



**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
ГО «ОБ'ЄДНАННЯ МАРКЕТОЛОГІВ УКРАЇНИ»**

Україна – Італія – Литва – Німеччина – Польща – Туреччина – Чехія

ПРОГРАМА

**Міжнародної науково-практичної конференції
«СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ НА
ЗЛАМІ ЕПОХ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ВИКЛИКИ»**

23 ЖОВТНЯ

КИЇВ – 2025



**СКЛАД
ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ**

**Міжнародної науково-практичної конференції
«Стратегічне управління бізнесом на зламі епох: тенденції та виклики»**

23 жовтня 2025 року

Голова оргкомітету:

Володимир БУГРОВ – ректор Київського національного університету імені Тараса Шевченка (м. Київ, Україна)

Заступники голови оргкомітету:

Анжела ІГНАТЮК – доктор економічних наук, професор, декан економічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка (м. Київ, Україна);

Алла СТАРОСТИНА – доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу і бізнес-адміністрування Київського національного університету імені Тараса Шевченка; член правління ГО «Об'єднання маркетологів України» (м. Київ, Україна);

Олена КАНІЩЕНКО – доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу і бізнес-адміністрування Київського національного університету імені Тараса Шевченка; член правління ГО «Об'єднання маркетологів України» (м. Київ, Україна);

Олена БІЛОВОДСЬКА – доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу і бізнес-адміністрування Київського національного університету імені Тараса Шевченка (м. Київ, Україна)

Члени оргкомітету:

Людмила АНІСІМОВА – кандидат фізико-математичних наук, доцент, заступник декана економічного факультету з наукової роботи та міжнародного співробітництва Київського національного університету імені Тараса Шевченка (м. Київ, Україна);

Наталія РУДЕНКО – кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу і бізнес-адміністрування Київського національного університету імені Тараса Шевченка (м. Київ, Україна);

Міжнародна науково-практична конференція
«Стратегічне управління бізнесом на зламі епох: тенденції та виклики»



Олена БОЧКО – доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу і логістики НУ «Львівська політехніка», Голова Львівського осередку ГО «Об'єднання маркетологів України» (м. Львів, Україна);

Ірина БУДНІКЕВИЧ – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, Голова Чернівецького осередку ГО «Об'єднання маркетологів України» (м. Чернівці, Україна);

Бернардас ВАЗНОНІС – доктор економічних наук, професор, декан факультету розвитку біоекономіки Аграрної академії Університету Вітаутаса Магнуса (м. Каунас, Литва);

Назар ГЛИНСЬКИЙ – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу і логістики НУ «Львівська політехніка» (м. Львів, Україна);

Галина ЗАЯЧКОВСЬКА – доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та менеджменту Хмельницького кооперативного торговельно-економічного університету, Голова Хмельницького осередку ГО «Об'єднання маркетологів України» (м. Хмельницький, Україна);

Дар'я ЛЕГЕЗА – доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету (м. Київ, Україна);

Мар'яна МАЛЬЧИК – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Національного університету водного господарства та природокористування, Голова Рівненського осередку ГО «Об'єднання маркетологів України» (м. Рівне, Україна);

Володимир МОМОТ – доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту Університету імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро, Україна);

Петро ПЕРЕРВА – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин НТУ «Харківський політехнічний інститут» (м. Харків, Україна);

Діана РАЙКО – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу НТУ «Харківський політехнічний інститут» (м. Харків, Україна);

Євгеній РОМАТ – доктор наук з державного управління, професор, професор кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Київського національного університету імені Тараса Шевченка, член правління ГО «Об'єднання маркетологів України» (м. Київ, Україна);

Міжнародна науково-практична конференція
«Стратегічне управління бізнесом на зламі епох: тенденції та виклики»



Ірина ТРУНІНА – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту і маркетингу Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського, Голова Полтавського осередку ГО «Об'єднання маркетологів України» (м. Кременчук, Україна);

