**Научная программа**

**Всероссийской студенческой научно-практической конференции**

**«Менеджмент и маркетинг: вызовы XXI века»**

***Секция 1:*** Менеджмент в парадигме изменения доминант поведения социально-экономических субъектов потребительских и институциональных рынков.

***Краткое описание секции:*** В данной секции будут представлены доклады и проведена дискуссия о разнообразии управленческих подходов к достижению высокой эффективности производства и высокого потенциала компании на основе понимания тенденций в изменении поведения персонала, конечных и институциональных потребителей и удовлетворении их потребностей, выгод, ценностей; об эффективности проектного подхода к управлению организацией; будут подняты вопросы об адаптации менеджмента к кросс-культурным различиям персонала, потребителей в условиях глобализации экономики.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Тип доклада: пленарный, устный, стендовый | ФИО докладчика | Название доклада | Молодой ученый \*  |
| Устный | Аблаева Т.Д. | Понятие кросс-культурного менеджмента | + |
| Устный | Акишева Т.О., Летунов Е.Д. | Менеджмент и маркетинг в организациях различных отраслей и сфер деятельности, современные тенденции в рекламе российских банков | + |
| Устный | Бривкина А.С.  | Принципы и элементы эффективной системы управления персоналом  | + |
| Стендовый | Васильева Д.К. | Алгоритм описания бизнес-процессов организации | + |
| Устный | Далёкин П.И. | Оценка и учет расходов на проекты НИОКР в Российской Федерации | + |
| Стендовый | Дзюба Д.А. | Анализ перспективных регионов для развития биоэнергетики в России | + |
| Устный | Жaкупбеков Р.С. | Брендинг и бренд-менеджмент | + |
| Пленарный | Жукова А.А. | Перспективы использования проектного управления в экономике региона | + |
| Устный | Кравцова Т.В. | Специфика реинжиниринга бизнес-процессов на энергетических предприятиях  | + |
| Стендовый | Кудасов А.Е. | Типология культур Ричарда Льюиса как инструмент кросс-культурного менеджмента в XXI веке  | + |
| Устный | Кудеева А.Р. | Аутсорсинг в управлении проектами | + |
| Устный | Маковкина Е.И. | Конкурентная разведка в международном бизнесе | + |
| Пленарный | Мокеев К.В., Кудасов А.Е. | Кросс-культурный менеджмент как исторически выверенная парадигма ведения бизнеса в конъюнктуре рыночных отношений современности | + |
| Устный | Орешкина Е.А. | Управление проектами в области информационных технологий: проблемы и пути решения | + |
| Устный | Осипова Д.С. | Влияние вступления России в ВТО на развитие инновационных процессов | + |
| Устный | Петраш А.А. | Проблемы развития детских дошкольных учреждений  | + |

***Секция 2:*** Управление конкурентоспособностью в парадигме изменения доминант поведения конечных и институциональных потребителей

***Краткое описание секции:*** В данной секции будут представлены доклады и проведена дискуссия о разнообразии подходов к управлению конкурентоспособностью государства, организации, территории, продукта, в условиях гиперконкуренции; о факторах, усиливающих и ослабляющих конкуренцию в различных отраслях народного хозяйства. Будут подняты вопросы о принятии эффективных управленческих и маркетинговых решений по повышению конкурентоспособности субъектов и объектов, достижению конкурентного преимущества, значимого для конечного и институционального потребителя; о новых методических подходах к оценке конкурентоспособности государства, организации, территории, продукта.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Тип доклада: пленарный, устный, стендовый | ФИО докладчика | Название доклада | Молодой ученый \*  |
| Пленарный | Барышникова И.А. | Digital Marketing как способ повышения конкурентоспособности компании  | + |
| Устный | Беляева А.С.  | Управление конкурентоспособностью организации | + |
| Устный | Блинова И.А.  | Тенденции управления развитием российского сегмента интернет как элемента конкурентоспособности государства  | + |
| Пленарный | Боголюбова В.Е. | Изучение имиджа города как средства повышения его конкурентоспособности (на примере г. Далматово)  | + |
| Устный | Бондаренко А.В. | Управление качеством продукции как условие конкурентоспособности промышленного предприятия  | + |
| Устный | Емельянова О.В.Спиридонова П.В. | Управление конкурентоспособностьюстроительной организации | + |
| Устный | Захаров Г.К.  | Роль конкуренции в рыночной экономике | + |
| Стендовый | Кайбичева Е.И.  | Управление конкурентоспособностью территории с использованием маркетинга: российский опыт | + |
| Стендовый | Мишинева М.А. | Проблемы в управлении малым бизнесом в России | + |
| Устный | Орлова М.Ю. | К вопросу о конкурентоспособности вуза | + |
| Устный | Руденайте Т.А. | Оценка качества услуг в рамках инновационного развития | + |
| Устный | Рушищкий И.Е. | К вопросу о повышения эффективности и конкурентоспособности сельхозпредприятий Свердловской области  | + |
| Устный | Фотеева Н.А.  | Развитие педагогического персонала как фактор повышения конкурентоспособности дошкольного образовательного учреждения в Российской Федерации  | + |
| Устный | Хозацкая А.В. | Конкуренция в сфере продаж строительных материалов между сетевыми гипермаркетами и интернет-магазинами  | + |
| Стендовый | Шувалов М.Э. | Стили управления и их применение в организации | + |

