

ЗМІСТ

Абрамець А.Д., Фіц В.В., Шульгіна Л.М. РОЛЬ КОМУНІКАЦІЙ В УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ У ПЕРІОД РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....	17
Афанасьєва О.П., Бондаренко А.С. ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ У СФЕРІ В2В ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ.....	19
Бала В. С., Зозульов О. В., Гавриш Ю. О. ТРАНСФОРМАЦІЯ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0-5.0	21
Баранова К.А., Боліла С.Ю. РОЗРОБКА ІДЕЇ МОБІЛЬНОГО ДОДАТКУ ДЛЯ ПОЛЕГШЕННЯ МАНДРІВОК.....	24
Басістий Р. К., Кубишина Н. С. ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ БІЗНЕСУ ЯК МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	27
Биба В.К., Солнцев С.О. ОПТИМІЗАЦІЯ ПОШУКОВИХ СЕРВІСІВ НА Е-СОМ ПЛАТФОРМАХ ЗА ДОПОМОГОЮ МЕТОДІВ МАШИННОГО НАВЧАННЯ .	29
Бобошко Є. М., Кубишина Н. С. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА.....	32
Бондаренко С.М. ТЕОРІЯ ВІРУСІВ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПРОДУКЦІЇ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	35
Василець Ю.А., Кубишина Н.С. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ТОРГОВОЇ МАРКИ	38
Васлаух А.А., Кузнєцова К.В., Кофанов О.Є. ВИКОРИСТАННЯ ВІДЕОКОНТЕНТУ У МАРКЕТИНГОВИХ КОМПАНІЯХ.....	40
Видиборець М.А., Юдіна Н.В. ВПЛИВ ПЕРСОНАЛІЗАЦІЇ КОРИСТУВАЦЬКОГО ДОСВІДУ НА ЛОЯЛЬНІСТЬ СПОЖИВАЧІВ	44
Вовчанська О.М., Іванова Л.О. НАПРЯМИ ВИКОРИСТАННЯ ЗАСТОСУНКІВ І СИСТЕМ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ЦИФРОВОМУ МАРКЕТИНГУ	47
Войтенко О.А., Жигалкевич Ж.М. ДІЛОВІ КОНТАКТИ ЯК МЕТОД МАРКЕТИНГОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ	50

Воронкова А.Д., Жигалкевич Ж.М. РЕГУЛЮВАННЯ ОНЛАЙН РЕКЛАМИ: БАЛАНС МІЖ СВОБОДОЮ БІЗНЕСУ ТА ЗАХИСТОМ СПОЖИВАЧІВ.....	52
Гац В.А., Язвінська Н.В. МОЖЛИВОСТІ ВНУТРІШНЬОГО МАРКЕТИНГУ ДЛЯ РОЗВИТКУ БРЕНДУ ELIO HOME.....	54
Гереева В.В., Гук О.В. МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ СТАРТАПІВ.....	57
Голобородько А. М., Кубишина Н. С. ТОРГОВА МАРКА ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «ХОРОЛЬСЬКИЙ ЗАВОД ДИТЯЧИХ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ».....	60
Голодюк А. І., Шепель Т. В. ТОВАРНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ.....	62
Гольдич О.О., Шульгіна Л.М. ВИКОРИСТАННЯ НЕЙРОННИХ МЕРЕЖ У Б2Б МАРКЕТИНГУ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ВЗАЄМОДІЇ З КЛІЄНТАМИ ТА ОПТИМІЗАЦІЯ ПРОЦЕСІВ	64
Гонжа Є. Є., Гавриш Ю. О. ВИКОРИСТАННЯ ОБРАЗІВ ВІЙНИ В РЕКЛАМІ	67
Горобець О.Г., Побоченко Л.М. РОЛЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У ВДОСКОНАЛЕННІ В2В СТРАТЕГІЙ МАРКЕТИНГУ ТА ПРОДАЖІВ.....	69
Грона А.В., Татаренко Н.О. МІЖНАРОДНІ ТОРГОВІ РОЗРАХУНКИ У ФОРМУВАННІ ПОПИТУ НА ВАЛЮТУ НА СВІТОВОМУ ВАЛЮТНОМУ РИНКУ	72
Гугельчук Н.М., Царьова Т.О. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ.....	75
Далибожик А., Фігун Н. ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ.....	77
Демченко М.С., Царьова Т.О. НОВОВВЕДЕННЯ МЕТА ТА ПЕРСОНАЛІЗОВАНА РЕКЛАМА В МАРКЕТИНГУ.....	80
Денисенко Д.С., Зозульов О.В. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РИНКОВОЇ ЕКСПАНСІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ	82
Драганчук Н.Я. СУТЬ ПОНЯТТЯ БРЕНДУ ТА СТРАТЕГІЇ АРХІТЕКТУРИ БРЕНДУ	86