Наталія ТЮХТЕНКО – доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту та інновацій Одеського національного університету імені І.І. Мечникова, Голова Херсонського осередку ГО «Об'єднання маркетологів України» (м. Одеса, Україна);

Наталія ЧУПРИНА – доктор економічних наук, професор, декан факультету економіко-гуманітарних наук та права ННІ «Український державний хіміко-технологічний університет» Українського державного університету науки і технологій, виконавчий директор ГО «Об'єднання маркетологів України» (м. Дніпро, Україна);

Олена БОЄНКО – кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу та бізнес-аналітики Донецького національного університету імені Василя Стуса (м. Вінниця, Україна);

Тетяна ГОРОХОВА – доктор філософії, дослідниця Центру передових Інтернет досліджень (м. Бохум, Німеччина);

Наталія КОЧКІНА – кандидат економічних наук, доцент, науковий співробітник Університету Кальярі (м. Кальярі, Італія);

Ольга ПРИГАРА – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу і бізнес-адміністрування Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кафедра бізнес-менеджменту, Університет Масарика (м. Брно, Чехія);

Вікторія ЖУРИЛО – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу і бізнес-адміністрування Київського національного університету імені Тараса Шевченка (м. Київ, Україна);

Людмила ЯРОШ-ДМИТРЕНКО – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу і бізнес-адміністрування Київського національного університету імені Тараса Шевченка (м. Київ, Україна);

Ніколь ДАНИЛОВА – кандидат економічних наук, голова Асоціації управління відходами (м. Київ, Україна), радник компанії ІТС (Туреччина);

Владислав РЯБЕНКО – директор ТОВ «Агріхол Захід» (м. Київ, Україна);

Дмитро СОРОЧАН – кандидат економічних наук, доцент, начальник відділу маркетингу ТОВ «ПК «ПОЖМАШИНА» (м. Київ, Україна);

Наталія ШИМАНОВИЧ – директор з маркетингу, ТОВ «Кнауф Гіпс Київ» (м. Київ, Україна)

Міжнародна науково-практична конференція
«Стратегічне управління бізнесом на зламі епох: тенденції та виклики»



Секретарі оргкомітету:

Яна ДЕРБЕНЬОВА – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу і бізнес-адміністрування Київського національного університету імені Тараса Шевченка, голова Ради молодих вчених економічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка (м. Київ, Україна);

Владислав ДЖУС – асистент кафедри маркетингу і бізнес-адміністрування Київського національного університету імені Тараса Шевченка, член Молодіжної ради при Міністерстві економіки України (м. Київ, Україна)



РЕГЛАМЕНТ РОБОТИ КОНФЕРЕНЦІЇ

23 жовтня 2025 року

Онлайн за посиланням

<https://us06web.zoom.us/j/84108905440?pwd=ePum6TbZsePzHBzK7iWuMUk28bMvnF.1>

Ідентифікатор конференції: 841 0890 5440

Код доступу: 112233

Регламент доповіді – до 10 хв, участі в дискусії – до 5 хв

Вступне слово

11:30

Алла СТАРОСТИНА, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу і бізнес адміністрування, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Заслужений діяч науки і техніки України, кавалер ордена княгині Ольги III ступеня

Вітальне слово

11:40

Володимир БУГРОВ, ректор Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Заслужений працівник освіти України

Анжела ІГНАТЮК, доктор економічних наук, професор, декан економічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Заслужений економіст України

Бернардас ВАЗНОНІС – доктор економічних наук, професор, декан факультету розвитку біоекономіки Аграрної академії Університету Вітаутаса Магнуса (м. Каунас, Литва)

Міжнародна науково-практична конференція
«Стратегічне управління бізнесом на зламі епох: тенденції та виклики»



