



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ



ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



УНІВЕРСИТЕТ INHOLLAND (НІДЕРЛАНДИ)



ОРХУСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ (ДАНІЯ)



ВРОЦЛАВСЬКИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (ПОЛЬЩА)



НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН ім. Б. ГАВРИЛИШИНА



КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН



УКРАЇНСЬКО-НІДЕРЛАНДСЬКА ФАКУЛЬТЕТ-ПРОГРАМА

## «ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ЕКОНОМІЧНОГО І СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО РОЗВИТКУ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД»

- **XVII Міжнародна науково-практична конференція**
  - для молодих учених та студентів
  - **27-28 березня 2024 року**

СЕКЦІЯ 1 – Міжнародні економічні відносини у XXI столітті

СЕКЦІЯ 2 – Перспективи розвитку національної економіки

СЕКЦІЯ 3 – Міжнародне середовище бізнесу та маркетингу

СЕКЦІЯ 4 – Новітні підходи в теорії та практиці міжнародного менеджменту

СЕКЦІЯ 5 – Сучасні інформаційні технології та штучний інтелект

СЕКЦІЯ 6 – Міжкультурні комунікації та ділове спілкування

Робочі мови  
конференції:

українська

англійська

польська

## Вимоги до оформлення тез:

Приймаються до друку тези доповіді обсягом 1-2 сторінки, набрані у Microsoft Word у форматі \*.doc, \*.docx або \*.rtf. Шрифт Times New Roman, кегль 14. Міжрядковий інтервал – 1. Поля – 20 мм. Абзац – 10 мм. Назва файлу повинна відповідати прізвищу першого співавтора.

Прізвище та ім'я автора, співавторів (не більше двох) пишуться справа курсивом; під ними – навчальний заклад/установа, місто; через два інтервали – назва тез великими літерами; через два інтервали – текст.

*Роботи, не представлені у встановлений термін, розглядатися не будуть!*

### Зразок оформлення тез:

*Мазур Віктор*  
Західноукраїнський національний університет  
м. Тернопіль

## КЛЮЧОВІ ДЕТЕРМІНАНТИ СУЧАСНИХ АЛЬТЕРНАТИВ ЗОВНІШНЬОЇ ПРЯМОЇ РЕКЛАМИ

На сучасному етапі розвитку маркетингу класична зовнішня реклама інколи піддається критиці з боку фахівців, споживачів та теоретиків. Доцільно виділити наступні аргументи:

– інформаційний шум (перенасичення елементів у певному комунікаційному каналі спонукає викривлення повідомлень, надісланих джерелом комунікаційного процесу);

– висока вартість;

– низька ефективність «точок контакту із споживачем» з позиції однієї з теорій поведінки споживачів – CDJ (Consumers Decision Journey);

– популяризація рухів проти зовнішньої реклами (до прикладу, міста без зовнішньої реклами – Сан Пауло, Гренобль, Ченнаї, Тегеран) наразі навіть в Парижі та Нью-Йорку [1; 2].

...

### Перелік використаних джерел:

1. Edelman D. Branding in the Digital Age: You're Spending Your Money in All the Wrong Places. *Harvard Business Review*. 2010. URL: <https://hbr.org/2010/12/branding-in-the-digital-age-youre-spending-your-money-in-all-the-wrong-places/ar/1> (Last accessed 24.01.2020).

Просимо заповнити онлайн заявку за цим посиланням:

<https://docs.google.com/forms/d/1k2yNilqfL6Xqzp9cZuxMMUkzJz7QUElF5v1BXuSxI84/edit>

Організаційний внесок за участь і публікацію тез - **100 грн.**

- публікація тез у збірнику конференції, сертифікат учасника (за необхідністю), отримання збірника у pdf форматі на електронній пошті

Оплату організаційного внеску потрібно здійснювати шляхом поповнення **карткового рахунку:**

**ПриватБанк**

**4149 5100 9701 7380**

**Одержувач – Мазур Наталія Степанівна**

**від П.І.Б.**

- Тези доповіді, копію квитанції про оплату та заявку (у випадку її заповнення не через веб-форму) просимо надсилати **до 28 лютого 2024 р.** в електронному вигляді на e-mail: [ierwunuconf@gmail.com](mailto:ierwunuconf@gmail.com)
- Просимо підтвердити участь у конференції **до 28 лютого 2024 р.**

## **АДРЕСА ОРГКОМІТЕТУ:**

**Кафедра міжнародних економічних відносин, ЗУНУ**

- вул. Львівська 11, каб.1412,
- м. Тернопіль, Україна, 46009
- Кафедра міжнародних економічних відносин

**тел. 0972241177**

**тел. 0506727323**

**E-mail: [ierwunuconf@gmail.com](mailto:ierwunuconf@gmail.com)**