***Секция 3:*** Изменение доминант поведения социально-экономических субъектов потребительских и институциональных рынков.

***Краткое описание секции:*** В этой секции будут представлены доклады и проведена дискуссия о тенденциях в изменении стереотипов и доминант потребительского поведения в не зависимости от вида рынка, о концептуальных вопросах изменения мотивации потребителей, о разнообразии конструктов, относящихся к потребительскому поведению; будут подняты вопросы о необходимости проведения систематических и объективных маркетинговых исследований динамично меняющихся доминант потребительского поведения на современных рынках для принятия обоснованных стратегических и тактических маркетинговых решений.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Тип доклада: пленарный, устный, стендовый | ФИО докладчика | Название доклада | Молодой ученый \*  |
| Стендовый | Бабинова Ю.К.Баландина О.В.  | Маркетинговое исследование рынка косметики и парфюмерии | + |
| Пленарный | Вопилова О.А. | Методика оценивания лояльности клиентов  |  |
| Устный | Гасанов СаибАкиф-оглы | Потребительское восприятие собственных торговых марок розничных сетей  | + |
| Устный | Гермель С.К. | Инструменты манипулирования сознанием потребителей |  |
| Устный | Евмешкина Т.В.  | Выявление вкусовых предпочтений желированных изделий у потребителей |  |
| Стендовый | Жилков М.В.  | Поведение современного потребителя в условиях кризиса | + |
| Устный | Кронидова Л.П.  | Управление лояльностью потребителей к бренду на рынке натуральной косметики: российский и зарубежный опыт  |  |
| Пленарный | Марченко Т.А.  | Поведение потребителей на основе анализа соционических типов |  |
| Устный | Николаева Л.А. | Особенности потребительского поведения россиян в 2017 году |  |
| Устный | Перевозчиков К.И.  | О развитии подхода к сегментированию «зеленых» потребителей |  |
| Устный | Пестрикова Е.П. | Поведение потребителей: теоретические и практические аспекты | + |
| Стендовый | Путинцева А.К. | Типы потребительского поведения в России  | + |
| Пленарный | Чуйкова В.А.Быстрых Д.А. | Поведение потребителей в условиях кризиса  | + |

