

Якісний склад науково-педагогічних працівників кафедри Маркетингу та реклами

Прізвище, ім'я, по батькові науково-педагогічного, педагогічного, наукового працівника	Найменування посади	Освітня кваліфікація (найменування закладу, який закінчив НПП рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту)	Освітня кваліфікація (науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації (серія, номер, дата, ким виданий диплом), вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно (серія, номер, дата, ким виданий атестат))	Професійна кваліфікація (відомості про досвід професійної діяльності (заняття) за відповідним фахом (спеціальністю, спеціалізацією) із зазначенням посади та строку роботи на цій посаді (крім педагогічної, науково-педагогічної, наукової діяльності), керівництво (консультування) дисертації на здобуття наукового ступеня за спеціальністю (прізвище, ім'я, по батькові дисертанта, здобутий, науковий ступінь, спеціальність, назва дисертації, рік захисту, серія, номер, дата, ким виданий диплом), наявність публікацій у наукових виданнях, які включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection), протягом останніх п'яти років)	Відомості про підвищення кваліфікації (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі і кількість навчальних кредитів (годин) підвищення кваліфікації)	Досягнення у професійній діяльності (відповідно до пункту 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності)
1	2	3	4	5	6	7

Особи, які працюють за основним місцем роботи

Бондаренко Валерій Михайлович	Професор	Український транспортний університет (1995р., спеціальність - «Організація перевезень та управління на транспорті», кваліфікація - інженер по організації перевезень і управління на автомобільному транспорті);	Кандидат економічних наук, спеціальність - 08.10.01 Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка, тема дисертації: Територіальна організація продовольчого ринку регіону та напрями її удосконалення (на матеріалах Вінницької області), диплом ДК №035226 від 04.07.2006 р. (Вища атестаційна комісія України), доцент кафедри аграрного менеджменту, атестат 12ДЦ №018875 від 18.04.2008 р. (Атестаційна колегія Міністерство освіти і науки України) Доктор економічних наук, спеціальність - 08.00.05	Економіст управління економіки Бершадської РДА - 02.1995 р. - 12.1995 р. Заступник директора по економіці Бершадського молококонсервного комбінату - 12.1995 р. - 04.2002 р. Спеціаліст з маркетингу центру навчання та підтримки приватних с/г товаровиробників Інституту післядипломної освіти ВДАУ - 04.2002 р. - 08.2004 р. Перший заступник дирекції Вінницької облдирекції НАСК «Оранта» - 07.2008 р. - 11.2010 р. Директор Вінницької облдирекції НАСК «Оранта» - 11.2010 р. - 09.2013 р. Директор філії ПрАТ СК «Провідна» - 10.2013 р. - 07.2014 р.	Вінницький національний технічний університет, посвідчення №08-33-38, тема: «Митна логістика», 2017 р., 4 кред.; University of Central Europe, Academic Society of Michal Baludansy, Jasna-Presov-Kosice, certificate № 5/03-2019, тема: «Modern teaching methods and innovative technologies in higher education», 2019 р., 3,6 кред.;	П.п. 1. Zamkova N. , Bondarenko V., Pchelianska G., Artyukh O., Murenko T. Entrepreneurship education as a narrative creativity in digital technology coordinates. International Journal of Entrepreneurship. Volume 25. Issue 6. July 2021. (Scopus) (обсяг власних - 0,15 друк.арк.). Pravdiuk N., Bondarenko V., Pokynchereda V., Timchtnko O. Quality of Financial Reporting of the Enterprise: Evaluation Methodology. European Journal of Sustainable Development, Vol. 10, No. 2, 2021. (Web of Science Core Collection, Scopus) (обсяг власних - 0,15 друк.арк.). Zamkova N., Bondarenko V., Pchelianska G., Artyukh O., Murenko T. Implementation of marketing audit into the sphere of electronic entrepreneurship. International Journal of Management (IJM). Volume 11. Issue 6. June 2020. (Scopus) (обсяг власних - 0,15 друк.арк.). Bondarenko V., Logosha R., Samokhval O., Pavelkiv R., Petrenko O. Entrepreneurship Education of Future Economists in the Process of Preparation. Journal of Entrepreneurship Education. Research Article: 2019. Volume 22. Issue 6. (Scopus) (обсяг власних - 0,15 друк.арк.). Bondarenko V., Martynova L., Chorna N., Sukhorebra T., Segeda S., Evaluation System Formation of Development of Enterprise's Innovative Potential. Academy of strategic Management Journal, Volume 18, Issue 1, 2019. (Scopus) (обсяг власних - 0,15 друк.арк.). Mazur A., Bondarenko V., Mazur S. Organizational reformation of
-------------------------------	----------	--	---	--	---	---

Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка, тема дисертації: Методолого-практичні основи формування та використання сукупного ресурсного потенціалу регіону: проблеми та перспективи, диплом ДД №003341 від 16.05.2014 р. (Міністерство освіти і науки України, Черкаський державний технологічний університет), професор кафедри маркетингу та реклами, атестат 12ПР №011403 від 25.02.2016 р. (Атестаційна колегія Міністерство освіти і науки України).

agribusiness entities in Ukraine. Baltic Journal of Economic Studies. V. 4, № 2. Riga: Publishing House «Baltija Publishing», 2018. 316 p. P. 126-133. (Web of Science Core Collection) (обсяг власних - 0,15 друк.арк.).

