**Батумський державний університет   
імені Шота Руставелі, Грузія**

****Національний інститут економічних досліджень, Грузія**

****

**Національний авіаційний університет, Україна**

Міжнародна науково-практична конференція

**«Глобальний маркетинг: аналіз і виклики сучасності»**

16-17 травня 2019 року (*Батумі, Грузія*)

Шановні вчені, викладачі вузів, аспіранти, представники бізнесу,   
урядових і громадських структур!

Запрошуємо Вас взяти участь у роботі Міжнародної науково-практичної конференції на тему **«Глобальний маркетинг: аналіз і виклики сучасності»**, яка відбудеться 16-17 травня 2019 року на базі Батумського державного університету імені Шота Руставелі (Батумі, Грузія).

Це міжнародне зібрання вчених і практиків, яке буде присвячено сучасним трендам в маркетингу, а також питанням цифрової трансформації маркетингу. Одним із важливих атрибутів конференції є можливість опублікувати наукові досягнення в збірнику праць. На конференцію приймаються матеріали викладачів вузів, вчених науково-дослідних установ, аспірантів, магістрів, представників органів державного і місцевого самоврядування, підприємств, фінансових установ, фахівців, що мають науково-практичні інтереси по тематиці конференції.

**Мета конференції:** комплексний аналіз актуальних трендів в інноваційних процесах маркетингу в сучасних умовах світової економіки і сприяння їх практичному впровадженню.

**Форма участі:** дистанційна.

**Мова конференції:** грузинська, українська, російська, англійська.

**Координати організаційного комітету в Грузії:**

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

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

**Координати організаційного комітету в Україні:**

**Анна Валеріївна Шевченко**, кафедра маркетингу,  
Національний авіаційний університет

Телефон: +38 (068) 147-44-59

Електронна адреса: [conference@nau.in.ua](mailto:conference@nau.in.ua)

**Організаційний комітет конференції:**

**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.

**Секції конференції:**

Секція 1. Інтернет просування продуктів і брендів.

Секція 2. Сучасні тренди Digital-ринку.

Секція 3. Ефективна робота з соціальними мережами.

Секція 4. Територіальний маркетинг.

Секція 5. Пошуковий маркетинг.

Секція 6. Соціально-відповідальний маркетинг.

Секція 7. Екологічний маркетинг.

Секція 8. Цифрові трансформації маркетингу.

Секція 9. Контекстна реклама.

Секція 10. Стратегії використання інструментів маркетингу.

Секція 11. Соціально-психологічні аспекти поведінки споживачів.

Секція 12. Ключові інструменти політичної реклами.

Для участі в конференції необхідно не пізніше **12 квітня 2019 року:**

- відправити на електронну адресу Оргкомітету в Україні [conference@nau.in.ua](mailto:conference@nau.in.ua) тези доповіді, підготовлені в текстовому редакторі Microsoft Word;

- заповнити заявку на участь в конференції ([ссылка на форму](https://goo.gl/forms/dlZecqgiysplsKmo2)).

Після розгляду Оргкомітетом конференції отриманих матеріалів на електронну адресу автору буде надіслано повідомлення про прийняття матеріалів і реквізити для оплати витрат (підготовка до друку та публікація тез, а також для оплати витрат поштового відправлення збірника та сертифікату учасника\*).

\*Сертифікат може вважатися документом, який підтверджує міжнародний досвід кандидата на здобуття звання доцента і професора відповідно до нового Порядку затвердження рішень про присвоєння вчених звань, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 19 серпня 2015 року № 656.

Матеріали конференції будуть видаватися у вигляді збірника тез доповідей (в електронному та друкованому варіантах). Тези можуть бути написані **грузинською, українською, російською, англійською мовами.**

**Вартість участі в конференції** для громадян України становить 500 грн.(для громадян інших країн – $30). Всі учасники конференції будуть забезпечені збірником тез конференції та сертифікатом про участь. Учасники конференції зможуть презентувати збірник матеріалів і сертифікат як підтвердження участі в міжнародній конференції.

• Тези доповіді надаються тільки по електронній пошті. Обсяг тез – до п'яти повних сторінок формату А4 (297х210 мм), включаючи рисунки, таблиці, список літератури.

• Список використаної літератури розміщується наприкінці тексту і оформлюється згідно з положенням.

• Посилання по тексту розміщують в квадратних дужках.

• Тези слід набирати в текстовому редакторі Word, гарнітура Times New Roman, розмір: для основного тексту 14 пт, для перерахування літературних джерел 12 пт.), інтервал – полуторний. Поля тексту: верхнє 30 мм, нижнє 25 мм, ліве 30 мм, праве 20 мм.

• Формули і позначення набирати у редакторі формул MathType 6.0 або Microsoft Equation 3.0, як окремий об’єкт.

• Тези студентів публікуються тільки в співавторстві з науковим керівником.

***Матеріали, оформлені з відхиленнями від встановлених вимог,***

***не приймаються для розміщення на дискусійному полі конференції***

***і подальшої публікації.***

**Приклад оформлення тез:**

*Секція: Інтернет просування продуктів і брендів.*

**Іващенко М. С., аспірант**Національний університет біоресурсів і природокористування України  
м. Київ, Україна

**Гусєв О. В., к.т.н., доцент**Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»  
м. Київ, Україна

**ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ПРОСУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ БРЕНДІВ**

**В ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРІ**

**Текст тезисів.**

**Література:**

1. Захарова О. Д. Теоретичні аспекти визначення економічної сутності поняття «регіональна система» в контексті регіоналізації економіки. *Економіка та управління*. 2007. № 1. С. 46-51.