***Секция 4:*** Технологии маркетинга в парадигме изменения доминант поведения конечных и институциональных потребителей

***Краткое описание секции:*** В данной секции будут представлены доклады и проведена дискуссия о разнообразии маркетинговых технологий по удовлетворению динамично меняющихся потребностей, выгод, ценностей потребителей; об инновационных и креативных подходах к маркетинговой деятельности на потребительских и институциональных рынках. Будут подняты вопросы о важности подстройки маркетинговых технологий к потребностям, выгодам, ценностям конечных и институциональных потребителей на основе системы маркетинговых исследований и анализа.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Тип доклада: пленарный, устный, стендовый | ФИО докладчика | Название доклада | Молодой ученый \*  |
| Устный | Батыршина Ю.Г. | Сетевой маркетинг как современная форма ведения бизнеса | + |
| Пленарный | Басова А.В. | Нестандартные подходы в развитии концепций маркетинга: латеральный маркетинг  | + |
| Устный | Белькова М.А.  | Подсознательный маркетинг: практика манипуляции известных брендов потребителями  | + |
| Стендовый | Бочарникова Е.В. | Фирменный стиль как визуализация ценностей бренда  | + |
| Пленарный | Биленец Л.Ю. | Содержание маркетинговых исследований в современном бизнесе  | + |
| Устный | Вахрушева О.В.  | Особенности маркетинговой деятельности в муниципалитете  | + |
| Устный | Захарова Э.Э. | Позиционирование продукции компании «Аква VS» на региональном уровне  | + |
| Устный | Иванова О.А. | Формирование маркетинговой стратегии | + |
| Стендовый | Калинина Е.С.  | Гостиничное хозяйство и туризм как инструменты формирования и развития маркетингового потенциала территории (на примере свердловской области) | + |
| Устный | Каштанова А.Ю. | Теоретические аспекты и перспективы использования вирусного маркетинга  | + |
| Устный | Мальцева А.В.  | Маркетинговые стратегии выхода на внешние рынки  | + |
| Устный | Мызникова Н.И.  | Международный маркетинг в условиях глобализации  | + |
| Стендовый | Осинцева Е.А. | Сенсорный маркетинг и формирование образа бренда  | + |
| Устный | Полтавский С.А. | Проблемы деятельности ресторана быстрого питания и пути их решения  | + |
| Стендовый | Якубец И.С. | Аромамаркетинг – важнейший инструмент современного маркетинга  | + |

***Секция 5:*** Маркетинговые коммуникации в парадигме изменения доминант поведения конечных и институциональных потребителей

***Краткое описание секции:*** В данной секции будут представлены доклады и проведена дискуссия о новом взгляде на продвижение: от понимания продвижения с помощью пяти элементов продвижения до системы маркетинговых коммуникаций: традиционных маркетинговых коммуникаций, коммуникаций нового поколения и неформальных коммуникаций; будут подняты вопросы о необходимости мобильного и гибкого подхода к разработке скоростных и интерактивных маркетинговых коммуникаций на основе исследования и анализа потребностей, выгод, ценностей конечных и институциональных потребителей.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Тип доклада: пленарный, устный, стендовый | ФИО докладчика | Название доклада | Молодой ученый \*  |
| Пленарный | Акишева Т.О. | Таргетинг как инструмент маркетинговых коммуникаций(на примере социальной сети ВКонтакте) | + |
| Устный | Андриенко Д.В.Дубина А.Ф. | Использование ТРИЗ в качестве инструмента продвижения на рынок инновационного продукта | + |
| Стендовый | Бабенков А.В. | Маркетинг и реклама на В2В-рынках: каналы коммуникации и тенденции | + |
| Устный | Бороздина Н.А. | Особенности передачи информационных и рекламных сообщений абонентам операторов сотовой связи посредством CRM-кампаний  | + |
| Устный | Будзан А.Д. | Методы продвижения бизнес-аккаунта в Instagram  | + |
| Стендовый | Бурьяновская Н.А.  | Социальные сети как инструмент Public Relations | + |
| Устный | Владимирова В.В.  | PR как инструмент коммуникативной деятельности  | + |
| Устный | Голубцова О.В. | Политическая символика как средство коммуникации | + |
| Устный | Григорьев А.Ю. | Реклама в современных социальных сетях | + |
| Стендовый | Друзьянова А.А. | Наиболее эффективные площадки для Social Media Marketing  | + |
| Устный | Медведева А.С. | Социальные сети как инструмент современного маркетинга  | + |
| Устный | Медведева М.Е. | Креативные коммуникации: роскошь или необходимость будущего?  | + |
| Стендовый | Ниживенко М.А. | Целесообразность использования BTL-технологий в маркетинговой деятельности предприятия  | + |
| Устный | Полянинова Е.В. | Программы разработки продвижения страховых продуктов  | + |
| Пленарный | Скворцова А.Н. | Оценка эффективности рекламного воздействия с позиции нейромаркетинга  | + |
| Устный | Смирнова А.С. | «Dark marketing» в современных коммуникациях | + |
| Устный | Фахрутдинова А.Р. | Нативная реклама как инструмент digital-маркетинга | + |

\* «+» молодые ученые (участники мероприятия без ученой степени, с ученой степенью кандидата наук или PhD, возраст которых не превышает 35 лет на дату начала проведения мероприятия, с ученой степенью доктора наук, возраст которых не превышает 39 лет на дату начала проведения мероприятия)

Председатель программного комитета Древалев Андрей Анатольевич