

Підсумки заочного конкурсу есе на економічну тематику 2024 р.

	П.І.П.	Тема	Обґрунтування актуальності теми (15 балів)	Додержання вимог щодо оформлення (10 балів)	Наявність власних оцінних суджень (30 балів)	Обґрунтування авторської позиції (30 балів)	Використання сучасних джерел (15 балів)	ВСЬОГО (100 балів)	МІСЦЕ
1	Шпак Ярина	РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	10	12	5	1	5	33	
2	Стельмах Олексій	РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	10	15	15	10	5	55	
3	Пенц Анна	РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	10	17	15	12	8	62	
4	Левчук Василь	РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	-	-	-	-	-	0	
5	Довганюк Євдокія	РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	10	17	15	10	6	58	
6	Гейко Ганна	РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	15	23	22	8	8	76	III місце
7	Гаврило Данило	РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	15	25	26	8	6	80	II місце
8	Брода Вероніка	РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	12	12	10	8	6	48	

9	Круцько Матвій	РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	13	6	19	18	12	68	
10	Крупська Вікторія	РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	15	8	28	28	14	93	I місце
11	Карплюк Катерина	РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	13	8	21	20	11	73	
12	Франчук Маргарита	ІНФЛЮЕНС- МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧА	13	7	22	22	8	70	
13	Теслюк Вікторія	ІНФЛЮЕНС- МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧА	13	9	27	24	12	85	I місце
14	Тарнавчик Олена	ІНФЛЮЕНС- МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧА	10	7	20	19	6	62	
15	Земляк Христина	ІНФЛЮЕНС- МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧА	12	8	26	25	4	75	III місце
16	Лісикевич Наталія	ІНФЛЮЕНС- МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧА	12	7	19	18	7	63	
17	Пиріг Юлія	ЯК БРЕНДИ ФОРМУЮТЬ СПОЖИВЧІ ТРЕНДИ?	12	6	25	22	10	75	III місце

18	Левків Марія	ЯК БРЕНДИ ФОРМУЮТЬ СПОЖИВЧІ ТРЕНДИ	13	10	27	23	7	80	II місце
19	Бик Христина	ЯК БРЕНДИ ФОРМУЮТЬ СПОЖИВЧІ ТРЕНДИ?	13	10	27	25	10	85	I місце
20	Павлик Софія	СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ В УМОВАХ РОСІЙСЬКОЇ АГРЕСІЇ	14	8	21	22	12	77	III місце
21	Жовтанецька Марта	СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ В УМОВАХ РОСІЙСЬКОЇ АГРЕСІЇ	14	9	20	21	14	78	III місце
22	Мись Матвій	ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ ЦИКРУЛЯТОРНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ	14	8	24	22	12	80	II місце
23	Чернявська Дарина	ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ	13	8	29	27	15	94	I місце
24	Влащенко Емілія	«ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЧНІЙ ГАЛУЗІ : ЯК ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ДОПОМАГАЄ БРЕНДАМ ФОРМУВАТИ ТРЕНДИ ТА ВПЛИВАЄ НА ВПОДОБАННЯ СПОЖИВАЧІВ?»	13	8	22	24	13	80	II місце

Разом: 1 місце – 4

2 місце – 4

3 місце - 5