

Міністерство освіти і науки України
Державний торговельно-економічний університет/КНТЕУ
Академія економічної освіти (Молдова)
Вища школа економіки та менеджменту в публічному адмініструванні (Словаччина)

ДЕРЖАВНИЙ
ТОРГОВЕЛЬНО – ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ



STATE UNIVERSITY
OF TRADE
AND ECONOMICS

IV МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

«БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ:МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ»

15 березня 2022, м. Київ

Мета конференції: Обговорення маркетингових проблем розвитку бренд-менеджменту в Україні та світі, пошук шляхів інтеграції теорії та практики

Шановні колеги!

15 березня 2022 року в Державному торговельно-економічному університеті /КНТЕУ у форматі онлайн відбудеться IV Міжнародна науково-практична конференція з маркетингових проблем інтеграції теорії та практики бренд-менеджменту в Україні та у світі.

На конференції передбачається робота за такими напрямками:

- Сучасні тенденції формування й розвитку бренд-менеджменту в Україні та світі.
- Маркетингові інструменти та технології в бренд-менеджменті.
- Маркетингові технології управління брендом у цифровому просторі.
- Брендінг в системі публічного управління.
- Проблеми підготовки компетентних фахівців з маркетингу та бренд-менеджменту.

До участі у конференції запрошуються викладачі, науковці, дослідники, аспіранти, докторанти, магістри, студенти, представники бізнесу, фахівці у сфері маркетингу та бренд-менеджменту, представники органів державного і місцевого самоврядування, громадських організацій.

ДЛЯ УЧАСТІ У КОНФЕРЕНЦІЇ НЕОБХІДНО:

1. Надіслати до 10.03.2022 року тези доповіді та заповнену анкету учасника на електронну адресу відповідно до обраної секції:

Секція 1. Сучасні тенденції формування й розвитку бренд-менеджменту в Україні та світі.
t.kharchenko@knute.edu.ua

Секція 2. Маркетингові інструменти та технології в бренд-менеджменті.
v.karmazinova@knute.edu.ua

Секція 3. Маркетингові технології управління брендом у цифровому просторі.
t.kharchenko@knute.edu.ua

Секція 4. Брендінг в системі публічного управління.
i.brodiuk@knute.edu.ua

Секція 5. Проблеми підготовки компетентних фахівців з маркетингу та бренд-менеджменту.
i.brodiuk@knute.edu.ua

2. Надіслати квитанцію про оплату участі у конференції. *Вартість публікації тез доповіді становить 160 грн.* Реквізити для оплати участі будуть надіслані після прийняття тез доповіді редакційним комітетом.

- Для участі у конференції кожен учасник отримає посилання на Zoom-конференцію.
- Програма конференції буде розміщена на офіційному сайті ДТЕУ/КНТЕУ.
- Всі учасники конференції отримають електронний сертифікат учасника.
- Збірник тез доповідей буде розміщено на сайті ДТЕУ/КНТЕУ до 01.04.2022 року.

* матеріали студентів та магістрантів, а також анкети учасників заповнюються та надсилаються лише науковими керівниками.

ВИМОГИ ДО МАТЕРІАЛІВ

Назва файлу повинна відповідати прізвищу першого автора матеріалів (Клименко_тези).

Матеріали приймаються у форматі документу Microsoft Word.

Мова написання тез: українська, англійська. Обсяг тез доповіді – ПОВНІ 2-4 сторінки.

Основні вимоги:

- орієнтація сторінки книжна;
- поля документу: справа та зліва – 25 мм, зверху – 25 мм, знизу – 20 мм;
- шрифт Times New Roman 14; інтервал – 1,0;
- формули – у редакторі Equation;

Структура тексту:

1. Назва тез доповіді (великі літери, жирний шрифт, по центру, кегль - 14);
2. Прізвище та ініціали автора (жирний шрифт, праворуч, кегль - 14);
3. Відомості про автора: науковий ступінь, вчене звання, посада, місце роботи/навчання (звичайний шрифт, праворуч, кегль - 14, без виділення);
4. Ключові слова: мовою тез/ переклад на англійську мову;
5. Список використаних джерел (звичайний шрифт, по ширині).

Координатори конференції від ДТЕУ/КНТЕУ

Бондаренко Олена Сергіївна - завідувач кафедри маркетингу,
тел.: (044) 531 - 48 - 37

Клібанська Олена Миколаївна - відповідальний секретар, доцент кафедри маркетингу
За зміст, достовірність наведених фактів та оригінальність тез доповідей автор несе особисту відповідальність

Зразок оформлення тез

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ РЕКЛАМНИХ БЮДЖЕТІВ БРЕНДІВ

Дорошник К. Б.

магістр

Київський національний торговельно-економічний університет

Янковець Т. М.

к. е. н., доцент, доцент кафедри маркетингу

Київський національний торговельно-економічний університет

Ключові слова: бренд, рекламний бюджет, рекламна кампанія, конкурентне середовище, цільова аудиторія, медіа план.

Keywords: brand, advertising budget, advertising campaign, competitive environment, target audience, media plan.

Однією з головних проблем рекламної діяльності, що об'єднує діяльність науковців та підприємців, є визначення оптимального рівня рекламного бюджету бренду. Формування рекламного бюджету бренду – зазвичай нелегке завдання, адже необхідно створити баланс між можливостями та бажаннями компанії.

Неправильно визначений розмір бюджету може призвести до неефективності всієї рекламної кампанії бренду: при занадто малому бюджеті компанія недоотримує прибуток від продажів (лише частина цільової аудиторії була охоплена, були обрані дешеві канали комунікацій, а не ефективні і т.д.), при занадто великому бюджеті компанія просто викидає частину коштів на вітер (нерационально використаний або розподілений рекламний бюджет і т.д.). Тому одним з основних етапів розробки та планування рекламної кампанії бренду є визначення оптимального рівня рекламного бюджету [1].

Залежно від самого бренду, розмірів компанії, видів її діяльності, цінностей, традицій та поглядів керівництва застосовуються різні підходи до формування рекламних бюджетів брендів.

Список використаних джерел

1. Арнс У. Современная реклама / У. Арнс, К. Бове. – Тольятти : Дом Довгань, 2015. – 235 с.
2. Сьомінська С.Д. Реклама як інструмент покращення фінансових результатів та формування іміджу компанії / С.Д. Сьомінська, С.І. Моргул // Молодий Вчений. – 2018. – С. 750-753.
3. Зоріна О. І. Вплив маркетингових комунікацій на діяльність підприємств в сучасних умовах / О. І. Зоріна, В. Ю. Фадеєнко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2018. – С. 284-287.

ЗАЯВКА УЧАСНИКА

IV МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ:МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ»

15 березня 2022, м. Київ

Назва секції	
Тема доповіді	
Форма участі (заочна/участь у пленарному засіданні)	
Прізвище, ім'я, по-батькові	
Науковий ступінь, вчене звання	
Посада	
Установа	
Місто, країна	
Телефон	
Електронна адреса	
Додаткова інформація для оргкомітету (при потребі)	

*АНАЛОГІЧНО ЗАПОВНЮЄТЬСЯ ЗАЯВКА ДЛЯ КОЖНОГО
З СПІВАВТОРІВ*