Пленарне засідання 12:00-15:30

Модератор: Яна ДЕРБЕНЬОВА, кандидат економічних наук, доцент

12:00

Андрій ДЛІГАЧ, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри маркетингу і бізнес адміністрування, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Стратегічний маркетинг в умовах війни

12:10

Jakub PROCHÁZKA, PhD, Associate Professor, Ing. Mgr., Head of the Department of Business Economics and Management, Masaryk University, Czech Republic

Well-being and Mental Health at Workplace: Trends and Challenges

12:20

Giuseppe MELIS, Full Professor, Department of Economics and Business Sciences, University of Cagliari, Italy

How Co-Creation Has Changed the Marketing Paradigm

12:30

Наталія КОЧКІНА, кандидат економічних наук, доцент, науковий співробітник, Університет Кальярі, Італія

When Ukraine Meets Europe: The First Steps Toward Sustainable Marketing Education

12:40

Карло АДАМІ, PhD, фінансовий аташе Посольства Італійської Республіки в Нью-Делі

12:50

Ірина ТРУНІНА, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту і маркетингу, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

Освітні програми як конкурентна перевага в маркетинговій діяльності закладів вищої освіти



13:00

Alessio PARRINO, MSc in Business and Economics, Bocconi University,
Parrino Oil Riserva

Opportunities for Applying AI in Marketing in the EMEA Region

13:10

Максим СИТНИЦЬКИЙ, доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної
діяльності, Київський національний університет імені Тараса
Шевченка; Університет Західної Вірджинії (Сполучені Штати Америки)

***Стратегічне управління підприємницькими університетами:
американський досвід та українська перспектива***

13:20

Ernesto TAVOLETTI, PhD, Associate Professor, Department of Political
Sciences, Communication and International Relations, University of
Macerata, Italy

***Managing Large Vaguely Defined Crowdsourced Coauthor Teams:
Insights from the X-Culture Project***

13:30

Prateek KALIA, PhD, Assistant Professor, Department of Business
Economics and Management, Masaryk University, Czech Republic

Cellulographics© : the road ahead

13:40

Михайло ТАРАСЮК, доктор економічних наук, професор, професор
кафедри менеджменту, маркетингу та підприємництва, Національний
університет «Києво-Могилянська академія»

***Інтелектуальні системи підтримки прийняття рішень у
стратегічному маркетингу***

13:50

Євгеній РОМАТ, доктор наук з державного управління, професор,
професор кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, Київський
національний університет імені Тараса Шевченка

***Трансформація маркетингових комунікацій суб'єктів публічного
маркетингу***



14:00

Наталія ТЮХТЕНКО, доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту та інновацій, Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Лідерство і партнерські відносини як адаптивні чинники в умовах глобальних трансформацій сучасності

14:10

Сергій ІЛЛЯШЕНКО, доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доктор хабілітований, професор, Економіко-гуманітарний університет, м. Бельсько-Бяла, Польща

Трансформація поведінки українських споживачів в умовах формування цифрової економіки

14:20

Діана РАЙКО, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Роль соціальної відповідальності у формуванні довгострокових стратегічних партнерств бізнесу та суспільства

14:30

Ніколь ДАНИЛОВА, кандидат економічних наук, голова Асоціації управління відходами (м. Київ, Україна), радник компанії ІТС (Туреччина)

Особливості бізнес-середовища країн Близького Сходу

14:40

Олексій ВАРЕНИКІН, експерт-консультант з бізнес-адміністрування (Польща)

Особливості ведення бізнесу в Республіці Польща

14:50

Олена БІЛОВОДСЬКА, доктор економічних наук, професор, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Внутрішній маркетинг суб'єктів господарювання як інструмент стратегічного управління

Міжнародна науково-практична конференція
«Стратегічне управління бізнесом на зламі епох: тенденції та виклики»



15:00

Ірина БУДНІКЕВИЧ, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Інноваційні маркетингові практики в стратегіях сталого розвитку територій

