічний університет, м. Житомир, Соціологічне дослідження споживчих мотивацій як основи формування комунікаційної політики  
**15.00-15.15** - Світлана Панькова, Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету. Сучасний стан та тенденції виходу підприємства на міжнародні ринки.  
**15.15-15.30** – Ольга Пермінова, Анастасія Сороката, Національний університет «Львівська політехніка». Соціальний маркетинг в ефективному управлінні молодіжними громадськими організаціями  
**15.30-15.45** – Михайло Різніченко, Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро. Розробка заходів з впровадження digital-маркетингу підприємства на основі маркетингового дослідження

**15.45-16.00 - Максим Розводовський, Уманський національний університет садівництва.** Стан та тенденції розвитку ринку технічних культур в Україні

**16.00-16.15 – Анна Тичинська, Донецький національний університет імені Василя Стуса».** Дитячий маркетинг

**16.15-16.30 – Дмитрій Іванов, Анастасія Фаєва, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна.** Исследование рынка дополнительных образовательных услуг в сфере маркетинга в городе Харькове

**16.30-16.45 - Олена Яценко, Університет імені Альфреда Нобеля.** Обґрунтування маркетингової стратегії та розробка заходів щодо її реалізації на основі маркетингового дослідження» (за матеріалами консалтингової компанії «STOSEC»)

**25 травня**

10.00-14.00 Наукові дискусії