

РЕЗЮМЕ

1. ПІП	Поліщук Ірина Ігорівна
2. Вчене звання, посада на кафедрі	доктор економічних наук, доцент, професор, завідувач кафедри маркетингу та реклами
3. Адреса персональної робочої електронної пошти	i.polishchuk@vtei.edu.ua
4. Правильна транслітерація прізвища	Polishchuk

РЕЗЮМЕ ВИКЛАДАЧА

1. Ідентифікатори автора	<p>Авторський профіль в Google Scholar https://scholar.google.com.ua/citations?hl=ru&user=O4yVg-MAAAAJ ORCID https://orcid.org/0000-0001-6939-8529 Researcher ID https://www.webofscience.com/wos/author/record/1138800 Scopus https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57219255117</p>
2. Освіта та кваліфікація	<p>— У 2003 р. закінчила Вінницький інститут регіональної економіки та управління за спеціальністю «Облік і аудит», кваліфікація – бухгалтер-економіст.</p> <p>— У 2019 р. закінчила Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету за спеціальністю «Маркетинг», кваліфікація – ступінь вищої освіти магістр спеціальність «Маркетинг».</p> <p>— У 2011 році захистила дисертацію на здобуття наукового ступеню кандидата економічних наук у Одеській національній академії зв'язку ім. О. С. Попова за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), тема дисертації «Моніторинг факторів впливу на результати фінансової діяльності оператора поштового зв'язку».</p> <p>Науковий керівник: к.е.н., професор Стрельчук Є.В.</p> <p>— У 2019 році захистила дисертацію на здобуття наукового ступеню доктора економічних наук у Херсонському національному технічному університеті за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), тема дисертації «Управління маркетинговим потенціалом підприємства за умов міжнародної інтеграції».</p> <p>Науковий консультант: д.е.н., професор Гончар О.І.</p>
3. Підвищення кваліфікації	Підвищення кваліфікації у Вінницькому національному технічному університеті, тема: «Логістичне обслуговування», 2021 р.
4. Міжнародний досвід	<p>Instytut Międzynarodowej Współpracy Akademickiej i Naukowej, IIASC – Інститут Міжнародної Академічної та Наукової Співпраці, WSDSAC Wyższe Seminarium Duchowne. Stowarzyszenia Apostolstwa Katolickiego, Польща, Варшава, сертифікат KW122020/021, тема: «Наукове стажування «Академічна доброчесність»», 2020 р.; Instytut BadawczoRozwojowy Lubelskiego Parku Naukowo Technologicznego, Lublin, Republic of Poland, certificate ES №1036/2020, тема: «International skills development (the webinar) on the theme «The cloud storage service for the online studying on the example of the ZOOM platform»», 2020 р.</p>

<p>5. Особисті нагороди</p>	<p>Почесна грамота Вінницької обласної державної адміністрації та обласної Ради (2018р.).</p>
<p>6. Перелік найвагоміших праць</p>	<p>1. Монографії</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поліщук І.І., Коновал В.В., Середницька Л.П. Маркетинговий потенціал: стратегічні орієнтири розвитку: монографія. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 284 с. (обсяг власних – 120 с.). 2. Поліщук І.І. Маркетинговий потенціал в системі управління підприємством: монографія. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2018. 353 с. 3. Поліщук І.І. Позиціонування маркетингового потенціалу в системі управління підприємством. Структурна модернізація економіки: прогностні сценарії та перспективи розвитку регіону: монографія; за заг. ред. М. В. Шарко. Херсон : ПП Вишемирський В.С., 2018. С.189–197. 4. Поліщук І.І. Теоретичні засади управління маркетинговим потенціалом підприємства в сучасних умовах : монографія; за заг. ред. Г.М. Тарасюк. Житомир : ЖДТУ, 2017. С. 132–140. 5. Поліщук І.І. Клієнтоорієнтований підхід в управлінні маркетинговим потенціалом промислових підприємств. Education and economics: knowledge-education-development: monograph (Second edition, revised and expanded); ed. by M. Voynarenko, T. Trocikowski. Wloclawek-Kaniewo, 2016. P.180–184. 6. Polishchuk I.I. Management of marketing potential of the enterprise as an anti-crisis means of influence on final results of its activities. Socio-economic problems of management: theory and practice. Collective monograph. Verlag SWG imex GmbH, Nürnberg, Deutschland, 2016. 92 p. С. 63-72. 7. Поліщук І.І., Соколюк К.Ю. Взаємозв'язок внутрішніх факторів впливу на результати діяльності підприємства на ринку послуг зв'язку. Соціально-економічні аспекти розвитку національної економіки в умовах перманентних кризових явищ. Умань: Видавничо-поліграфічний центр «Візаві», 2015. С.364-371. (обсяг власних – 4 с.). <p>2. Підручники –</p> <p>3. Навчальні посібники</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Танасійчук А.М., Поліщук І.І., Громова О.Є., Бондаренко В.М., Гевчук А.В., Поліщук Н.В. Маркетинг. Навчальний посібник. Вінниця. ТОВ «Меркьюрі-Поділля». 2019. 292 с. (лист № 1/11-232-86 від 03.07.2019) (обсяг власних – 60 с.). 2. Замкова Н.Л., Поліщук І.І., Буга Н.Ю., Соколюк К.Ю. Поведінка споживачів. Навчальний посібник. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2018. 200 с. (навчальний посібник) (обсяг власних – 50 с.). 3. Бондаренко В.М., Поліщук І.І., Шарко В.В. Маркетинговий менеджмент: Навчальний посібник. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2016. 224 с. (навчальний посібник) (обсяг власних – 75 с.). <p>4. Статті у фахових виданнях, матеріали конференцій</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Polishchuk I., Dovhan Yu., Hromova O., Dovhan L., Hnydiuk I. Tools for marketing management of the innovation and investment activity. <i>Financial and credit activity: problems of theory and practice</i>. 2022. Vol. 2 No. 43. (обсяг власних – 3 с.) (фахове видання, Web of Science).