Дранчук А. І., Побігун С. А. ОСОБЛИВОСТІ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ НА РИНКУ B2B	89
Дружинець Д.-М., Заїка К., Саджениця К., Шульгіна Л.М. ВПЛИВ КОЛЬОРУ НА СПОЖИВАЧА: ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ У МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЯХ.....	92
Дуда Г.Б. ЗАСТОСУВАННЯ ЕЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГУ ТА АВТОМАТИЗАЦІЇ В БІЗНЕСІ	94
Дуденко О. О., Язвінська Н. В. ФОРМУВАННЯ ПРОГРАМИ ПАРТНЕРСЬКОГО МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА.....	96
Єфремов А. О., Боліла С. Ю. ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЯХ	98
Жарська Т. М., Шарван М. Б., Пасічняк Д. МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ БРЕНДОМ: ПОРІВНЯННЯ ЦИФРОВОГО ТА ТРАДИЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ	100
Залуцький Р.О., Жигалкевич Ж.М. ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА СТРАТЕГІЇ ДІДЖИТАЛ МАРКЕТИНГУ	102
Зінчук І., Черненко О.В. ВИКОРИСТАННЯ ПАРСИНГУ ДАНИХ У МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ	105
Зозульов О.В., Гавриш Ю.О., Букань Л.В. КРЕАТИВНІСТЬ У СУЧАСНОМУ МАРКЕТИНГУ	108
Зозульов О.В., Гавриш Ю.О., Кисіль К.С. БРЕНДИНГ ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	110
Зозульов О.В., Гавриш Ю.О., Матюхіна А. ТРАНСФОРМАЦІЯ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	112
Зозульов О.В., Гавриш Ю.О., Опенько А.С. РОЛЬ ВІДЕОМАРКЕТИНГУ В ПІДВИЩЕННІ УВАГИ СПОЖИВАЧІВ ДО ПРОДУКТУ	116
Зозульов О. В., Гавриш Ю. О., Руденко О. О. МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В УКРАЇНІ.....	119
Зозульов О.В., Гавриш Ю.О., Сологуб Ю.М. СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	121

Катуніна І.С., Боліла С.Ю. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ. ЯК ВИБУДОВУВАТИ УСПІШНІ МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ У НОВІТНІХ УМОВАХ	125
Керекеша М.С., Юдіна Н.В. МАРКЕТИНГОВИЙ СЦЕНАРІЙ АЛГОРИТМУ ЦИФРОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ ЛОГІСТИЧНОЇ КОМПАНІЇ	127
Конько В., Мацько Н., Тростогон Я., Шульгіна Л.М. ЯК ВПОРАТИСЯ З МАНІПУЛЯЦІЄЮ ЗА СТОЛОМ ПЕРЕГОВОРІВ	130
Косенко М. Ю., Кубишина Н. С. ПРОЦЕС ВИВЕДЕННЯ НОВОГО ТОВАРУ НА РИНОК.....	132
Кофанова О. В., Кофанов О. Є., Зозульов О. В. МАРКЕТИНГОВІ ТА ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЗАМІЩЕННЯМ ВУГЛЕВОДНЕВОГО ПАЛИВА ПАЛИВОМ БІОЛОГІЧНОГО ПОХОДЖЕННЯ НА ГІРНИЧОДОБУВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	135
Красько В.В., Гавриш Ю.О. МАРКЕТИНГОВІ ПРОЄКТИ ПІД ВПЛИВОМ ВІЙНИ НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ.....	138
Кубишина Н.С., Чухно Н. П. АДАПТАЦІЇ ІТ-МАРКЕТИНГУ ЕРАМ УКРАЇНА В УМОВАХ КРИЗИ.....	140
Кубишина Н. С. ПРОРИВНІ СТРАТЕГІЇ – ІННОВАЦІЯ ЗАРАДИ ВИЖИВАННЯ.....	142
Кузнецов О.Д., Юдіна Н.В. ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГУ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ.....	145
Купчинська Т.А., Шепель Т.В. РОЛЬ БРЕНДУ В СТАЛОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	148
Лавріненко Є.А., Юдіна Н.В. ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГУ	150
Лебеденко С.О. ПЕРСОНАЛІЗАЦІЯ В ІНТЕРАКТИВНОМУ МАРКЕТИНГУ: РОЛЬ ТЕХНОЛОГІЙ.....	152
Летницький А.І. ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ В2В МАРКЕТИНГУ В АДІТИВНІЙ СФЕРІ ЗА ДОПОМОГОЮ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА АВТОМАТИЗАЦІЇ.....	156

