

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**Міжнародна науково-практична
конференція
Маркетингові технології в
управлінні національним та
міжнародним бізнесом
на зламі епох:
виявлення тенденцій та
подолання викликів**

23 травня 2024 року



**Об'єднання
Маркетологів
України**

**Співорганізатор:
ГО «Об'єднання
маркетологів України»
www.omu.marketing**

**FORUM EFBM 3.0
FROM RECOVERY TO GROWTH**

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

- Алла СТАРОСТИНА** – Голова організаційного комітету конференції, д.е.н., проф., член Правління ГО «Об'єднання маркетологів України»
- Вікторія ЖУРИЛО** – відповідальний секретар конференції, к.е.н., доц.
- Наталя РУДЕНКО** – учасник організаційного комітету конференції, к.е.н., доц.
- Олена КАНІЩЕНКО** – учасник організаційного комітету конференції, д.е.н., проф., член Правління ГО «Об'єднання маркетологів України»
- Олена БЛОВОДСЬКА** – учасник організаційного комітету конференції, д.е.н., проф.
- Яна ДЕРБЕНЬОВА** – учасник організаційного комітету конференції, к.е.н., доц.

РЕГЛАМЕНТ РОБОТИ КОНФЕРЕНЦІЇ

23 травня, четвер

12.00 – 14.00

Панельні дискусії

**Секція 1. Український маркетинг в умовах
воєнного стану та післявоєнного відновлення**

**Секція 2. Управління українським бізнесом в
умовах турбулентного ринкового середовища**

Регламент виступу – до 7 хв.

14.00 – 15.00

Кава-брейк

15.00 – 18.00

Панельна дискусія

**Секція 3. Інновації та управління ризиками в
сучасному цифровому світі зі ШІ**

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ СЕКЦІЯ 1

УКРАЇНСЬКИЙ МАРКЕТИНГ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

12.00 – 14.00

АУД. 101

МОДЕРАТОР

Алла СТАРОСТИНА, д.е.н., професор, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

ДОПОВІДАЧІ

Старостіна Алла, д.е.н., професор, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Маркетинг: український вимір

Длігач Андрій, д.е.н., професор, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Стратегія модернізації економіки України в глобальному контексті

Ілляшенко Сергій, д.е.н., професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; д-р хабілітований, професор, Економіко-гуманітарний університет, м. Бельсько-Бяла, Польща.

Маркетинг інновацій як концепція і інструментарій інноваційного бізнесу

Ромат Євген, доктор наук з державного управління, професор, Навчально-науковий інститут журналістики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Система бренд-комунікацій: структура та тренди трансформації

Момот Володимир, д.е.н., професор, Університет імені Альфреда Нобеля.

National Context and Personality of the AI-tools Utilization in Teaching Marketing

Рябенко Владислав, директор ТОВ «Агріхол Захід».

Сучасні виклики управління бізнесом в умовах воєнного часу

Ліщук Вікторія, к.е.н., доцент, начальник департаменту майнових відносин НЕК України.

Розподілена генерація з відновлювальних джерел енергії як елемент сучасної енергосистеми України

Тюхтенко Наталія, д.е.н., професор, Одеський національний університет імені І. І. Мечникова.

Актуалізація міжнародного партнерства в умовах нестабільності соціально-економічного розвитку

Поперешнюк Володимир, співвласник Nova, «Нова Пошта»

Роль маркетингу в сучасному бізнесу і економіці

Федорченко Андрій, д.е.н., професор, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана».

Система маркетингових досліджень вітчизняних підприємств: реалії сьогодення

Домбровська Ніна, співвласниця Beehive Cosmetics, співзасновниця та співпрезидентка Women on Boards Ukraine, членкиня наглядових рад.

Стратегічний маркетинг в створенні глобального українського бренду

Кравченко Олександр, Senior data scientist, Capgemini Engineering Ukraine.

Трансформація світової економіки в розрізі поширення штучного інтелекту'

Баглаєв Артур, керівник відділу роботи з мультинаціональними клієнтами, АТ Правекс Банк, Intesa Sanpaolo Group.

Особливості маркетингової стратегії банків в умовах воєнних дій та повоєнного відновлення України

Прушківська Емілія, д.е.н., професор, Національний університет біоресурсів і природокористування України.

