**Батумский государственный университет
имени Шота Руставели, Грузия**

****Национальный институт экономических исследований, Грузия**

****

**Национальный авиационный университет, Украина**

Международная научно-практическая конференция

**«Глобальный маркетинг: анализ и вызовы современности»**

16-17 мая 2019 года (*Батуми, Грузия*)

Уважаемые ученые, преподаватели вузов, аспиранты, представители бизнеса, правительственных и общественных структур!

Приглашаем Вас принять участие в работе Международной научно-практической конференции на тему **«Глобальный маркетинг: анализ и вызовы современности»**, которая состоится 16-17 мая 2019 года на базе Батумского государственного университета имени Шота Руставели (Батуми, Грузия).

Это международное собрание ученых и практиков, которое будет посвящено современным трендам в маркетинге, а также вопросам цифровой трансформации маркетинга. Одним из важных атрибутов конференции является возможность опубликовать научные достижения в сборнике трудов. На конференцию принимаются материалы преподавателей вузов, ученых научно-исследовательских учреждений, аспирантов, магистров, представителей органов государственного и местного самоуправления, предприятий, финансовых учреждений, специалистов, имеющих научно-практические интересы по тематике конференции.

**Цель конференции:** комплексный анализ актуальных трендов в инновационных процессах маркетинга в современных условиях мировой экономики и содействие их практическому внедрению.

**Форма участия:** дистанционная.

**Язык конференции:** грузинский, украинский, русский, английский.

**Координаты организационного комитета в Грузии:**

**Badri Gechbaia**, PhD in Economics, Associate Professor,

Batumi Shota Rustaveli State University, Head of Business Administration, Management and Marketing Department, Georgia

**Координаты организационного комитета в Украине:**

**Анна Валериевна Шевченко**, кафедра маркетинга,
Национальный авиационный университет

Телефон: +38 (068) 147-44-59

Электронный адрес: conference@nau.in.ua

**Организационный комитет конференции:**

**Natela Tsiklashvili –** Doctor of Economic, Professor, Deputy Rector of Batumi Shota Rustaveli State University, Georgia.

**Vladimer Glonti –** Doctor of Economic Sciences, Professor, Dean of Faculty of Economics and Business, Batumi Shota Rustaveli State University, Georgia.

**Serhii Smerichevskyi**– Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of Department of Marketing, National Aviation University, Ukraine.

**Igor Britchenko –** Doctor Habil., Professor of State Higher Vocational School Memorial of Prof. Stanislaw Tarnowski, Poland.

**Rezo Manvelidze –** Doctor of Economic Sciences, Professor, Faculty of Economics and Business, Batumi Shota Rustaveli State University, Georgia.

**Asie Tsintsadze –** Doctor of Economic, Professor, Faculty of Economics and Business, Batumi Shota Rustaveli State University, Georgia.

**Gela Manuladze –** PhD, Professor, Faculty of Economics and Business, Batumi Shota Rustaveli State University, Georgia.

**Paata Aroshidze** – Associate Professor, Faculty of Economics and Business, Batumi Shota Rustaveli State University, Georgia.

**Badri Gechbaia –** PhD in Economics, Associate Professor, Faculty of Economics and Business, Batumi Shota Rustaveli State University. Director of National Institute of Economic Research, Georgia.

**Ramin Tsinaridze** **–** PhD, Assistant Professor, Faculty of Economics and Business, Batumi Shota Rustaveli State University, Georgia.

**George Abuselidze** **–** Doctor of Economics, Associate Professor, Faculty of Economics and Business, Batumi Shota Rustaveli State University, Georgia.

**Tetiana Kniazieva –** Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Professor at Department of Marketing, National Aviation University, Ukraine.

**Направления работы конференции:**

Секция 1. Интернет продвижение продуктов и брендов.

Секция 2. Современные тренды Digital-рынка.

Секция 3. Эффективная работа с социальными сетями.

Секция 4. Территориальный маркетинг.

Секция 5. Поисковый маркетинг.

Секция 6. Социально-ответственный маркетинг.

Секция 7. Экологический маркетинг.

Секция 8. Цифровые трансформации маркетинга.

Секция 9. Контекстная реклама.

Секция 10. Стратегии использования инструментов маркетинга.

Секция 11. Социально-психологические аспекты поведения потребителей.

Секция 12. Ключевые инструменты политической рекламы.

Для участия в конференции необходимо не позднее **12 апреля 2019 года:**

- отправить на электронный адрес Оргкомитета в Украине conference@nau.in.ua тезисы доклада, подготовленные в текстовом редакторе Microsoft Word;

- заполнить заявку на участие в конференции ([ссылка на форму](https://goo.gl/forms/dlZecqgiysplsKmo2)).

После рассмотрения Оргкомитетом конференции полученных материалов на электронный адрес автору будет отправлено сообщение о принятии материалов и реквизиты для оплаты расходов (подготовка к печати и публикация тезисов, а также для оплаты расходов почтовой отправки сборника и сертификата участника\*).

\*Сертификат может считаться документом, который подтверждает международный опыт кандидата на получение звания доцента и профессора в соответствии с новым Порядком утверждения решений о присвоении ученых званий, утвержденного Постановлением Кабинета Министров Украины от 19 августа 2015 года № 656.

Материалы конференции будут издаваться в виде сборника тезисов докладов (в электронном и печатном вариантах). Тезисы могут быть написаны на **грузинском, украинском, русском, английском языках.**

**Стоимость участия в конференции** для граждан Украины составляет 500 грн. (для граждан других стран – $30). Все участники конференции будут обеспечены сборником тезисов конференции и сертификатом об участии. Участники конференции смогут презентовать сборник материалов и сертификат как подтверждение участия в международной конференции.

• Тезисы доклада предоставляются только по электронной почте. Объем тезисов – до пяти полных страниц формата А4 (297х210 мм), включая рисунки, таблицы, список литературы.

• Перечень использованной литературы размещается в конце текста и оформляется согласно положениям.

• Ссылки по тексту размещают в квадратных скобках.

• Тезисы следует набирать в текстовом редакторе Word, гарнитура Times New Roman, размер: для основного текста 14 пт, для перечисления литературных источников 12 пт.), интервал – полуторный. Поля текста: верхнее 30 мм, нижнее 25 мм, левое 30 мм, правое 20 мм.

• Формулы и обозначения набирать в редакторе формул MathType 6.0 или Microsoft Equation 3.0, как отдельный объект.

• Тезисы студентов публикуются только в соавторстве с научным руководителем.

***Материалы, оформленные с отклонениями от установленных требований,
не принимаются для размещения на дискуссионном поле конференции
и последующей публикации.***

**Пример оформления тезисов:**

*Секция: Интернет продвижение продуктов и брендов.*

**Иващенко М. С., аспирант**Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины
г. Киев, Украина

**Гусев О. В., к.т.н., доцент**Национальный технический университет Украины

«Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского»
г. Киев, Украина

**ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ БРЕНДОВ
В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ**

**Текст тезисов.**

**Литература:**

1. Захарова О. Д. Теоретические аспекты определения экономической сущности понятия «региональная система» в контексте регионализации экономики. *Экономика и управление*. 2007. № 1. С. 46-51.