



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ІСТОРІЇ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

КАФЕДРА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ, МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

«ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ»

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

*Міжуніверситетського студентського науково-практичного
онлайн-семінару*

(м. Ужгород, 27 квітня 2021 року)

Ужгород

2021

УДК 005.1:658.8(043.2)

Т34

Теорія і практика сучасного менеджменту та маркетингу: збірник матеріалів Міжуніверситетського студентського науково-практичного онлайн-семінару (м. Ужгород, 27 квітня 2021 року) / відп. за вип. О.М. Дюгованець. – Ужгород: ДВНЗ «УжНУ», 2021. – 112 с.

У збірнику за матеріалами Міжуніверситетського студентського науково-практичного онлайн-семінару «Теорія і практика сучасного менеджменту та маркетингу», що відбувся в Ужгородському національному університеті 27 квітня 2021 року, вміщено тези доповідей студентів ДВНЗ «УжНУ» факультету історії та міжнародних відносин, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» та ВНЗ «Національна академія управління» спеціальностей «Маркетинг» та «Менеджмент», освітніх програм «Міжнародний менеджмент», «Бізнес-адміністрування». Висвітлюються теоретичні аспекти та актуальні питання практичного застосування менеджменту та маркетингу.

Відповідальний за випуск – завідувачка 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 № 3 від 06.05.2021 р.)

За оформлення і зміст публікації відповідають автори тез

© ДВНЗ «УжНУ», 2021

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. СУЧАСНИЙ МАРКЕТИНГ: АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	5
Башуцька А. Організаційне забезпечення маркетингової діяльності підприємства	5
Булеза С. Формування та реалізація рекламної стратегії у взаємозв'язку з маркетинговою політикою на ТОВ «ЗакарпаттяЄвроТранс»	8
Єрмаков О. Розвиток вітчизняного ринку медичних послуг в сучасних умовах	13
Зіденік Р. Інноваційний маркетинг в Україні	17
Кладіті Д. Сучасний стан екологічного маркетингу в Україні	20
Король Ю. Телевізійний маркетинг прямого відгуку в Україні	24
Ліченко В. Дослідження поведінки споживачів певного товару (підприємство ПАТ Укртелеком)	27
Міщенко А. Дослідження інфраструктури ринку	30
Морохович Б. Використання інструментів Інтернет-маркетингу в туризмі	34
Очкай А. Особливості ціноутворення в маркетинговій діяльності банку	38
Пеца С. Зростання ролі соціальних мереж в сучасному маркетингу	41
Савко С. Значення маркетингу в діяльності підприємств автомобільної галузі в Україні	48
Симкович К. Проблема сексизму в рекламі України	51
Хоха А. Дослідження конкурентного середовища підприємства «Sister's Aroma»	55
Шевчик М. Національний брендинг: проблеми визначення та підходи до трактування	58
Шпонтак Я. Використання маркетингу в квітковому магазині	63
Щелкунов О. Визначення стратегії розвитку підприємства за матрицею «зростання-частка ринку»	66

СЕКЦІЯ 2. СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ	71
Балаж С. Дослідження функціонального менеджменту на ТОВ «Березнянка»	71
Бочкай М., Срібний Б. Варіативність вибору стратегій в маркетинговому менеджменті на міжнародному рівні	75
Бочкай М. Маркетинговий підхід до комерціалізації інноваційного продукту	79
Герзанич К. Відповідність очікувань персоналу та планів керівництва фірми як фактор результативності бізнесу	82
Криса В., Русин.С. Використання маркетинг-менеджменту в зовнішньоекономічній діяльності підприємств	86
Криса В. Моделі лідерства та комунікативні технології формування групи послідовників лідера	89
Попик В. Застосування нецінової конкуренції на ТОВ «Colgate-Palmolive»	93
Ряска А. Конкурентне становище АТ «А-Банк» на банківському ринку України	98
Фомін О. Лідерство за цілями та парадокс Стокдейла: вимір антикризового управління	100
Штібель О. Організація праці менеджера за допомогою принципу Парето	105
Юска О. Комплементарність факторів лідерства та менеджменту в сучасному бізнесі.....	108

Технічна редакція та комп'ютерна верстка **Фоменко Я.Я.**

Формат 60×84/16. Гарнітура Times New Roman
Умов. друк. арк.: 6,51. Зам №40.

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