

СОДЕРЖАНИЕ

В.С. Андриевский Анализ соотношения риска и доходности акций компаний с различной капитализацией	7
Ю.Е. Анкинович Рекламные технологии в деятельности организаций	12
А.И. Антоненков, М.В. Михадюк, Е.В. Михадюк Современные тенденции стратегического менеджмента	17
С.В. Артёменко Корреляционный и регрессионный анализ как инструмент изучения связи между двумя и более переменными	21
М.Н. Базылева Трудовая миграция и ее роль в развитии организации	24
И.И. Воробьева Финансирование высшего образования в развитых странах: современные тенденции	28
О.В. Гамзюк Цифровизация и инновации в маркетинге и логистике	33
Ж.М. Голанова, А.Н. Саевец Прикладные аспекты использования видов психологического воздействия в рекламе	38
В.Е. Глушаков, Д.Г. Цыганков Конкуренция за потребителя в современных условиях	41
В.С. Голик, А.С. Сверлов, А.А. Цыганков Конъюнктура рынка промышленной продукции ЕАЭС	45
В.С. Голик, А.А. Цыганков, А.В. Петкевич, Е.И. Шендюкова, Двусторонние внешнеэкономические отношения Республики Беларусь с Кыргызской Республикой и Республикой Армения в условиях ЕАЭС	50
А.А. Голуб Камеральная налоговая проверка как приоритетная форма налогового контроля	53
К. И. Голубев О проблемах управления маркетингом вуза как некоммерческой организации	58
Гуз Е.А. Многокритериальная оценка конкурентоспособности вуза	62
Е. В. Демченко, И. А. Прохоренкова Рынок спортивных услуг: определение, особенности, структурные элементы маркетинга	65

Т. А. Езерская, Е. С. Янголь Антикризисный финансовый менеджмент: теоретические и прикладные аспекты	69
Ю. И. Енин, А. Ю. Дашко Совершенствование процессов бизнес-моделирования в условиях цифровой трансформации	74
Н.Н. Жилинская, Г.М. Корженевская Глобализация экономической войны	79
В.С. Зеньков Импортозамещение как основа социально- экономического развития Республики Беларусь	83
О.Л. Ковалева Практические аспекты ценовой политики: методы исследования восприятия цен	87
Г.А. Королёнок, С.Л. Тришина Выход на рынок конкурентоспособного товара в условиях конкурентной борьбы	93
О.Ф. Косач Экономико-математические методы прогнозирования вероятности банкротства организации	97
А.М. Котов Автоматизация процесса продаж на рынке FMCG	103
Н. П. Кохно, Л. М. Судиловская, М.В. Михадюк Закономерности функционирования технологических систем	106
Е. Г. Крылова, Н. С. Медведева, Е.С. Белобородая Клиентоориентированность в системе маркетинга компании	110
Е.В. Кудасова, В.С. Зеньков, Н.В. Павленко, А.А. Субцельная Позиционирование товара на целевом рынке (на примере СОАО “Коммунарка”)	115
Е.В. Кудасова, В.С. Зеньков, В.К. Гомон, В.А. Строк Совершенствование сайта предприятия как инструмент коммуникационной политики (на примере Gefest)	120
Е.В. Кудасова, Н.В.Соколова, И.Ч.Шарейко Анализ рынка онлайн-курсов	124
Г.С. Кузьменко, О.И. Румянцева Современные особенности денежно-кредитной политики стран с формирующимися рынками	128
К.А. Левчук, С.С. Ступчик, В.В. Шамело Влияние деловой репутации на деятельность организации	133
К.В. Мазик Тенденции развития маркетинговых коммуникаций в Республике Беларусь	137
Л.Н. Маркусенко Инновационное развитие и тенденции современного рынка труда	142