Тренди глобального розвитку та міжнародне співробітництво України в умовах економічного відновлення

Шестопалов Борис, к.е.н., співвласник HD-group та GFSGROUP.

Маркетинг і створення нових брендів

Телєтов Олександр, д.е.н., професор, Сумський національний аграрний університет.

Сучасні тенденції розвитку у сфері промислового маркетингу України

Здесенко Андрій, президент корпорації Biosphere.

Погляд власника бізнесу на маркетинг. Створення брендів-лідерів

Глинський Назар, д.е.н., професор, Інститут економіки і менеджменту, Національний університет «Львівська політехніка».

Маркетинг територій: можливості для застосування в умовах війни

Єранкін Олександр, д.е.н., професор, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана.

Сучасні виклики для маркетингу в агробізнесі України

Старостіна Алла, д.е.н., професор, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, **Кравченко Володимир**, к.е.н., доцент, ГО «Об'єднання маркетологів України».

Ризики електронної комерції та методи управління ними

Іваненко Юлія, директор, ТОВ «Компанія «БІЗНЕС-ЮНІТ».

Особливості аудиту маркетингу в умовах турбулентного бізнес-середовища

Легеза Дар'я, д.е.н., професор, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного.

Using Social Networks for the Development of a Scientific Career: Strategies and Opportunities

Каніщенко Олена, д.е.н., професор, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Міжнародний маркетинг в умовах геополітичних конфронтацій

Чуприна Наталія, д.е.н., професор, ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет».

Сучасна трансформація освітнього процесу в умовах воєнних дій

Тартасюк Олена, провідний маркетинг-аналітик з дослідження товарних ринків, ТОВ «Кнауф Гіпс Київ», **Шиманович Наталія**, начальник відділу маркетингу, ТОВ «Кнауф Гіпс Київ».

Інноваційні маркетингові технології у діяльності промислового підприємства

Райко Діана, д.е.н., професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут».

Особливості адаптації маркетингових технологій до умов воєнного стану

Заблоцька Ріта, д.е.н., професор, Інститут міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Маркетингові стратегії у міжнародній торгівлі послугами

Заячківська Галина, д.е.н., професор, Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут.

Маркетинг штучного інтелекту як інструмент стабілізації продажів продукції підприємств

Руденко Наталя, к.е.н., доцент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Вплив міграції робочої сили на ринок праці України в умовах геополітичних змін

Біловодська Олена, д.е.н., професор, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, **Білуха Михайло**, аспірант, Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка.

Використання штучного інтелекту в розробці продуктової стратегії ринкових суб'єктів

Суворов Олексій, експерт-консультант ГО «Об'єднання маркетологів України».

Переваги та обмеження використання штучного інтелекту в маркетингових дослідженнях

Журило Вікторія, к.е.н., доцент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Трансформація споживчих трендів та купівельних намірів українських споживачів в умовах російської повномасштабної агресії

Мороз Людмила, к.е.н., доцент, Національний університет «Львівська політехніка».

Особливості маркетингових комунікацій в умовах турбулентності ринкового середовища

Ілляшенко Наталія, д.е.н., професор, Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

Peculiarities in Implementing Service Marketing in Contemporary Conditions

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ СЕКЦІЯ 2

УПРАВЛІННЯ УКРАЇНСЬКИМ БІЗНЕСОМ В УМОВАХ ТУРБУЛЕНТНОГО РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА

12.00 – 14.00

АУД. 908

МОДЕРАТОР

Яна ДЕРБЕНЬОВА, к.е.н., доцент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

ДОПОВІДАЧІ

Шипуліна Юлія, д. е. н., професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», **Коломієць Артем**, аспірант, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут».
Маркетинг у соціальних мережах: стратегічний підхід до підтримки бізнесу

Ломачинська Ірина, д.е.н., доцент, Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, **Войцеховська Аліна**, аспірантка, Одеський національний університет імені І.І.Мечникова.

Цифрова трансформація соціально-економічної системи: виклики та нові можливості

Гавриш Юлія, к.е.н., доцент, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», **Філоненко Дмитро**, аспірант, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського».

The "Double diamond" Model as one of the Concepts for Companies to Adapt to War Conditions

Зозульов Олександр, к.е.н., професор, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», **Подолян Олександр**, аспірант, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського».