15:10

Олена КАНІЩЕНКО, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу і бізнес адміністрування, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Ефективність управління міжнародними маркетинговими проектами

15:20

Cemal OKUYAN, Doctor, Professor, Balikesir University, Balikesir, Turkey

Metin AKBULUT, Doctor, Professor, Balikesir University, Balikesir, Turkey

Наталія ЧУПРИНА, доктор економічних наук, професор, декан факультету економіко-гуманітарних наук та права Українського державного університету науки і технологій

Artificial Intelligence in Marketing: a Bibliometric Analysis (2015–2025)



УЧАСНИКИ ДИСКУСІЇ:

СЕКЦІЯ 1

ТРАНСФОРМАЦІЯ ПОВЕДІНКИ РИНКОВИХ СУБ'ЄКТІВ В УМОВАХ ГЕОПОЛІТИЧНИХ ВИКЛИКІВ ТА ДИДЖИТАЛІЗАЦІЇ

БЕРЕГОВЕНКО Дмитро, аспірант, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Сучасні моделі поведінки споживачів: порівняльний аналіз та перспективи вдосконалення

БОГАЦЬКА Наталія, кандидат економічних наук, доцент, Вінницький торговельно-економічний інститут Державного торговельно-економічного університету

Особливості функціонування соціальних підприємств в умовах геополітичних викликів та диджиталізації

БОЖКОВ Дмитро, доктор філософії, Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ТЕТЬОРКІН Олександр, аспірант, Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ГРЕЧАНІЧЕНКО Олександр, аспірант, Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

Main Characteristics of Marketing Risks

ГЕРАСИМЕНКО Ірина, кандидат економічних наук, доцент, Білоцерківський національний аграрний університет

МУЗИКА Аліна, студентка, Білоцерківський національний аграрний університет

Методичні підходи для забезпечення комплексної оцінки фінансового стану підприємства

ДЯТЛОВА Валентина, доктор економічних наук, професор, Приазовський державний технічний університет

РОДІН Микола, студент, Приазовський державний технічний університет

Features of Tourism Company Management in the Conditions of Digital Development

ЄВСЄЄВ Андрій, аспірант, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Економічне обґрунтування способу комерціалізації промислових інновацій

Міжнародна науково-практична конференція
«Стратегічне управління бізнесом на зламі епох: тенденції та виклики»



ЗАЯЧКОВСЬКА Галина, доктор економічних наук, професор,
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут
***Трансформація поведінки туроператорів та турагентів в умовах
діджиталізації***

ЗАЯЧКОВСЬКА Галина, доктор економічних наук, професор,
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут
ГОЦАЛЮК Олександр, аспірант, Хмельницький кооперативний
торговельно-економічний інститут
***Глобальні тренди цифровізації маркетингу в торгівлі: можливості
для українських підприємств***

ЗАЯЧКОВСЬКА Галина, доктор економічних наук, професор,
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут
ТЕЛЯЧИЙ Вадим, аспірант, Хмельницький кооперативний торговельно-
економічний інститут
***Цифрова трансформація маркетингової діяльності підприємств у
післявоєнний період: виклики та можливості***

ЗРИБНЄВА Ірина, доктор економічних наук, професор, Чернівецький
національний університет імені Юрія Федьковича
***Інституційні та корпоративні аспекти розвитку нетворкінгу в
сучасних умовах бізнесу***

КОБЕЛЄВА Тетяна, доктор економічних наук, професор, Національний
технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
КЛИМЕНТОВА Марія, аспірантка, Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
***Роль цінових факторів в маркетинговому забезпеченні результатів
науково-технічної діяльності***

КОСЕНКО Андрій, кандидат економічних наук, професор, Національний
технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
КОБЕЛЄВ Валерій, кандидат економічних наук, доцент, Національний
технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
***Маркетингове забезпечення просування на ринок інформаційних
технологій***