2. Станкевич І.В., Поліщук І.І., Борисевич Є.Г. Розвиток маркетингових досліджень задоволеності вимог стейкхолдерів організації на засадах методичного інструментарію управління якістю. *Бізнес Інформ*. 2021. №2. С. 336–345. (фахове видання) (обсяг власних – 3 с.).
3. Поліщук І.І. Управління потенціалом підприємства на засадах клієнтоорієнтованого маркетингу. *Вісник Хмельницького національного університету*, 2021, № 5, Том 2. С.41-44. (фахове видання).
4. Поліщук І.І. Формування лояльності цільової аудиторії закладу вищої освіти. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2021. Том 6. №3. С.164 –169. (фахове видання).
5. Поліщук І.І. Використання гейміфікації та ігор в програмах лояльності. *Український журнал прикладної економіки*. 2021. Том 6. №2. С.293 –298. (фахове видання).
6. Polishchuk I.I., Dovhan Yu.V., Korol I.V. Logistics and marketing support improvement in the export supply chain. *Інноваційна економіка*. 2021. № 5-6 (88). С. 99–104. (обсяг власних – 2 с.) (фахове видання).
7. Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Логістична компетентність як складова ефективності логістики. *Modern Economics*. 2021. № 28 (2021). С. 127–133. (обсяг власних – 3 с.) (фахове видання).
8. Поліщук І.І. CRM-система як основа формування споживчої лояльності. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2021. № 3(17). С.76-80. (фахове видання).
9. Поліщук І.І., Громова О.Є., Довгань Ю.В. Логістизація маркетингової діяльності олійно-жирових підприємств харчової галузі. *Регіональна бізнес-економіка та управління*. 2020. №1 (65). С.43-50. (фахове видання) (обсяг власних – 3 с.).
10. Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Маркетингові аспекти управління олійно-жировими підприємствами. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. №2(73). 2020. С.93-100. (фахове видання) (обсяг власних – 4 с.).
11. Поліщук І.І., Ліпковська К.А., Сівакова К.О. Моніторинг маркетингової діяльності підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2019. Випуск 32. С. 184–191. (фахове видання) (обсяг власних – 3 с.).
12. Поліщук І.І. Концептуальні підходи до формування механізму управління маркетинговим потенціалом сучасного підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. Економічні науки. 2018. № 6, т. 2. С. 131–136. (фахове видання).
13. Поліщук І.І. Чинники нормативного регулювання реалізації маркетингового потенціалу підприємств легкої промисловості. *Вісник Хмельницького національного університету*. Економічні науки. 2018. №3, т. 3. С. 209–111 (фахове видання).
14. Gonchar O.I., Polishchuk I.I. Synergic approach in marketing potential management of the enterprise. *Науковий вісник Полісся*. 2017. №3(11). С. 29-33. URL: <http://nvp.stu.cn.ua/uk/component/k2/item/775-gonchar-o-i-polishchuk-i-i-synergic-approach-in-marketing-potential-management-of-the-enterprise.html>. (фахове видання, Web of Science) (обсяг власних – 3 с.).
15. Поліщук І.І., Гудима Н.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Випуск 20. С.514–517. URL: <http://global-national.in.ua/archive/20-2017/105.pdf>. (фахове видання).
16. Поліщук І.І. Міжнародна інтеграція і розвиток маркетингового потенціалу промислових підприємств. *Науковий вісник Полтавського*