Магарь С.А., Жигалкевич Ж. М. ТАРГЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ КОМУНІКАЦІЙ	158
Мазуров А., Солнцев С.О. МІСЦЕ СЕРВІСУ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	160
Матвійчук О. Ю., Гавриш Ю. О. СУЧАСНА РЕКЛАМА ЯК МЕТОД ВПЛИВУ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	163
Матусевич М.Т., Язвінська Н.В. КЕРОВАНІСТЬ СПОЖИВЧОЇ ЦІННОСТІ ТОВАРУ ЯК ОДИН З ГОЛОВНИХ ЕЛЕМЕНТІВ УСПІШНОСТІ БІЗНЕСУ ...	165
Мельник М.Р., Юдіна Н.В. ПЕРСПЕКТИВИ РИНКУ ЛЕГКОВИХ АВТОМОБІЛІВ УКРАЇНИ.....	169
Миронченко Д. ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНИХ СТАРТАПІВ.....	172
Новицький Б.С., Лебеденко С.О. ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАРУБІЖНОМУ РИНКУ	175
Обельницька Х. В., Молдавчук С. В. ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙНУ В БІЗНЕСІ: МОЖЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ.....	177
Обельницька Х. В., Мурмелюк А. І., Вовк О. М. ВПЛИВ ЕТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ НА ДОВГОСТРОКОВИЙ УСПІХ ПІДПРИЄМСТВА	183
Окландер М., Яшкіна О., Златова І., Сайсеклі І. МАРКЕТИНГОВІ ВИКЛИКИ І МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНІ	186
Опанасенко О.В., Жигалкевич Ж.М. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ: НОВІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ РОЗВИТКУ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ	188
Панасевич С. В., Румянцев А. П. РИЗИКИ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ	190
Панасюк А. С., Гавриш Ю. О. ДІДЖИТАЛ-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ	195
Панасюк А. С., Омельченко А. К., Шульгіна Л. М. МАНІПУЛЯЦІЙНІ ТЕХНІКИ В РЕКЛАМІ.....	197
Панасюк А. О., Черненко О. В. ДОЦІЛЬНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ МОНІТОРИНГУ ІНФОРМАЦІЇ НА РИНКУ ДОСТАВКИ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	200