КРАСНЯК Олена, кандидат економічних наук, доцент, Вінницький
торговельно-економічний інститут Державного торговельно-
економічного університету
Геополітичні ризики та їх вплив на підприємницьку діяльність

Міжнародна науково-практична конференція
«Стратегічне управління бізнесом на зламі епох: тенденції та виклики»



КУЧІНА Світлана, кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ВЕРЮТІНА Вікторія, старший викладач, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Діджиталізація бізнес-процесів на підприємствах хімічної галузі України

КУЧКОВА Ольга, кандидат економічних наук, доцент, Український державний університет науки і технологій

БІЛОУСОВ Ярослав, аспірант, Український державний університет науки і технологій

Моделювання трансформації ефективності діяльності підприємств на основі інтелектуальних інформаційних систем

КУЧКОВА Ольга, кандидат економічних наук, доцент, Український державний університет науки і технологій

ЖИВЦОВ Валентин, аспірант, Український державний університет науки і технологій

Цифрова трансформація ланцюгів постачання в умовах геополітичних викликів

МАЙСТРО Руслана, кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Діджиталізація процесів як інструмент розвитку підприємств в умовах війни

МАЛЬЧИК Мар'яна, доктор економічних наук, професор, Національний університет водного господарства та природокористування

МЕЛЬНИК Світлана, студентка, Національний університет водного господарства та природокористування

LinkedIn Outreach як інструмент впливу на процеси прийняття рішень у B2B-сегменті

НАБОК Інна, кандидат економічних наук, доцент, Державний університет «Київський авіаційний інститут»

КРАВЦОВ Андрій, аспірант, Державний університет «Київський авіаційний інститут»

Адаптація українського IT-сектору до геополітичних викликів і цифрових трансформацій

НІКІШИНА Оксана, доктор економічних наук, старший науковий співробітник, ДУ «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України»

Трансформація поведінки суб'єктів ринку молочних продуктів у регіонах України в умовах війни

Міжнародна науково-практична конференція
«Стратегічне управління бізнесом на зламі епох: тенденції та виклики»



НІКУЛЬЧА Валентин, кандидат економічних наук, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

ГАВРИШ Ірина, кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

НІКУЛЬЧА Юрій, студент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Інтегрований підхід у програмах лояльності: роль омніканальності у покращенні клієнтського досвіду

НОВІК Ірина, кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Negotiations as the Main Method of Diplomatic Activity in the International Economic Relations

ПЕРЕРВА Петро, доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ЧЕРНІКОВА Катерина, студентка, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Дослідження факторів стимулювання інноваційної діяльності в поствоєнній відбудові України

ПОНОМАРЬОВ Владислав, аспірант, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Фактори ефективності діяльності промислового підприємства в поствоєнній економіці

ПРУШКІВСЬКА Емілія, доктор економічних наук, професор, Національний університет біоресурсів і природокористування України

Цифрова трансформація і соціальна орієнтація бізнесу: пошук балансу між ефективністю та суспільними цінностями

РЯБЧИК Алла, кандидат економічних наук, доцент, Національний університет біоресурсів і природокористування України

Маркетингова продуктова стратегія підприємства на зарубіжних ринках в епоху діджиталізації: можливості та проблеми

РЯБЧИК Алла, кандидат економічних наук, доцент, Національний університет біоресурсів і природокористування України

СЯОХАН Се, аспірант, Національний університет біоресурсів і природокористування України

Роль цифрового маркетингу у формуванні конкурентоспроможності китайського виробника чаю на українському ринку

Міжнародна науково-практична конференція
«Стратегічне управління бізнесом на зламі епох: тенденції та виклики»



СВИЩУК Ірина, асистент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Креативні індустрії як інструмент економічної стійкості держави в умовах геополітичної нестабільності

СИТНИЦЬКА Світлана, аспірантка, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Креативне фінансове лідерство в умовах геополітичних викликів та діджиталізації

