

ЗМІСТ

Передмова	3
СЕКЦІЯ	
«МАРКЕТИНГ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО: ІНТЕГРАЦІЯ ДОСВІДУ»	
Березівська Надія <i>Тернопільський фаховий коледж харчових технологій і торгівлі</i> МАРКЕТИНГ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	4
Бокулі Бофаса Седрік <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> ТОВАРНИЙ АСОРТИМЕНТ ПІДПРИЄМСТВА ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ФОРМУВАННЯ	6
Гладюк Юлія, Бурліцька Оксана <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> ОСОБЛИВІСТЬ СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ	8
Коваль Іванна, Шведа Наталія <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> ХАРАКТЕРИСТИКА МАРКЕТИНГУ В ПУБЛІЧНІЙ СФЕРІ	10
Кулініч Софія <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> ОСОБЛИВОСТІ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ СЕЛЯНСЬКО-ФЕРМЕРСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА	12
Рабий Віктор <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> ТРЕНДИ КОНДИТЕРСЬКОГО РИНКУ УКРАЇНИ	14
Чорномаз Соломія, Бурліцька Оксана <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> АНАЛІЗ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	16
Шеремета Ольга <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> РОЛЬ ДИСТРИБУЦІЇ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	18
Шпеник Любов <i>Тернопільський фаховий коледж харчових технологій і торгівлі</i> ЕКСПЕРТИЗА ЯКОСТІ КОНЬЯКІВ	20

СЕКЦІЯ «МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТИМУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ»	
Бега Назарій, Яєчник Назар <i>Західноукраїнський національний університет</i> ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРА СУЧАСНОЇ ОСВІТНЬОЇ УСТАНОВИ	22
Боднар Ольга <i>Тернопільський фаховий коледж харчових технологій і торгівлі</i> ЛОГІСТИЧНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ	24
Віт Вікторія <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> АРОМАМАРКЕТИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ	26
Волинець Михайло <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	28
Гарасим Людмила <i>Тернопільський фаховий коледж харчових технологій і торгівлі</i> ПАНДЕМІЯ ЯК КАТАЛІЗАТОР ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙНИХ ІНСТРУМЕНТІВ РІТЕЙЛАМИ	30
Лозовецька Оксана, Корницький Максим, Савчак Мирослав <i>Західноукраїнський національний університет</i> ОСНОВНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ	33
Оксентюк Богдана, Бокулі Бофаса Седрік <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ: НЕОБХІДНІСТЬ, ПОНЯТТЯ ТА ЗАВДАННЯ	35
Олійник Олег, Яєчник Назар <i>Західноукраїнський національний університет</i> ПЕДАГОГІЧНА ІННОВАТИКА У РОЗВИТКУ НОВИХ НАПРЯМІВ ОСВІТИ	37
Савчук Юлія, Скрипник Олександр <i>Західноукраїнський національний університет</i> КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ ЯК ОСНОВА ЇХ УСПІШНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ	39

Скрипник Олександр, Бега Назарій <i>Західноукраїнський національний університет</i> ДЕЯКІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ СУЧАСНОГО ОСВІТНЬОГО ЗАКЛАДУ	42
Фалович Володимир, Фалович Наталія <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> <i>Західноукраїнський національний університет</i> НОВІТНІ ПІДХОДИ ДО ПРОЦЕСУ ПОСТАЧАННЯ І ФОРМУВАННЯ ЗАПАСІВ	44
Шафранський Володимир <i>Західноукраїнський національний університет</i> ІНТЕРАКТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ ЯК ІННОВАЦІЇ В НАВЧАЛЬНО-ВИХОВНОМУ ПРОЦЕСІ	46
Якимичин Лілія <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> ОРІЄНТАЦІЯ НА КЛІЄНТА ЯК ЕЛЕМЕНТ ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЛОГІСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ	48
СЕКЦІЯ «СУЧАСНА ТРАНСФОРМАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ»	
Боднар Ірина <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> ОСОБЛИВОСТІ SMM-ПРОСУВАННЯ В2В-БІЗНЕСУ	50
Буранич Олег <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> СТРАТЕГІЯ МАРКЕТИНГУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ДЛЯ БІЗНЕСУ У 2021 РОЦІ	52
Дякун Юлія <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> МАРКЕТИНГ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	54
Каліщук Владислав <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> SOCIAL MEDIA MARKETING: ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ	56
Михалович Катерина <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> ПРИЗНАЧЕННЯ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ В СУЧАСНОМУ СВІТІ	58
Чеченюк Ірина <i>Тернопільський фаховий коледж харчових технологій і торгівлі</i> МЕТОДИ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ	60
Шпилик Світлана, Михалович Катерина <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> СТРАТЕГІЇ РЕМАРКЕТИНГУ	62

СЕКЦІЯ «ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРОДАЖІВ»	
Дробиняк Настя, Голда Надія <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> ВИКОРИСТАННЯ ТОРГОВОЇ МАРКИ У ПРОСУВАННІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	64
Івасик Катерина <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ У СФЕРІ ПРОДАЖІВ	66
Калінгер Соломія <i>Тернопільський фаховий коледж харчових технологій і торгівлі</i> ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРОДАЖІВ ТА РОЗВИТОК МАРКЕТИНГУ В ПІДПРИЄМСТВІ	68
Качуровська Марія <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> ПОВЕДІНКА ПОКОЛІННЯ Z У СФЕРІ ВИТРАТ	70
Кирилович Богдан <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> ВОРОНКА ПРОДАЖІВ – АНАЛІТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ ВИЗНАЧЕННЯ НАПРЯМІВ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	72
Краузе Ольга <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> СТРАТЕГІЇ ВЗАЄМОДІЇ З КЛІЄНТОМ	74
Курій Наталія, Бурліцька Оксана <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> УПРАВЛІННЯ МЕРЧАНДАЙЗИНГОМ ТОВАРОВИРОБНИКА	76
Присяжнюк Юлія <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> СИМВОЛДРАМА ЯК ДІАГНОСТИЧНО-КОРЕКЦІЙНИЙ МЕТОД ПСИХОСОМАТИЧНОГО ЗДОРОВ'Я ОСОБИСТОСТІ	78
Шафранська Віталія <i>Тернопільський фаховий коледж харчових технологій і торгівлі</i> НЕЙРОМАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА СПОЖИВАЧА	80
Шеремета Ольга <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> ОСОБЛИВОСТІ ДИСТРИБУЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	82

СЕКЦІЯ «СТРАТЕГІЧНІ МАРКЕТИНГОВІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ»	
Берега Віталій <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> ЛОГІСТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА	84
Волинець Михайло <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ	86
Голда Надія <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ	88
Кирилович Богдан <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	90
Кулик Юлія <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ	92
Кулініч Софія <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	94
Лавро Надія <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ОСВОЄННЯ НОВИХ РИНКІВ	96
Михайлюк Софія <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ	98
Рабий Віктор <i>Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя</i> СУТНІСТЬ ТА НЕОБХІДНІСТЬ ДОСЛІДЖЕНЬ РИНКУ	100