



M C M X X I I

VYTAUTO DIDŽIOJO
UNIVERSITETAS



TwinPeaks

*DVIDEŠIMT PENKTOJI JAUNŲJŲ MOKSLININKŲ
(DOKTORANTŲ IR MAGISTRANTŲ) MOKSLINĖ KONFERENCIJA*

ES EKONOMIKOS, FINANSŲ IR VERSLO PROCESAI BEI TENDENCIJOS

2022 m. gegužės 19 d.

Nuotoliniu būdu per MS Teams

PROGRAMA

10:00 KONFERENCIJOS ATIDARYMAS. ([Click here to join the meeting](#))

EVF mokslinių tyrimų vadovas **prof. Giedrius Jucevičius**

PLENARINIS POSĖDIS. Plenarinio posėdžio diskusijos dalyviai:

10:05 Dr. Aušra Pažeraitė. “Marketingas ir visuomenė: kaip marketingas gali padėti priartėti prie klimato neutralios visuomenės?” (VDU)

10:35 Klausimai-atsakymai

10:45 Martin Seemann, Judith González Arias. “Carbon materials and the challenge of circularity”, Chalmers University, Sweden (Švedija)

11:15 Klausimai-atsakymai. Bendra diskusija

11:30 Darbas sekcijose

I sekcija. Tvari vartotojų elgsena ketvirtosios pramonės revoliucijos metu.

([Click here to join the meeting](#))

II sekcija. Naujos tendencijos organizacijų vadyboje

([Click here to join the meeting](#))

III sekcija. ES ekonomikos pokyčiai, finansų politikos bei investicijų valdymo tendencijos

([Click here to join the meeting](#))

IV sekcija. Šiuolaikinio marketingo problemos ir sprendimai

([Click here to join the meeting](#))

I sekcija. TVARI VARTOTOJŲ ELGSENA KETVIRTOSIOS PRAMONĖS REVOLIUCIJOS METU

ŽODINIAI PRANEŠIMAI. Moderatorius – dr. Aušra Pažėraitė, VDU docentė

Laura Laurynaitytė, VDU magistrantė

Klimatui neutralios visuomenės idėjų priimtimumo didinimas pasitelkiant istorijų pasakojimą reklamoje

Mirjalal Aghayev, VDU magistrantas

The Impact of Strategic Marketing Decisions on Consumer Purchase Intentions: Case of Green Products

GRUPINIAI STUDENTŲ PRISTATYMAI

STENDINIAI PRANEŠIMAI

Tadas Kepežinskas, VDU magistrantas

Žaliosios ekonomikos ir ekonominio augimo ryšio vertinimas Europos Sąjungos šalyse

Greta Petrovaitė, Vilniaus kolegijos bakalaurantė

Atliekų valdymas žiedinės ekonomikos modelyje

Aleksas Jančaitis, VDU magistrantas

Žaliojo marketingo poveikio suvokiamai prekės ženklo vertei veiklų modelis X ir Y kartų atveju Lietuvoje

Ieva Žurumskaitė, VDU magistrantė

Sveikos gyvensenos komunikacija skaitmeniniame amžiuje

II sekcija. NAUJOS TENDENCIJOS ORGANIZACIJŲ VADYBOJE

ŽODINIAI PRANEŠIMAI. Moderatorius – Nerijus Budrys, VDU doktorantas

Tomas Vitkauskas, VDU magistrantas

Organizacinio patrauklumo ir darbuotojų gerovės sąsajos

Sandra Darulytė, VDU magistrantė

Darbuotojų motyvavimo ir lojalumo didinimas UAB „Transportas“ pavyzdžiu

Karolina Lavickaitė, VDU magistrantė

Vadovavimo įvertinimas veiklų skaitmenizavimo metu viešajame sektoriuje Lietuvoje

Eglė Juozėnaitė, MRU magistrantė

Effective Crisis Communication Strategy as a Tool in Cybersecurity Incident Management

Greta Paluckaitė, VDU magistrantė

Darbuotojų organizacinio išipareigojimo ir organizacinės kultūros teorinės sąsajos

Martyna Lingytė, VDU magistrantė

Darbuotojo asmeninių vertybių tapatumas finansines paslaugas teikiančios organizacijos vertybėms

Gustė Zagurskytė, VDU magistrantė

Laimės darbe vertinimas lietuvoje skirtingų kartų kontekste

Valdas Mlečka, VDU magistrantas

Rizikos valdymo modelio diegimas organizacijoje

Severina Šeštokaitė, VDU magistrantė

Emocinio intelekto ir tarpkultūrinės kompetencijos dedamosios savanorystės veikloje