Пархоменко Р.О., Зозульов О.В. РОЛЬ ТА МІСЦЕ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В СУЧАСНОМУ МАРКЕТИНГУ	203
Паун О.В., Шульгіна Л.М. ПЕРФОМАНС МАРКЕТИНГ У КОНТЕКСТІ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТУ	207
Перезовова І.В., Губернат Т.Я., Волошин Є.О. ТЕХНОЛОГІЇ ВІРТУАЛЬНОЇ ТА ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В МАРКЕТИНГУ	209
Піонтковська Є.Д., Пилипчук І.В., Шульгіна Л. М. УСКЛАДНЕННЯ ЛОГІСТИКИ ПІД ВПЛИВОМ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ	212
Подолян О.О., Зозульов О.В. БРЕНД РОБОТОДАВЦЯ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН	214
Половець Д.М., Рудик В.А., Гавриш Ю.О. ІВЕНТ-МАРКЕТИНГ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ	218
Половець Д.М., Рудик В.А., Шульгіна Л.М. ЯК ЗАХИСТИТИ СЕБЕ ВІД МАНІПУЛЯЦІЇ У МЕДІА	220
Полюга В.М., Шепель Т.В. ЕКОЛОГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ: ВИДИ ТА ОСНОВНІ АСПЕКТИ	222
Пономаренко К. В., Черненко О. В. ОЦІНЮВАННЯ ЗАДОВОЛЕНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ У ВНУТРІШНЬОМУ МАРКЕТИНГУ	224
Різник Н.Р., Шепель Т.В. РОЗВИТОК ПАРТНЕРСЬКОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ	226
Родіонов С.О. ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІД ЧАС ВІЙНИ	228
Романовська В.В., Жигалкевич Ж.М. ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОСУВАННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ПОРІВНЯННІ З ТРАДИЦІЙНИМИ КАНАЛАМИ	229
Рощина І.Я. АНАЛІТИКА БІЗНЕСУ У ВОЄННИЙ ЧАС	232
Румянцев А.П., Камшуков І.В. РОЛЬ МІЖНАРОДНОЇ ЛОГІСТИКИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ	234
Савицька Н.Л. ВІДПОВІДАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ В ДОБУ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ	237

Савчик А. В., Язвінська Н. В. АДАПТИВНІСТЬ МОДЕЛІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ДЛЯ ГАЛУЗІ ВИРОБНИЦТВА СКЛЯНОЇ ТАРИ В УКРАЇНІ	239
Савчук Т.С., Орлова О.І., Деделюк О.В. ІНФЛЮЄНС-МАРКЕТИНГ: ПОНЯТТЯ, ПЕРЕВАГИ, МОЖЛИВОСТІ.....	242
Салата А. Є., Солнцев С. О. МОДЕЛЬ АДАПТИВНОГО УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТНОЮ ПОЛІТИКОЮ В УМОВАХ РИНКОВОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ.....	245
Самчук А. Є., Бажеріна К.В. СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНИЙ БРЕНД ПІД ЧАС ВІЙНИ – ЯКИЙ ВІН?.....	249
Севідова Д., Федорова О., Литвин В. РОЛЬ ЕТИКИ У РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ	252
Сеник А. В., Воржакова Ю. П. ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	254
Сербін В.І. ІНСТРУМЕНТИ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ОПИСІВ ТОВАРІВ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ.....	258
Соловійов О.О., Бажеріна К.В. ЕТИЧНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ПРОДАКТ-ПЛЕЙСТМЕНТУ В ФІЛЬМАХ	260
Стаднічук Т. С., Покровська Н.М. ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТАН РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ХІМІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ ..	263
Ступак Н.О., Царьова Т.О. СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ТАРГЕТУВАННЯ РЕКЛАМИ В ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ.....	265
Ступакова Д. С., Кофанов О. Є. АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ НЕГАТИВНОГО ВПЛИВУ ЦИФРОВОГО «ПІРАТСТВА» НА КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ	268
Терещенко Р.Ю., Зозульов О.В. АНАЛІЗ ПРОСУВАННЯ НА РОЗДРІБНОМУ РИНКУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	271
Телетов О.С. РОЛЬ B2B У РЕІНДУСТРІАЛІЗАЦІЇ УКРАЇНИ	274
Тригубенко В. Р., Шульгіна Л. М. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У ФОРМУВАННІ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ КОМПАНІЇ.....	276

