

Шановні колеги!

Запрошуємо взяти участь
у роботі I Міжнародної науково-
практичної конференції
«Маркетинг і цифрові технології»,
яка відбудеться
в Одесі 29-30 травня 2014 р.

Мета конференції

обговорення наукових, практичних,
освітніх питань трансформації форм і
змісту маркетингової діяльності під
впливом інформаційних технологій

Напрямки роботи:

- Специфіка цифрового маркетингу в галузях та секторах економіки
- Маркетингові дослідження на основі цифрових технологій
- Маркетингові комунікації та цифрові технології
- Маркетинг-освіта в умовах інформатизації суспільства

Адреса оргкомітету:

Кафедра маркетингу
Одеський національний політехнічний
університет
пр. Шевченко, 1, Одеса, 65044
Тел. +38 (048) 705-84-43
<http://beiti.opu.ua/chairs/km>
E-mail: mar@beiti.opu.ua

ПРОГРАМНИЙ КОМІТЕТ

Голова

Оборський Г.О. – ректор ОНПУ, д.т.н., проф.,
заслужений працівник освіти України

Заступник голови

Філіппова С.В. – директор Інституту бізнесу
економіки та інформаційних технологій
ОНПУ, д.е.н., проф.

ОРГКОМІТЕТ

Окландер М.А. – завідувач кафедри маркетингу
ОНПУ, д.е.н., проф.

Шафалюк О.К. – голова підкомісії з маркетингу
НМК «Економіка і підприємництво», декан
факультету управління персоналом та маркетингу
КНЕУ, д.е.н., проф.

Пилипчук В.П. – заступник голови підкомісії з
маркетингу НМК «Економіка і підприємництво»,
заступник завідувача кафедри маркетингу КНЕУ,
к.е.н., проф.

Лилик І.В. – генеральний директор Української
Асоціації Маркетингу, Національний представник
ESOMAR в Україні, к.е.н., доц.

Дайновський Ю.А. – завідувач кафедри
маркетингу Львівської комерційної академії, д.е.н.,
проф.

Крикавський С.В. – завідувач кафедри
маркетингу і логістики НУ «Львівська
Політехніка», д.е.н., проф.

Максимова Т.С. – завідувач кафедри маркетингу
Східноукраїнського національного університету
імені Володимира Даля, д.е.н., проф.

Омельченко В.Я. – завідувач кафедри маркетингу
Донецького національного університету, д.е.н.,
проф.

Орлов П.А. – завідувач кафедри економіки і
маркетингу Харківського національного
економічного університету, д.е.н., проф.

Солнцев С.О. – завідувач кафедри промислового
маркетингу НТУ України «Київський
політехнічний інститут», д.ф-м.н., проф.

Для участі у конференції необхідно:

Надіслати на електронну адресу
mar@beiti.opu.ua до **10 квітня 2014 року:**

- а) тези доповіді (Іванов В.В._тези)
- б) заявку (Іванов В.В._заявка)
- в) відскановану квитанцію про оплату організаційного внеску з обов'язковим указанням ПІБ (Іванов В.В._квитанція)

Вартість організаційного внеску:

- дистанційна участь – 150 грн.
- очна участь – 300 грн.

Реквізити для оплати:

Одержувач: ПАТ Приватбанк
Код ЄДРПОУ банку: 14360570
Код МФО банку: 305299
Рахунок одержувача: 29244825509100
Призначення платежу:
організаційний внесок за участь у
конференції ПІБ учасника
Номер карти № 5168757221089651
Чукурна Олена Павлівна
ПІН 2835500564

Проїзд, проживання, харчування за
рахунок учасників

Телефон для довідок:

Чукурна Олена Павлівна –
відповідальний секретар
(0972854463)

ЗАЯВКА УЧАСНИКА

ПІБ _____
Науковий ступінь _____
Вчене звання _____
Посада _____
Організація _____
Назва доповіді _____
Адреса _____
Індекс _____
Тел.: _____
E-mail _____
Потреба в готелі: _____
Планую:
виступити з доповіддю _____
взяти участь як слухач _____
дистанційну участь _____

Мови конференції: українська,
російська, англійська

УВАГА!

Тези доповіді будуть опубліковані до початку роботи конференції. Під час роботи конференції можна подати статтю до публікації у електронному періодичному виданні, що включене до переліку наукових фахових видань України «Економіка: реалії часу» (наказ МОН №654 від 31.05.2013). Видання входить до наступних інформаційних і наукометричних баз: Україніка Наукова, РІНЦ (Росія), Google Scholar (США), EBSCO Publishing (США), Index Copernicus, Ulrich's Periodicals Directory (США).

<http://economics.opu.ua/journal.html>

Правила оформлення тез доповідей:

- тези доповіді у редакторі MS Word надсилаються електронною поштою на адресу кафедри маркетингу ОНПУ mar@beiti.opu.ua за темою – «на конференцію ПІБ автора»
- обсяг 2 повні сторінки формату А4, орієнтація книжкова
- поля з усіх сторін – 2,0 см
- шрифт Times New Roman, кегель – 12
- міжрядковий інтервал – 1,0
- абзацний відступ – 1,25 см
- рисунки скомпоновані як єдиний об'єкт
- посилання на джерело і сторінки подаються в квадратних дужках
- структура тез:
 - 1 рядок ініціали та прізвище автора, шрифт напівжирний, справа
 - наступний рядок – назва організації, шрифт звичайний, справа
 - через один інтервал – назва великими літерами, шрифт напівжирний, центр
 - через один інтервал текст тез
 - через один інтервал – літературні джерела відповідно до порядку згадування в тексті, шрифт курсив

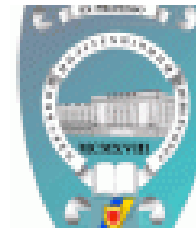
В.В. Іванов

Одеський національний політехнічний
університет

РЕКЛАМА В МОБІЛЬНИХ ПРИСТРОЯХ

Текст текст текст текст текст текст
текст текст текст текст текст [1, с. 13].

1. ЗУ «Про рекламу». – від 03.07.96 із змінами



**ОДЕСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ
ПОЛІТЕХНІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ**

**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ПОЛІТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ВГО «УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ
МАРКЕТИНГУ»**

**УНІВЕРСИТЕТ ПРИКЛАДНИХ НАУК
(ФРН, м. АУГСБУРГ)**

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЛИСТ

**МАРКЕТИНГ
І ЦИФРОВІ
ТЕХНОЛОГІЇ**

**I Міжнародна науково-практична
конференція**

**29-30 травня 2014 року
Одеса**