

**Міністерство освіти і науки України
Державний торговельно-економічний університет
Кафедра світової економіки
Кафедра маркетингу**

СТОРИТЕЛІНГ В ЕКСПОРТНОМУ МАРКЕТИНГУ

**ПРОГРАМА СТУДЕНТСЬКОГО КРУГЛОГО СТОЛУ
(платформа Zoom)**

(Київ, 16 жовтня 2024 року)

Київ 2024

ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ

16 жовтня 2024 року

14:00–15:30 – у змішаному форматі

(Д-303 та на платформі Zoom)

Meeting ID: 468 024 6164

Passcode: 2023

РЕГЛАМЕНТ

Доповідь на засіданні – до 5 хв

Організаційний комітет студентського круглого столу

Анжеліка ГЕРАСИМЕНКО – голова оргкомітету, проректор з науково-педагогічної роботи та міжнародних зв'язків Державного торговельно-економічного університету;

Ганна ДУГІНЕЦЬ – заступник голови оргкомітету, завідувач кафедри світової економіки;

Олена БОНДАРЕНКО – заступник голови оргкомітету, завідувач кафедри маркетингу.

Члени організаційного комітету

Людмила КУДИРКО – кандидат економічних наук, професор, професор кафедри світової економіки;

Катерина ЛАДИЧЕНКО – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри світової економіки;

Олена НОВАК – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри світової економіки.

ПРОГРАМА СТУДЕНТСЬКОГО КРУГЛОГО СТОЛУ

Відкриття круглого столу, вітальне слово – Ганна ДУГІНЕЦЬ,
заступник голови оргкомітету, завідувач кафедри світової економіки.

Виступи учасників

№ п/п	ПІБ учасника	Доповідь
1	Дар'я ЛЮБАРЕЦЬ Факультет міжнародної торгівлі та права, 2 курс (ОС «бакалавр»), ОП «Міжнародні відносини та економічна дипломатія» <i>Науковий керівник</i> Ладиченко Катерина Іллівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри світової економіки	Стратегії сторітелінгу в економічній дипломатії
2	Ангеліна ЗАГОРУДЬКО Факультет міжнародної торгівлі та права, 3 курс (СО «бакалавр»), ОП «Міжнародні відносини та економічна дипломатія» <i>Науковий керівник</i> Дугінець Ганна Володимирівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри світової економіки	Цифрові інструменти формування бренду держави в міжнародних відносинах
3	Анастасія ГАРЬКАВА Факультет міжнародної торгівлі та права, 3 курс (СО «бакалавр»), ОП «Міжнародний бізнес» <i>Науковий керівник</i> Ружинскас Олександр Віталійович, доктор філософії, ст. викладач кафедри світової економіки	Сила національного бренду: вихід на міжнародні ринки під час війни

№ п/п	ПІБ учасника	Доповідь
4	<p>Вікторія ДІДКІВСЬКА Факультет міжнародної торгівлі та права, 2 курс (СО «бакалавр»), ОП «Міжнародні відносини та економічна дипломатія» <i>Науковий керівник</i> Ладиченко Катерина Іллівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри світової економіки</p>	Інструменти сторітелінгу у формуванні іміджу країни у міжнародній торгівлі
5	<p>Катерина КУЛАЧИНСЬКА Факультет міжнародної торгівлі та права, 3 курс (СО «бакалавр»), ОП «Міжнародні відносини та економічна дипломатія» <i>Науковий керівник</i> Дугінець Ганна Володимирівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри світової економіки</p>	Просування бренду держави на міжнародній арені
6	<p>Юлія МОРОЗОВА Факультет міжнародної торгівлі та права, 2 курс (СО «бакалавр»), ОП «Міжнародні відносини та економічна дипломатія» <i>Науковий керівник</i> Ладиченко Катерина Іллівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри світової економіки</p>	Роль культурних особливостей у просуванні національних брендів
7	<p>Діана СТЕПОВА Факультет міжнародної торгівлі та права, 2 курс (СО «бакалавр»), ОП «Міжнародний бізнес» <i>Науковий керівник</i> Кушнарченко Наталія Петрівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри світової економіки</p>	Сторітелінг як засіб подолання бар'єрів на ринках із високою конкуренцією

№ п/п	ПІБ учасника	Доповідь
8	<p>Мирослава СОКОЛОВА Факультет міжнародної торгівлі та права, 1 курс (СО «магістр»), ОП «Глобальний маркетинг» <i>Науковий керівник</i> Корж Марина Володимирівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри світової економіки</p>	<p>Сила наративу в експортному маркетингу</p>
9	<p>Марія МІЦЕНКО Факультет міжнародної торгівлі та права, 2 курс (СО «бакалавр»), ОП «Міжнародні відносини та економічна дипломатія» <i>Науковий керівник</i> Ладиченко Катерина Іллівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри світової економіки</p>	<p>Бренд-сторітелінг у комунікаційній стратегії: міжнародний досвід</p>
10	<p>Єгор ПРЯДКО Факультет міжнародної торгівлі та права, 3 курс (СО «бакалавр»), ОП «Міжнародний маркетинг» <i>Науковий керівник</i> Гончаренко Олена Віталіївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри світової економіки</p>	<p>Національний бренд на ринку відеоігор</p>
11	<p>Марія СВДЛЕР Факультет міжнародної торгівлі та права, 3 курс (СО «бакалавр»), ОП «Міжнародний менеджмент» <i>Науковий керівник</i> Кушнарєнко Наталія Петрівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри світової економіки</p>	<p>Аналіз світового ринку курячих яєць: економічні тенденції та експортні стратегії</p>

№ п/п	ПІБ учасника	Доповідь
12	<p>Олександра ЛАДИЧЕНКО Факультет торгівлі та маркетингу, 1 курс (СО «магістр»), ОП «Бренд-менеджмент» <i>Науковий керівник</i> Ягельська Катерина Юріївна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу</p>	<p>Профілі споживачів як основа сторітелінгу для розвитку бренду фінансової компанії</p>
13	<p>Анастасія АРБУЗОВА Факультет міжнародної торгівлі та права, 3 курс (СО «бакалавр»), ОП «Міжнародна економіка» <i>Науковий керівник</i> Ружинський Олександр Віталійович, доктор філософії, ст. викладач кафедри світової економіки</p>	<p>Використання цифрових платформ для просування експортних продуктів на міжнародних ринках: тренди та інноваційні стратегії</p>
14	<p>Іван СКОПЕЦЬ Факультет міжнародної торгівлі та права, 2 курс (СО «бакалавр»), ОП «Міжнародний бізнес» <i>Науковий керівник</i> Кушнарєнко Наталія Петрівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри світової економіки</p>	<p>Стійкість як бренд: як українські компанії будують довіру на світовому ринку</p>