СТАРОСТИНА Алла, доктор економічних наук, професор, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ПАНАСЮК Юлія, аспірантка, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Marketing Consulting under Flexible Emergency Decision-Making (FEDM): Enhancing Organizational Resilience in BANI Environments

ТКАЧОВ Максим, кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

КОБЕЛЄВ Іван, студент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

КОСЕНКО Софія, студентка, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Складові правового механізму діджиталізації виробничих процесів

ТОМАШЕВСЬКИЙ Юрій, кандидат економічних наук, доцент, Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Ґжицького

Цифровий маркетинг як інструмент стратегічного управління бізнесом у новій економічній реальності

ТЮХТЕНКО Наталія, доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту та інновацій, Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

РЯБОКОНЬ Альона, викладач, Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Модель CapSEM як інструмент стратегії екологічного менеджменту підприємства у контексті переходу до сталого розвитку

ФЕНЬ Катерина, кандидат економічних наук, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Інноваційні підходи до зниження ризикованості маркетингу: цифровізація та інституціоналізація програм лояльності

Міжнародна науково-практична конференція
«Стратегічне управління бізнесом на зламі епох: тенденції та виклики»



ХОМЕНКО Інна, доктор економічних наук, доцент, Національний університет «Чернігівська політехніка»

ТИТАРЕНКО Катерина, студентка, Національний університет «Чернігівська політехніка»

Вірусний маркетинг: створення контенту, який поширюють самі користувачі

ЧЕРНИШЕВА Олена, кандидат економічних наук, доцент, Український державний університет науки і технологій

Передумови трансформації стратегічного управління підприємствами переробної промисловості України

ЧЕРНИШЕНКО Олена, аспірантка, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Формування напрямків економії виробничих витрат

ЧУПРИНА Наталія, доктор економічних наук, професор, Український державний університет науки і технологій

БОБИЛЄВ Іван, аспірант, Український державний університет науки і технологій

Трансформація стратегій управління торговельними мережами України під впливом геополітичних викликів

ЯГЕЛЬСЬКА Катерина, доктор економічних наук, професор, Державний торговельно-економічний університет

КНЯЗЄВ Альберт, студент, Державний торговельно-економічний університет

Виклики та перспективи розвитку fast fashion на прикладі ZARA

СЕКЦІЯ 2

СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ В УМОВАХ ПЕРЕХОДУ КРАЇН НА МОДЕЛЬ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

БУДНІКЕВИЧ Ірина, доктор економічних наук, професор, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

КРУПЕННА Інга, кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Комплексний маркетинг і сталий розвиток міста у досвіді Нью-Йорка

ВАСЮТА Вікторія, кандидат технічних наук, доцент, Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

СТАСОВСЬКА Юліана, студентка, Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Соціально відповідальний маркетинг як чинник конкурентоспроможності бізнесу в умовах сталого розвитку

Міжнародна науково-практична конференція
«Стратегічне управління бізнесом на зламі епох: тенденції та виклики»



ГЕРАСИМЕНКО Ірина, кандидат економічних наук, доцент,
Білоцерківський національний аграрний університет

Вплив концепції сталого розвитку на формування маркетингової стратегії підприємства

ДЕРБЕНЬОВА Яна, кандидат економічних наук, доцент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Виклики та виміри соціальної відповідальності українського бізнесу в умовах війни

ДЖУС Владислав, асистент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ДЖУС Марк, студент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Сталі практики відповідальної взаємодії бізнесу та споживачів: напрями й основні протиріччя

ДОВГАНЬ Юрій, кандидат економічних наук, доцент, Вінницький торговельно-економічний інститут Державного торговельно-економічного університету

Маркетингова логістика сталого розвитку як інтегрована концепція управління бізнесом

ЗАЙКА Юлія, кандидат економічних наук, доцент, Приазовський державний технічний університет

Інтегрування принципів сталого розвитку в маркетингові стратегії підприємств

КЛИМОВ Максим, аспірант, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Моніторинг ефективності стратегій маркетингу просування освітніх послуг