Gabrielė Petkevičiūtė, VDU magistrantė

Racionalios ir neracionalios darbų atidėliojimo priežastys mažmeninės prekybos organizacijose

Austėja Leonavičiūtė, VDU bakalaurantė

Darbuotojų saviorganizacijos dirbant nuotoliniu būdu analizė Lietuvos organizacijose

Nerijus Budrys, VDU doktorantas

Įmonės strateginis atsparumas: teoriniai aspektai

STENDINIAI PRANEŠIMAI

George Kwame-Arthur, VDU magistrantas

Digital Business Transformation

Odeta Argustaitė, VDU magistrantė

Klientų aptarnavimo kokybės gerinimas skaitmenizavimo būdu UAB „ATEA“ atveju

Manideep Thirunagari, VDU magistrantas

Determination of Criteria for Measuring Leadership Success

Šarūnas Raižys, VDU magistrantas

UAB "Elektronika" atsparumo didinimas

Gerda Bakutė, VDU magistrantė

Šeimai palankios politikos priemonių poveikio moterų užimtumui vertinimas pasirinktose šalyse

Aušrinė Skeberdytė, VDU magistrantė

Žmogiškųjų išteklių valdymo iššūkių sprendimų gerinimas: Lietuvoje veikiančių organizacijų pavyzdžiu

Inga Kurienė, KTU magistrantė

Tiekimo grandinės valdymas COVID 19 sąlygomis

Tautvydas Vasiliauskas, VDU bakalaurantas

Naujų darbuotojų lojalumo skatinimo nuotolinėmis adaptavimo sąlygomis vertinimas

Gytis Mikšta, VDU magistrantas

Žinių valdymo sistemos tobulinimas mažmeninės prekybos įmonėje

Tautvydas Stasiulaitis, VDU magistrantas

Vartotojų elgsenos kaitos valdymas neapibrėžtumo sąlygomis: NT rinkos atvejais

III sekcija. ES EKONOMIKOS POKYČIAI, FINANSŲ POLITIKOS BEI INVESTICIJŲ VALDYMO TENDENCIJOS

ŽODINIAI PRANEŠIMAI. Moderatorius – Gintarė Leckė, VDU doktorantė

Otilija Jurakovaitė, VDU doktorantė

Multiplex network application in financial research

Loreta Bagdanavičienė, VDU magistrantė

Globalių veiksnių poveikis akcijų rinkoms

Dovydas Skarolskis, VU magistras

Ordoliberalizmas Europos Sąjungoje: vertinimai tarp mito ir realybės

Robertta Miliūnė, VDU magistrantė

Šiaurės Europos šalių įmonių valdybų įvairovės poveikio jų kapitalo struktūrai vertinimas

Vesta Vyšniauskienė, VDU magistrantė

Politinio režimo poveikio šalies ekonominiam augimui vertinimas

Deividas Krikščiukas, VDU magistrantas

Standartizuoto audito failo SAF-T reglamentavimo ypatumai

Karolis Galasevičius, VDU magistrantas

Korupcijos poveikio sveikatos apsaugos ir energetikos sektorių finansavimui vertinimas

Dominyka Krukytė Norvaišienė, VDU magistrantė

Įmonių socialinės atsakomybės poveikis įmonių veiklos rezultatams

Gintarė Leckė, VDU doktorantė

Sutelktinio finansavimo investuotojų elgsenos racionalumo vertinimas Lietuvoje

STENDINIAI PRANEŠIMAI

Paulina Kavaliauskienė, KTU magistrantė

Startuolių FinTech finansavimo metodų sėkmės veiksniai: sutelktinio skolinimo platformų tyrimas

Ozod Khonberdiyev, VDU bakalaurantas

Analyzing Implementation and Efficacy of Monetary Policy in Different Countries. Case of America and Brazil

Agnė Šilanskienė, VDU magistrantė

Nuomos sutarčių apskaita ir įmonės finansinių rodiklių pokyčiai 17 TAS pakeitus į 16 TFAS

Aurimas Dzemyda, VDU bakalaurantas

Šešėlinės ekonomikos pasirinktose Europos Sąjungos šalyse vertinimas

Radvilė Šimaitytė, VDU bakalaurantė

Eksperto konkurencingumo pramonės sektoriuje vertinimas ES šalyse

Donatas Alksnys, MRU doktorantas

Open Banking – Direction Towards Open Financial Data

Justinas Blažukas, VDU bakalaurantas

Tarptautinės prekybos atvirumo poveikio ekonomikos augimui vertinimas Lietuvos valstybėje

Ligita Padirvinskaitė, VDU bakalaurantė

Moterų ir vyrų darbo užmokesčio atotrūkio Jungtinėje Karalystėje vertinimas

Rusnė Barčaitė, VDU magistrantė

Lietuvos namų ūkių finansinės gerovės ir jos veiksnių vertinimas

IV Sekcija. ŠIUOLAIKINIO MARKETINGO PROBLEMOS IR SPRENDIMAI

ŽODINIAI PRANEŠIMAI. Moderatorius – Kęstutis Rėklaitis, VDU doktorantas.