Бренд роботодавця: сутність та функції

Ярош-Дмитренко Людмила, к.е.н., доцент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Диджиталізація маркетингової діяльності підприємств на B2B ринку

Романчик Тетяна, к.е.н, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», **Самойлов Олександр**, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут».

Ефективність рекламних кампаній у системі міжнародного маркетингу

Боєнко Олена, канд. екон. наук, доцент, Донецький національний університет імені Василя Стуса, **Петренко Дмитро**, Chief Executive Officer, WD SOLUTION INC, NEW YORK.

Маркетинговий потенціал суб'єктів господарювання: сутність та оцінювання

Дербеньова Яна, к.е.н., доцент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Маркетингові загрози бізнесу в умовах непередбачуваності бізнес-середовища

Буднікевич Ірина, д.е.н., професор, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, **Благун Андрій**, магістрант, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича.

Особливості маркетингової діяльності у креативних індустріях

Пригара Ольга, к.е.н., доцент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Стратегії адаптації бізнесу в турбулентному ринковому середовищі під час війни

Іванченко Костянтин, аспірант, асистент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Застосування чат-ботів на основі штучного інтелекту для автоматизованих комунікацій з клієнтами у сфері роздрібної торгівлі

Білокриницька Світлана, аспірант, асистент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Маркетингові інструменти в управлінні підприємницьким університетом у формуванні повоєнного відновлення економіки України

Панасюк Юлія, аспірант, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Ринок консалтингових послуг в Україні

Джус Владислав, аспірант, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Розвиток інноваційних екосистем шляхом формування підприємницького середовища в освіті

Степанець Олександра, 2nd Year PhD Student at London South Bank University Business School.

Exploring the role of cognitive diversity in marketing innovation

Харченко Борис, аспірант, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Управління нішевим бізнесом в умовах глобалізації

Зайцев Дмитро, керівник відділу маркетингу MST Nutrition.

Промування спортивного харчування виробництва ФРН на ринок України

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ СЕКЦІЯ 3

ІННОВАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В СУЧАСНОМУ ЦИФРОВОМУ СВІТІ ЗІ ШІ

15.00 – 18.00

АУД. 101

МОДЕРАТОР

Наталія КОЧКІНА, к.е.н., доцент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Тема дискусії:

Бізнес-технології та освіта в цифрову епоху штучного інтелекту

- *Цифровізація та штучний інтелект: вплив на технології бізнесу*
- *Нові методи навчання маркетингу та бізнес-адміністрування*

СПІКЕРИ

Дженніфер Лей (Jennifer Leigh), Університет Назарету, США

Мікела Флоріс (Michela Floris), Університет Кальярі, Італія

Сільвія Маккія (Silvia Macchia), Університет Кальярі, Італія

Томаш Кінкль (Tomas Kincl), Празький університет економіки, Чеська Республіка

Тема дискусії:

Культурний інтелідженс в глобальних віртуальних командах

- *Оцінка поведінкових шаблонів та культурного інтелідженсу в контексті глобальних віртуальних команд*

СПІКЕРИ

Вас Тарас (Vas Taras), Університет Північної Кароліни в Грінсборо, США

Ернесто Таволетті (Ernesto Tavoletti), Університет Мачерата, Італія

Тема дискусії:

Забезпечення онлайн-репутації: юридичні аспекти безпеки в цифровому просторі

- *Юридичні аспекти забезпечення позитивної присутності в цифровому просторі*

СПІКЕРИ

Мікеле ді Сомма (Michele di Somma) та **П'єрина ді Стефано** (Pierina di Stefano),
Avvocato del web, Італія

Луїджі ді Санто (Luigi di Santo), Університет Кассіно та Південного Лаціо,
Італія

Тема дискусії:

Вплив цифровізації та штучного інтелекту на бізнес: переваги і ризики

– Дослідження впливу штучного інтелекту на бізнес, трансформація відносин з клієнтами та співробітниками

СПІКЕРИ

Філіппо Россі (Filippo Rossi), JoyComm, Італія

Ірина Андрющенко (Iryna Andriushchenko), Hency.ai, Канада

Карло Адамі (Carlo Adami), Фінансовий експерт, Італія