КОСЕНКО Олександра, доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ТКАЧОВА Надія, кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Особливості маркетингу в умовах сталого розвитку України

КОЧКІНА Наталія, кандидат економічних наук, доцент, науковий співробітник, Університет Кальярі, Італія

ЛЕСКОВЕЦЬ Яна, студентка, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Positioning Traditional Gluten-Free Breads for Sustainable Consumption: the Case of Sardinian Pane Carasau in Ukraine

Міжнародна науково-практична конференція
«Стратегічне управління бізнесом на зламі епох: тенденції та виклики»



ОНИЩЕНКО Вікторія, кандидат технічних наук, доцент, Український державний університет науки і технологій

Стратегії подолання інформаційної втоми у B2C-комунікації

ПОЛОУС Ольга, доктор економічних наук, доцент, Державний університет «Київський авіаційний інститут»

МАРИНІНА Олена, студентка, Державний університет «Київський авіаційний інститут»

Стратегії контент-маркетингу компаній медіаіндустрії в умовах цифрових трансформацій

РАДЧЕНКО Ганна, кандидат економічних наук, доцент, Державний університет «Київський авіаційний інститут»

МАРИНІН Дмитро, аспірант, Державний університет «Київський авіаційний інститут»

Цифрова етика у використанні Big Data: баланс між маркетинговими цілями та соціальною відповідальністю

РУДЕНКО Наталя, кандидат економічних наук, доцент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

МАТЮХА Катерина, студентка, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Соціально відповідальний маркетинг в епоху покоління Z та глобального переходу до сталого розвитку: регіональний аспект

РЯБЧИК Алла, кандидат економічних наук, доцент, Національний університет біоресурсів і природокористування України

ПОЛОВИНЧЕНКО Вадим, аспірант, Національний університет біоресурсів і природокористування України

Соціально відповідальний маркетинг у розвитку ринку альтернативної енергетики

ЧАПЛІНСЬКИЙ Юрій, кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

ЧАПЛІНСЬКА Катерина, студентка, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Принципи етичної поведінки та прозорості у маркетинговому ціноутворенні

ЮРІЙ Тетяна, кандидат економічних наук, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Вплив цифрових технологій на ефективність комунікацій у сфері соціально відповідального маркетингу



ЯГЕЛЬСЬКА Катерина, доктор економічних наук, професор, Державний торговельно-економічний університет

КОСТЕНКО Анна, студентка, Державний торговельно-економічний університет

Соціальна відповідальність бізнесу як елемент бренд-менеджменту

СЕКЦІЯ 3
МОЖЛИВОСТІ ТА ОБМЕЖЕННЯ ЗАСТОСУВАННЯ
ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МАРКЕТИНГУ

АБАЗАРИС Яна, викладач, ВСП «Запорізький гідроенергетичний фаховий коледж ЗНУ»

Штучний інтелект у маркетингу: інноваційні можливості та етичні обмеження використання

БОЄНКО Олена, кандидат економічних наук, доцент, Донецький національний університет імені Василя Стуса

Трансформація клієнтського досвіду через інтеграцію ШІ-чат-ботів: можливості оптимізації та етично-правові обмеження

ВАСЮТА Вікторія, кандидат технічних наук, доцент, Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

АНАХІНА Анастасія, студентка, Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Штучний інтелект у маркетингу: еволюція від перших згадок до сучасних бізнес-практик

ВАСЮТА Вікторія, кандидат технічних наук, доцент, Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

ОВЧАРУК Валерія, студентка, Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Штучний інтелект у маркетингу XXI століття: можливості та виклики

ДЖУС Владислав, асистент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

КОВШУН Тамара, здобувач освіти, Обласний науковий ліцей в м. Рівне

Штучний інтелект і споріднені технології у сфері освітніх послуг: контекстуальний аналіз