Устенко А.О., Романюк М.З., Жук І.М. ТRENДИ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ В УМОВАХ ВІЙНИ	278
Устимець О.Ю., Зозульов О.В. ВИКОРИСТАННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ СПРИЙНЯТТЯ СУЧАСНОЇ ЛЮДИНИ ДЛЯ ПОБУДОВИ КОМУНІКАЦІЇ ЗІ СПОЖИВАЧЕМ.....	281
Федосєєва А.О., Гавриш Ю.О., Бажеріна К.В. КОНКУРЕНЦІЯ НА РИНКУ РЕКЛАМИ: ТАРГЕТИНГ ЧИ БЛОГЕРСЬКА РЕКЛАМА?	283
Хомик Д.Ю., Шепель Т.В. КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА, ЇЇ ВИДИ ТА ЗНАЧЕННЯ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	285
Цаллагов В.В., Юдіна Н.В. ВПЛИВ МАРКЕТИНГУ ТА ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РИНОК ПОСЛУГ ДОСТАВКИ ВІДПРАВЛЕНЬ	287
Цибуля Д. Ю., Жигалкевич Ж. М. ІНФЛЮЄНС-МАРКЕТИНГ ЯК ОСОБЛИВИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОСУВАННЯ.....	289
Цуркан Т.С., Юдіна Н.В. ТRENДИ ЗМІН КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ НА РИНКУ НЕРУХОМОСТІ УКРАЇНИ.....	291
Чернаєнко Є.О., Солнцев С.О. ОСОБЛИВОСТІ СЕГМЕНТАЦІЇ В ЦИФРОВОМУ ПРОСТОРІ.....	294
Чернишова О.С., Солнцев С.О. ВИЗНАЧЕННЯ НАПРЯМІВ ГЕОГРАФІЧНОЇ ЕКСПАНСІЇ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ	297
Черняк Г. І., Вилко І. Є., Кофанов О. Є. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ В ПРОМИСЛОВОСТІ: ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗРОСТАННЯ БІЗНЕСУ ЧЕРЕЗ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЮ ТА РОЗВИТОК ОНЛАЙН-ПРИСУТНОСТІ.....	301
Чертушкіна С., Петриченко Т., Василенко В., Шульгіна Л.М. ФУНКЦІЇ СУЧАСНОГО PR ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЙОГО РОЗВИТКУ	304
Чупріна М.О. ДІДЖИТАЛ-ТRENДИ ТРАНСФОРМАЦІЇ МАРКЕТИНГУ	306
Шахраюк В.Я., Зозульов О.В. ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ РЕКОРД-ЛЕЙБЛІВ	308
Шеховцова А.А., Бажеріна К. В. ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ ДИТЯЧОГО ХАРЧУВАННЯ	311

Шишоліна М., Даценко Л., Шульгіна Л.М. ДИСКРИМІНАЦІЯ ЖІНОК У РОБОЧИХ КОМУНІКАЦІЯХ.....	314
Шумейко С.С., Царьова Т.О. ВИКОРИСТАННЯ ВІРТУАЛЬНОЇ ТА ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В МАРКЕТИНГУ	316
Щеголь О.В., Жигалкевич Ж.М. ВИКОРИСТАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У ЦИФРОВОМУ МАРКЕТИНГУ	319
Яремко Н.Р., Юдіна Н.В. ЕТИКА У ДІДЖИТАЛ-МАРКЕТИНГУ.....	321
Atakişi A., Kazaz D., Alitoska Kazaz A. SOCIAL MEDIA AND COMMUNICATION STRATEGIES IN B2B MARKETING	324
Baynazoğlu M. E., Keşan Yusuf Çapraz, Shulhina L. COOPERATION BETWEEN UNIVERSITIES AND THE TOURISM BUSINESS BASED ON THE ERASMUS+ PROGRAMME	330
Budnik A., Chornii V. ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE EXPORT ACTIVITIES OF ENTERPRISES	333
Kofanov O., Kofanova O. THE VITAL CONTRIBUTION OF FUTURE MARKETING PROFESSIONALS FOR EMPOWERING THE ENVIRONMENTAL SAFETY OF THE EUROPEAN REGION	335
Dong Qiao, Shulhina L. THE ROLE OF MARKETING MANAGEMENT IN CORPORATION’S SUSTAINABLE DEVELOPMENT	339
Salem Udoh, Tomas Bata THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY IN THE B2B PROFESSIONAL INDUSTRY	341
Saloid H.S., Bazherina K. V. USE OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES TO PROMOTE PRODUCTS OF PLANT ORIGIN	343
Dereń A. M., Skonieczny J. INTELLECTUAL PROPERTY AND CONTENT MARKETING ON THE MARKET OF INDUSTRIAL GOODS AND SERVICES	345
Tkachov Z.V., Artemenko L.P. INFLUENCE OF MARKETING COMMUNICATION EFFICIENCY ON FOOD ENTERPRISE COMPETITIVENESS.....	348
Мних О.Б. РОЗВИТОК ВІДНОСИН В2В В УМОВАХ ФОРС-МАЖОРНИХ ОБСТАВИН.....	350