Reda Braziulytė, VDU magistrantė

Papildytos realybės taikymas produktų pakuotėse remiantis reklamos poveikio modeliu

Sakina Baghirova, VDU magistrantė

The Influence of Content Marketing on Purchase Intentions of Online Shoppers: The Case of Brand and User-generated Videos on Instagram

Dominyka Kupčiūnaitė, VDU magistrantė

Istorijų pasakojimo įveiklinimas, siekiant didinti vartotojų įsitraukimą

Viktorija Endriukaitė, VDU magistrantė

Turinio reklamos sprendimai prisidedantys formuojant asmens sveikatos priežiūros įpročius

Agnė Ulevičiūtė, VDU magistrantė

Sporto klubų reklamos kreipinio pasirinkimo siekiant paveikti vartotojų elgseną sprendimai

Rūta Barštytė, VDU magistrantė

Prekės ženklų komunikacija neapibrėžtumo laikotarpiu

Ieva Kučinskaitė, VDU magistrantė

Vartotojų lojalumą mažmeninės prekybos tinklams lemiančių veiksnių modeliavimas COVID-19 pandemijos akivaizdoje

Benas Aukštikalnis, VDU magistrantas

Produkto demonstravimo kompiuteriniuose žaidimuose sprendimai

Sonata Baltmiškytė, VDU magistrantė

Reklamos šaltinių parinkimo supermaisto produktų reklamai siekiant paveikti vartotojų elgseną modeliavimas

Mehmet Dogan, VDU magistrantas

Personalized Communication of B2B Sales Through Customer Relationship Management

STENDINIAI PRANEŠIMAI

Agnė Vaupšaitė, VDU magistrantė

Marketingo sprendimai logistinių įmonių pardavimų didinimui: B2B ir B2C atvejai

Wael Bouamaied, VDU magistrantas

The Determination of the Framework for Customer Experience Management: BOLT

Aušra Gaižutė, VDU magistrantė

Reklamos sprendimų socialinėje medijoje taikymas vartotojų lojalumo formavimui

Beta Žeimytė, VDU magistrantė

Karjeros konsultavimo paslaugos prekės ženklo žinomumo didinimas turinio marketingo sprendimais

Mykolas Daniūnas, VDU magistrantas

Papildytos realybės sprendimų naudojimo modelis mados prekės ženklų reklamos veiksmingumui didinti

Karolina Lenkauskaitė, VDU magistrantė

Reklamos žinutės turinio sprendimai nepaprastosios situacijos (krizės) metu

Rūta Klinauskaitė, VDU magistrantė

Muzikiniuose klipuose paslėptos reklamos įtaka vartotojo sprendimo priėmimui

Aistė Bielevičiūtė, VDU magistrantė

Miesto įvaizdžio formavimas kultūros projektais skirtingų kartų atstovams

Greta Mišinskaitė, VDU magistrantė

Marketingo komunikacijos socialiniuose tinkluose poveikis vartotojų sprendimui pirkti

Gabrielė Vaškaitė, VDU magistrantė

Garso naudojimas ženklodaroje

Justina Želnytė, VDU magistrantė

Sporto ir sveikatingumo klubų turinio marketingo poveikio vartotojų elgsenai pasaulinės pandemijos metu sprendimai

Brigita Pauraitė, VDU magistrantė

Prekių ženklų vystymas ir bendradarbiavimas: Lietuvos įmonių atvejai

Laurynas Rusys, VDU magistrantas

Skaitmeninio marketingo kanalų taikymas B2B pardavimuose

Žilvinas Markevičius, VDU magistrantas

Turinio marketingo taikymo galimybės komandinio sporto organizacijoje

Arnas Dedela, VDU magistrantas

Vartotojų požiūrio į reklamą, naudojančių retorines figūras, gerinimas

Edita Kondrotienė

Consumers believe in health behavior but do not perform it: understanding attitude formation factors' influence on consumer health behavior

Erika Vaitiekūnaitė, VDU magistrantė

Vizualizacijų panaudojimas socialiniuose tinkluose pritraukiant naujus vartotojus