ЖУРАВЕЛЬ Віра, старший викладач, Український державний хіміко-технологічний університет

Штучний інтелект у прогнозуванні поведінки споживачів: ефективність та етичні виклики

Міжнародна науково-практична конференція
«Стратегічне управління бізнесом на зламі епох: тенденції та виклики»



ЖУРИЛО Вікторія, кандидат економічних наук, доцент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Цифрова трансформація споживчої поведінки: роль технології штучного інтелекту

ІВАНОВА Лілія, кандидат економічних наук, доцент, Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського

ВОВЧАНСЬКА Ольга, кандидат економічних наук, доцент, Львівський торговельно-економічний університет

Трансформація клієнтського досвіду в маркетингу під впливом технологій штучного інтелекту

ІЛЛЯШЕНКО Наталія, доктор економічних наук, професор, Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка

Перспективи та виклики застосування штучного інтелекту в маркетингу

КНЯЗЄВА Тетяна, доктор економічних наук, професор, Державний торговельно-економічний університет

ІВАНИЦЬКА Анна, студентка, Державний торговельно-економічний університет

Маркетингові комунікації в обслуговуванні клієнтів: ефективність чат-ботів порівняно з менеджерами

КОВАЛЬОВА Марина, асистент, Український державний університет науки і технологій

КОВАЛЬОВ Вадим, студент, Дніпровський технологічний університет «ШАГ»

Штучний інтелект в маркетингу: можливості та переваги, недоліки та обмеження застосування, рекомендації для бізнесу

КОРОСТОВА Ірина, кандидат економічних наук, доцент, Приазовський державний технічний університет

Обмеження та виклики ШІ у маркетингу

МАЛЬЧИК Мар'яна, доктор економічних наук, професор, Національний університет водного господарства та природокористування

СОЗОНЮК Тарас, аспірант, Національний університет водного господарства та природокористування

Штучний інтелект в омніканальному IT-ритейлі: баланс вимірjuвальної точності та конфіденційності даних

ПОЛОУС Ольга, доктор економічних наук, доцент, Державний університет «Київський авіаційний інститут»

СКРИПКА Олександр, аспірант, Державний університет «Київський авіаційний інститут»

Міжнародна науково-практична конференція
«Стратегічне управління бізнесом на зламі епох: тенденції та виклики»



Можливості та обмеження застосування штучного інтелекту в маркетингу персоналу в кризовий та посткризовий періоди

РЕШЕТНИКОВА Ольга, кандидат економічних наук, Полтавський державний аграрний університет

Використання штучного інтелекту для оптимізації маркетингових комунікацій у соціальних мережах

СКРИГУН Наталія, кандидат економічних наук, доцент, Національний університет харчових технологій

БОЙКО Ірина, кандидат економічних наук, доцент, Національний університет харчових технологій

Можливості застосування штучного інтелекту в маркетинговій діяльності підприємств харчової промисловості

ТЕЛЕТОВ Олександр, доктор економічних наук, професор

Застосування штучного інтелекту в маркетингових системах

ФІРSOBA Світлана, кандидат економічних наук, доцент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Трансформація клієнтського досвіду в цифровому світі

ЯРОШ-ДМИТРЕНКО Людмила, кандидат економічних наук, доцент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Штучний інтелект у трансформації креативних підходів до реклами

СЕКЦІЯ 4

ОБ'ЄКТИВНІ ПЕРЕДУМОВИ ТА МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ УНІВЕРСИТЕТІВ В УКРАЇНІ

БІЛИК Марина, кандидат економічних наук, доцент, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

Освітні програми як конкурентна перевага в маркетинговій діяльності закладів вищої освіти

ДЖУС Владислав, асистент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Економічні бар'єри розвитку підприємницьких університетів в Україні

ПРИГАРА Ольга, кандидат економічних наук, доцент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Роль університетів у формуванні інноваційно-орієнтованих підприємницьких навичок студентів