

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. Маркетингові дослідження

Вікторія ЧЕРНИШЕНКО, Надія ЯЗВІНСЬКА

**ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ: ВІД
СТАБІЛЬНОСТІ Й ЛІНІЙНОГО МИСЛЕННЯ ДО АНТИКРИХКОСТІ ТА
НЕЛІНІЙНОГО, ІННОВАЦІЙНОГО МИСЛЕННЯ**6

СЕКЦІЯ 2. Промисловий маркетинг

Валерія ЧИКАЛЕНКО, Оксана ЧЕРНЕНКО

**ПЛАНУВАННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ
СВІТОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ**12

Alina GOLOBOROD`KO, Tetiana TSAROVA

THE BASIS OF BRAND VALUE IN THE INDUSTRIAL MARKET15

Anastasiiia MIROSHNYCHENKO, Olexandr ZOZUL'OV

THE IMPORTANCE OF THE INNOVATION PROCESS IN THE B2B MARKET.18

Анна МАТЮХІНА, Олександр ЗОЗУЛЬОВ, Юлія ГАВРИШ

ТОВАРНА ПОЛІТИКА ЯК ОСНОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГУ21

Аліна ГОЛОБОРОДЬКО, Тетяна ЦАРЬОВА

МАРКЕТИНГ В2В СТАРТАПІВ НА РИНКУ ПРОМИСЛОВОСТІ25

Дарья ЛЕПЕХА, Надія КУБИШИНА

КОНЦЕПЦІЯ РЕБРЕДИНГУ ІНЖИНІРИНГОВОЇ КОМПАНІЇ VIRAVIX28

Вікторія ГРУЩЕНКО, Сергій СОЛНЦЕВ

**ЕТАПИ ВИВЕДЕННЯ НОВОГО ТОВАРУ ФАРМАЦЕВТИЧНИМИ
ПІДПРИЄМСТВАМИ**31

Олена ЛИМАР, Євген ГНІТЕЦЬКИЙ

НОВИЙ ЕТАП В2В МАРКЕТИНГУ: ЕВОЛЮЦІЯ ВІД АВМ ДО АВХ33

СЕКЦІЯ 3. Поведінка споживачів та поведінкова економіка

Катерина ПАРВАДОВА, Юлія ГАВРИШ

ОСОБЛИВОСТІ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ПІД ЧАС ДІЇ ПРАВОВОГО РЕЖИМУ ВОЄННОГО СТАНУ36

Кристина ТАРАСЕНКО, Юлія ГАВРИШ

ВПЛИВ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧА39

Ievgen GNITETSKYI, Olena MISHKUR

REGIONAL FEATURES OF CONSUMER BEHAVIOR WHEN BUYING ON THE INTERNET AND ITS CHANGES UNDER THE INFLUENCE PANDEMIC COVID-1942

Діана ЛИТВИН, Євген ГНІТЕЦЬКИЙ

КЕЙТЕРИНГОВЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ В УКРАЇНІ. КРИТЕРІЇ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ ПРО СПОЖИВАННЯ ПОСЛУГИ КЕЙТЕРИНГУ45

Павло РУСИН, Олександр ЗОЗУЛЬОВ

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПРОГРАМ ЛОЯЛЬНОСТІ НА ПРОМИСЛОВОМУ РИНКУ47

СЕКЦІЯ 4. Цифровий маркетинг

Софія ЯНОВИЧ, Юлія ГАВРИШ

ОСОБЛИВОСТІ SEO-МАРКЕТИНГУ52

Надія КУБИШИНА

ВИВЕДЕННЯ НОВОЇ ІТ-ПОСЛУГИ НА РИНОК54

Olena LYMAR, Ievgen GNITETSKYI

MARKETING IN THE METAVERSE57

Руслан ЗАЛУЦЬКИЙ, Сергій СОЛНЦЕВ

МАРКЕТИНГУ ВПЛИВУ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ ТІКТОК60

Анастасія МІРОШНИЧЕНКО, Наталія ПИСАРЕНКО

МЕТАВСЕСВІТ, ЯК ОДИН ІЗ ШЛЯХІВ ВИХОДУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК62

СЕКЦІЯ 5. Міжнародний маркетинг

Анастасія КОБЗА, Юлія ГАВРИШ

РОЛЬ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ В ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА64

Amirreza MOBARAKI, Nataliya YUDINA

NEW WAVE OF CORONAVIRUS DISEASE IN CHINA: CONSEQUENCES TO THE GLOBAL ECONOMY.....67

Олександра БИСТРОВА, Наталія ПИСАРЕНКО

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ГЕОГРАФІЧНОЇ ЕКСПАНСІЇ БІЗНЕСУ З ФОКУСОМ НА РЕАЛІЗАЦІЮ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ, НА ПРИКЛАДІ ФЕШН РИНКУ69

СЕКЦІЯ 6. Маркетинговий менеджмент та стратегічний маркетинг

Аліна ГОЛОБОРОДЬКО, Надія ЯЗВІНСЬКА

СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНТИКРИХКОСТІ БІЗНЕСУ ...76

Ольга МИЦИК, Олександр ЗОЗУЛЬОВ

ПОЗИЦІОНУВАННЯ ЯК ГОЛОВНА СКЛАДОВА УПРАВЛІННЯ БРЕНДОМ: ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ПОЗИЦІОНУВАННЯ, ЙОГО ТИПИ ТА ОСОБЛИВОСТІ.....79

Ольга МАНЗЯ, Жанна ЖИГАЛКЕВИЧ

МАРКЕТИНГ ВЗАЄМОВІДНОСИН, ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ КОНКУРЕНТНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ КОМПАНІЇ84

Анна МАТЮХІНА, Юлія ГАВРИШ

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ПІДПРИЄМСТВ87

Анна МАТЮХІНА, Юлія ГАВРИШ, Тетяна ЦАРЬОВА

СТРАТЕГІЇ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ЯК ОДИН З МЕТОДІВ ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ.....90

Юлія РЕШЕТНИКОВА, Катерина КОПІШИНСЬКА

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....93

Ірина ЩЕРБАТЮК, Євген ГНІТЕЦЬКИЙ ЗМІНА

ЗМІНА INFLUENCE МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ.....95

СЕКЦІЯ 7. Маркетинг у сфері високих технологій та стартап-проектів

Єлизавета СОМОВА, Юлія ГАВРИШ

РОЛЬ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГУ ДЛЯ СТАРТАП-ПРОЕКТІВ97

Alina HOLOBORODKO, Kateryna BOIARYNOVA

MARKETING OF B2B STARTUPS IN THE INDUSTRIAL MARKET.....100