

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ІСТОРІЇ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ, МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ПОТРЯСІНЬ

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

*Підсумкової студентської науково-практичної онлайн-конференції
(м. Ужгород, 27 трав
ня 2020 року)*

Ужгород
2020

УДК 005:339.138:339.9(043.2)

М 50

Менеджмент і маркетинг в умовах глобальних економічних потрясінь: збірник матеріалів Підсумкової студентської науково-практичної онлайн-конференції (м. Ужгород, 27 травня 2020 року) / відп. за вип. О.М. Дюгованець. Ужгород: ДВНЗ «УжНУ», 2020. 124 с.

У збірнику за матеріалами Підсумкової студентської науково-практичної онлайн-конференції «Менеджмент і маркетинг в умовах глобальних економічних потрясінь», що відбулась в Ужгородському національному університеті 27 травня 2020 року, вміщено тези доповідей студентів факультету історії та міжнародних відносин спеціальностей «Менеджмент», «Маркетинг» та «Міжнародний бізнес». Висвітлюються проблеми та актуальні питання менеджменту та маркетингу.

Відповідальний за випуск — завідувач кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту, кандидат економічних наук, доцент Дюгованець Олеся Михайлівна.

Рекомендовано до друку

*Вченою радою факультету історії та міжнародних відносин ДВНЗ «УжНУ»
(протокол № 2 від 12.06.2020 р.)*

За оформлення і зміст публікацій відповідають автори тез

© ДВНЗ «УжНУ», 2020

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	3
СЕКЦІЯ 1.	
СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ	
Балаж С. Планування і контроль проєкту	4
Біжко Р. Проблеми застосування маркетингового менеджменту на підприємстві	7
Денисов В. Методи оцінки ефективності системи управління кадровим потенціалом підприємства	10
Задорожній А. Напрями покращення фінансового стану лісгосподарських підприємств	16
Лисенко Р. PR-планування та його принципи	19
Попик В. Менеджмент проєктів зі сталого розвитку регіону на прикладі громадської організації «Aiesec»	24
Смерека К. Методи оцінки конкурентоздатності в системі менеджменту підприємства	28
Столяренко Д. Методи оцінки вартості підприємствам	32
СЕКЦІЯ 2. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	
МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ КРИЗОВИХ ЯВИЩ	
Бочкай М. Процес розробки маркетингової стратегії підприємства	35
Бровдій Я. Особливості управління комплексом маркетингу на українських підприємствах послуг фіксованого інтернет-зв'язку	38
Герзанич К. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування туристичного підприємства	42
Гладжикурка О. Управління рекламною діяльністю	46
Качур В. Дослідження комплексу трейд-маркетингу на оптово-роздрібному підприємстві	49
Криса В. Виробничий маркетинг в системі управління підприємством	54

Лешко Д. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємства	58
Мурга А. Роль логістики дистрибуцій товарів у системі маркетингу підприємства	62
Русин С. Маркетингові фактори впливу на формування конкурентоспроможності підприємства	66
Срібний Б. Дослідження підходів до визначення маркетингової стратегії ...	70
Щубелка Т. Визначення потреби в персоналі в рамках маркетингового планування і маркетингової діяльності підприємства	75

СЕКЦІЯ 3. МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Балаж С. Сучасні тенденції розвитку стартапів	81
Довба Т. Актуальні проблеми менеджменту в сучасних умовах розвитку економіки	84
Катілевська К. Теоретичні аспекти оцінювання сталого інноваційного розвитку підприємства	88
Лемак А. Сутність бренду та його роль у розвитку бізнесу	93
Лемак В. Діагностика стратегічної позиції підприємства	100
Лізанець Г. Аналіз сучасного стану та перспективи розвитку малого бізнесу в Закарпатській області	103
Попик В. Місце PR у сучасному менеджменті й підприємництві	107
Ямкова Ю. Управління інноваційними проектами	111
Ямкова Ю. Загальна характеристика інноваційного менеджменту та його роль в Україні	117

Наукове видання

**«МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ
В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ПОТРЯСІНЬ»**

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

Підсумкової студентської науково-практичної онлайн-конференції
(м. Ужгород, 27 травня 2020 року)

Формат 60x84/16. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman.
Умовн. друк. арк. 7,2. Зам. №53.

Редакційно-видавничий відділ
видавництва УжНУ «Говерла».
88015, м. Ужгород, вул. Заньковецької, 89.
E-mail: dep-editors@uzhnu.edu.ua