

## ШАНОВНІ КОЛЕГИ!

Міністерство освіти і науки України  
Уманський національний університет садівництва  
Кафедра маркетингу



Житомирський національний агроекологічний університет  
Кафедра маркетингу



V Всеукраїнська науково-практична  
Інтернет-конференція кафедри маркетингу  
Уманського національного університету садівництва

## Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики

23 жовтня 2020 року | м. Умань

### Мета конференції

Метою конференції є розвиток науки, а через неї й практики, поширення знань серед зацікавлених студентів, аспірантів, молодих вчених та практикуючих маркетологів.

### Секції конференції

1. Теоретичні аспекти розвитку маркетингу
2. Практика маркетингової діяльності підприємств: вітчизняний та міжнародний досвід
3. Сучасні тенденції розвитку маркетингу в глобальному конкурентному середовищі
4. Проблеми стратегічного маркетингу підприємств
5. Новітні технології та інструменти у сфері маркетингу
6. Інноваційні інструменти маркетингово-логістичних процесів
7. Кооперативний маркетинг в агробізнесі: проблеми і перспективи розвитку в Україні
8. Функціональні області маркетингу: виробництво, інновації, інвестиції, комунікації, персонал та ін.

### Інформація щодо конференції

**Робочі мови конференції:** українська, російська та англійська.

### **Участь безкоштовна!!!**

Після надсилання матеріалів очікуйте підтвердження про їх отримання.

Збірник тез буде надісланий учасникам заходу на електронну адресу, вказану в анкеті, протягом 15 днів після проведення конференції.

### Умови участі

До **22 жовтня 2020 року (включно)** необхідно надіслати відповідальному секретареві редакційної колегії **на електронну адресу** [olga-semenda@ukr.net](mailto:olga-semenda@ukr.net) наступні матеріали:

- 1) тези доповіді
- 2) анкету учасника

## Вимоги до оформлення

- ✓ Доповідь повинна бути виконана на актуальну тему, містити результати глибокого самостійного дослідження, її тези оформленні відповідно до встановлених вимог;
- ✓ Обсяг тез – не більше 4-ти сторінок при форматі сторінки А4 (297x210 мм), орієнтація – книжкова;
- ✓ Поля: верхнє, нижнє, праве та лівє – 20 мм;
- ✓ Шрифт – Times New Roman, кегель – 14, міжрядковий інтервал – 1; стиль – Normal;
- ✓ Перший рядок – (шрифт напівжирний всі прописні, вирівняний по центру) назва доповіді;
- ✓ Другий рядок - (шрифт напівжирний всі прописні, вирівняний по правій стороні) прізвище та ініціали автора; вчене звання або науковий ступінь (для осіб, які його мають);
- ✓ Третій рядок – (шрифт курсив, вирівняний по правій стороні) навчальний заклад (подвійний абзац), або місце роботи;
- ✓ Далі йде текст тез, вирівняний по ширині з відступом зліва 10 мм.
- ✓ Тези не підлягають додатковому редагуванню, тому вони мають бути ретельно підготовлені.
- ✓ Відповідальність за висвітлений матеріал у тезах несуть автори доповідей.

**Забороняється використовувати скановані об'єкти!**

## Приклад оформлення тез

*Назва секції*

**НАЗВА ТЕЗ**

**Петров А.А.**

*к.е.н., доцент кафедри маркетингу*

**Іванов І.І.**

*аспірант кафедри маркетингу*

*Уманський національний університет садівництва*

- Сторінки не нумеруються.
- Назва файлу має бути підписана українською мовою відповідно до **прізвища та ініціалів** учасника конференції (*наприклад: Васильєв С.Р.*)
  - Використана література (без повторів) оформлюється в кінці тексту під назвою «Література:». У тексті посилання позначаються квадратними дужками із вказівкою в них порядкового номера джерела за списком та через кому – номера сторінки (сторінок), наприклад: [5, с. 115]. Інший спосіб оформлення використаної літератури не допускається.

**Тези доповідей, які не відповідають вимогам або надіслані пізніше вказаного терміну, не розглядаються.**

## Приклад оформлення анкети учасника

### АНКЕТА УЧАСНИКА

**V Всеукраїнська науково-практична  
Інтернет- конференція кафедри маркетингу  
Уманського національного університету садівництва  
«Становлення та розвиток маркетингу в Україні:  
від теорії до практики»  
23 жовтня 2020 року | м. Умань**

Прізвище \_\_\_\_\_

Ім'я \_\_\_\_\_

По батькові \_\_\_\_\_

Місце роботи (організація) \_\_\_\_\_

Посада \_\_\_\_\_

Вчене звання \_\_\_\_\_

Наукова ступінь \_\_\_\_\_

Назва доповіді \_\_\_\_\_

#### Секційний напрямок конференції

1. Теоретичні аспекти розвитку маркетингу
2. Практика маркетингової діяльності підприємств: вітчизняний та міжнародний досвід
3. Сучасні тенденції розвитку маркетингу в глобальному конкурентному середовищі
4. Проблеми стратегічного маркетингу підприємств
5. Новітні технології та інструменти у сфері маркетингу
6. Інноваційні інструменти маркетингово-логістичних процесів
7. Кооперативний маркетинг в агробізнесі: проблеми і перспективи розвитку в Україні
8. Функціональні області маркетингу: виробництво, інновації, інвестиції, комунікації, персонал та ін.

Тел.: \_\_\_\_\_

Ел. адреса \_\_\_\_\_

## Контактна інформація

Додаткову інформацію можна отримати за телефонами  
**(04744) 3-18-24,**

Відповідальний секретар редколегії збірника:

**0509370656 Семенда Ольга Володимирівна**

e-mail: olga-semenda@ukr.net