М.В. Мишкевич Управление внешнеэкономической деятельностью как условие повышения эффективности предприятия (на материале ООО «АЛЮТЕХ ИНКОРПОРЕЙТЕД»)	144
С.В. Основин, В.В. Адамович Инструменты маркетинговых коммуникаций, используемые для продвижения молочной продукции на современном рынке	148
В.В. Паневчик, В.В. Акулич От индустрии 4.0 к обществу 5.0	152
Н.А. Полещук, А.А. Новик Сущность и формирование фирменного стиля организации при выходе на внешние рынки	156
О.А. Пузанкевич, В.С. Малиновская Клиентоориентированные технологии банковского обслуживания как основная тенденция развития финансовых инноваций	161
О.А. Пузанкевич, А.А. Умецкая Оценка бизнеса в системе финансовой безопасности организации	165
И.Н. Рабыко Концептуальные определения риска и их влияние на природу банковских рисков	168
С.В. Разумова Современные маркетинговые стратегии. Тенденции и перспективы	173
О.И. Румянцева, Чжао Линьюнь Финансовые дисбалансы в мировой экономике: сущность и причины формирования	177
А. Н. Саевец Использование технологий брендинга для продвижения органической продукции	181
А.С. Сверлов, В.С. Голик, А.А. Цыганков Исследование рынка промышленной продукции ЕАЭС	185
А.С. Сверлов, А.А. Цыганков, В.С. Голик Систематизация закономерностей и оценка перспектив развития рынка промышленной продукции ЕАЭС	192
А.И. Субботенко Технологии коучинга в деятельности организации	200
Е.А. Сушкевич, Т.В. Ревницкая, Т.И. Маргулец Исследование отношения потребителей к продукции ОАО «Красный Мозырянин»	206
Е.А. Сушкевич, Т.В. Ревницкая, Т.А. Скалпешкина Брендинг организации в сфере FMCG	210
Ю.М. Трушин, В.А. Триллер Цифровая трансформация экономики	214

А.А. Цыганков, А.С. Сверлов, В.С. Голик Исследование положения белорусских производителей на рынке ЕАЭС	217
Н.В. Шутилина Проявления и последствия пандемии в деятельности субъектов туристической индустрии Беларуси	222
Лю Лэ, Ю.И. Енин Китайско-белорусский индустриальный парк как площадка реализации инновационных проектов государственно-частного партнерства	226
А.Н.Карп, Ю.И. Енин Маркетинговые коммуникации в деятельности Белорусского государственного академического музыкального театра	232
Ли Чжунхуа Общий анализ стримингового маркетинга	236
Ли Чжунхуа, Чжан Чжэньи Оптимизация конверсии веб-страницы в сфере электронной коммерции	244
Сао Hongwei Research on the Brand Value of Chinese Sports Marketing in the Information Age (Исследование ценности бренда китайского спортивного маркетинга в информационную эпоху)	249
Zhang Haiyan Analise development of TikTok live commerce (Анализ развития живой коммерции TikTok)	254
Li Zhonghua, Zhang Shuolei The development status and thinking of China's TV shopping to live streaming e-commerce (Статус развития и размышления о телевизионных покупках в Китае для потоковой электронной коммерции)	257
Ю.В. Вайрах, Е.С. Другова Маркетинговое продвижение музыкального продукта (на примере исполнителя «MORES»)	261
Ю.В. Вайрах, Е.С. Другова, А.В. Казорина Рекламная кампания как часть маркетинговых стратегий в стимулировании работы автосервиса D4 г. Иркутска	270
Nodar Grdzlishvili, Natia Gogolauri Ways to improve Human Resource Management in Local self-governments of Georgia (Пути улучшения управления человеческими ресурсами в органах местного самоуправления Грузии)	277
Hu Fangxin The Effects of ICTs on the “Arab Spring” (Влияние ИКТ на «арабскую весну»)	280
И.И. Гуторова Развитие ресторанного бизнеса: мировой и отечественный опыт	285
М. В. Петрович Хакинг социального поведения: сущность и методы реализации	288

Научное издание

**МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ:
ОПЫТ И ПРОБЛЕМЫ**

Сборник научных трудов

Под общей редакцией *к.э.н., доцента В.С. Голика*
Ответственный за выпуск *А.Н. Вараксин*

Подписано в печать 23.06.2022. Формат 60 x 84/16.
Бумага офсетная. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 16,97. Уч. изд. л. 20,05.
Тираж 70 экз. Заказ 67.

Издатель и полиграфическое исполнение:
индивидуальный предприниматель А.Н. Вараксин.
Свидетельство о государственной регистрации издателя,
изготовителя, распространителя печатных изданий
№ 1/99 от 02.12.2013.

E-mail: artmanager3@mail.ru