- університету економіки і торгівлі. Економічні науки. 2017. №4. С.152-158. URL: <http://journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/viewFile/1528/1202> (фахове видання).
17. Поліщук І.І., Мала А.Л. Маркетингові ризики застосування інновацій на вітчизняних машинобудівних підприємствах. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. №9. С.392-395. URL: <http://www.global-national.in.ua/issue-9-2016/17-vipusk-9-lyutij-2016/1729-polishchuk-i-i-mala-a-l-marketingovi-riziki-zastosuvannya-innovatsij-na-vitchiznyanikh-mashinobudivnikh-pidpriemstvakh>. (фахове видання) (обсяг власних – 2 с.).
18. Поліщук І.І. Фактори розвитку маркетингового потенціалу підприємства. *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 2 (6). С. 97 – 102. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvp_2016_2_17. (фахове видання, Web of Science).
19. Поліщук І.І. Територіальний брендинг – запорука соціально-економічного розвитку території. *Бренд-менеджмент: маркетингові технології*. Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 11 березня 2021 р.) / відп. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. 394 с. С.222- 224.
20. Станкевич І.В., Поліщук І.І. Від академічної доброчесності до якості життя. *Академічна доброчесність: виклики сучасності* : збірник наукових есе учасників дистанційного етапу наукового стажування для освітян (Республіка Польща, Варшава, 02.11 – 11.12.2020) / Польсько-українська фундація «Інститут Міжнародної Академічної та Наукової Співпраці», Духовна Академія Університету Кардинала Стефана Вишинського, Фундація ADD. Варшава, 2020. 127 с. С.107-114. (обсяг власних – 0,3 друк. арк.).
21. Поліщук І., Гончар О., Довгань Ю. Особливості моніторингу зовнішнього середовища на засадах маркетингового аналізу. *Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky*. Словаччина. 2020. №8. Том 4. С. 60-63. (міжнародне видання) (обсяг власних – 0,2 друк. арк.).
22. Гончар О.І., Поліщук І.І. Маркетинговий аудит як інструмент забезпечення механізму управління потенціалом підприємства. *BLACK SEA: SCIENTIFIC JOURNAL OF ACADEMIC RESEARCH MULTIDISCIPLINARY JOURNAL*. TALLINN, EESTI 2019. VOLUME 47. ISSUE 04. P. 53-58. (міжнародне видання) (обсяг власних – 0,3 друк. арк.).
23. Поліщук І.І., Гончар О.І., Коновал В.В., Соколюк К.Ю. Застосування краудсорсингових технологій в маркетинговому менеджменті підприємства. *Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky*. Словаччина. 2019. №3. Том 7. С. 84-88. (міжнародне видання) (обсяг власних – 0,2 друк. арк.)
24. Поліщук І.І., Гончар О.І., Буга Н.Ю., Соколюк К.Ю. Удосконалення організації маркетингових досліджень в управлінні потенціалом промислового підприємства. *Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky*. 2018. №6. Т. 4. С.122-128. (міжнародне видання) (обсяг власних – 3с.).
25. Поліщук І.І. Комплаєнс підхід в управлінні маркетинговим потенціалом підприємства. *Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України* : тези доп. XIII міжнар. наук.-практ. конф. (Хмельницький – Кам.-Подільський, 29 листоп. – 1 груд. 2018 р.). Хмельницький : ХНУ, 2018. С. 223–225.

	<p>26. Поліщук І.І. Оцінювання в системі в управлінні маркетинговим потенціалом підприємства. <i>Управління соціально-економічним розвитком держави та регіонів</i> : зб. матеріалів XII Міжнар. наук.-практ. конф., (Запоріжжя, 26–27 квіт. 2018 р.). Запоріжжя : ЗНУ, 2018. С. 356–358.</p> <p>27. Поліщук І.І. Інструменти маркетингового потенціалу у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. <i>Інформація та соціум</i> : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (Вінниця, 8 черв. 2018 р.). Вінниця: ДНУім. В.Стуса (м. Вінниця). С. 34–39.</p> <p>28. Поліщук І.І. Оцінювання як етап формування маркетингового потенціалу підприємства. <i>Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky</i> (Словаччина), 2017. №6А. С. 54–58.</p>
<p>7. Досвід роботи</p>	<p>— У жовтні 2008 року закінчила аспірантуру Одеської національної академії зв'язку ім. О.С. Попова.</p> <p>— З жовтня 2013 по лютий 2015 року працювала доцентом кафедри маркетингу та реклами Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету.</p> <p>— З березня 2015 по теперішній час працюю на посаді завідувача кафедри маркетингу та реклами Вінницького торговельно-економічного інституту Державного торговельно-економічного університету поєднуючи з викладацькою роботою.</p>