Бондаренко В. М., Бондаренко О.В. Напрями удосконалення підходів до проведення адміністративно-територіальної реформи в рамках зміцнення місцевих бюджетів. Економіка та держава. Київ. ІПК ДСЗУ. 2020. С. 50-54. (фахове видання, Index Copernicus). (фахове видання) (обсяг власних – 0,3 друк.арк.).

Бондаренко В. М., Бондаренко О.В. Ефективне використання сільськогосподарських земель як фактор забезпечення сталого розвитку сільських територій. Агросвіт. Дніпро. ДДАЕУ. 2020. С. 12-17. (фахове видання, Index Copernicus) (обсяг власних – 0,3 друк.арк.).

Бондаренко В.М., Бондаренко Л.М., Соколюк К.Ю. Формування ринкової системи управління земельними ресурсами . Черкаський державний технологічний університет. 2019. № 53. С. 14-22. (фахове видання) (обсяг власних – 0,2 друк.арк.).

Bondarenko V.M., Shevchuk H.V. Problems, development and implementation of the rational marketingstructure inenterprises in the fruit and vegetable industry. Ukraine. Economics and Finance. 2018. №9. С.121-131. (фахове видання) (обсяг власних – 0,3 друк.арк.).

Бондаренко В.М., Дармограй В. Сучасні підходи до розміщення підприємств в системі економіки регіону. Ефективна економіка. 2018. № 7. (електронне фахове видання) (обсяг власних – 0,3 друк.арк.).

П.п. 3. 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. (Гриф МОНУ № 1/11-232-86 від 03.07.2019) (загальний обсяг - 18,25 друк.арк.) (обсяг власних – 3,0 друк.арк.).

Бондаренко В.М., Ковінько О.М. (Танасійчук А.М.), Соколюк К.Ю. Маркетинг інвестицій регіонального розвитку. Монографія. Вінниця : Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 280 с. (загальний обсяг - 16,28 друк.арк.) (обсяг власних – 4,1 друк.арк.).

П.п. 4. Бондаренко В.М. Управління ланцюгами поставок: робоча програма. Для всіх галузей знань та спеціальностей. Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2021. 24 с.

Бондаренко В.М. Маркетинговий менеджмент: робоча програма. ОС «магістр», 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2020. 22 с.

Бондаренко В.М. Маркетинговий менеджмент: методичні

					<p>рекомендації до самостійної роботи. ОС «магістр», 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2019. 26 с.</p> <p>Бондаренко В.М., Бондаренко Л.М. Проектування логістичний мереж: робоча програма. ОС «магістр», 07 «Управління та адміністрування». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2019. 19 с.</p> <p>Бондаренко В.М., Бондаренко Л.М. Проектування логістичних мереж: методичні рекомендації до самостійної роботи. ОС «магістр», 07 «Управління та адміністрування». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2019. 24 с.</p> <p>П.п. 6. Трапаїдзе Софія Мурадівна, тема: «Реалізація маркетингових стратегій агропромислового виробництва в регіоні», науковий ступінь - кандидат економічних наук, спеціальність - 08.00.05 - розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. Спеціалізована вчена рада Д 52.051.06 Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського, травень 2021 р. (ДК №060790 від 29.06.2021, Міністерство освіти і науки України Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського)</p> <p>Козар Вікторія Василівна, тема: «Трудовий потенціал регіонів України в євроінтеграційному вимірі», науковий ступінь - кандидат економічних наук, спеціальність - 08.00.05 - розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. Спеціалізована вчена рада Д 79.051.01 Чернігівського національного технологічного університету, березень 2017 р. (ДК №042847 від 26.06.2017, Міністерство освіти і науки України Чернігівський національний технологічний університет)</p> <p>П.п. 7. Шафієва Лейла Гачаївна, тема: «Особливості регулювання інноваційного розвитку плодово-ягідного виробництва в регіоні», науковий ступінь - кандидат економічних наук, спеціальність 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. Спеціалізована вчена рада Д 52.051.06 Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського, 2021 р.</p> <p>Пархоменко Наталії Миколаївни, тема: «Організаційно-економічні засади формування й розвитку інтеграційних процесів регіону», науковий ступінь - доктор економічних наук, спеціальність 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. Спеціалізована вчена рада Д 52.051.06 Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського, 2021 р.</p> <p>Дергалюк Богдан Володимирович, тема: «Структурна модернізація регіональної економіки та детермінанти прискорення цих процесів через капіталізацію інтелектуального потенціалу», науковий ступінь – доктор</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>економічних наук, спеціальність 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. Спеціалізована вчена рада Д 79.051.01 Чернігівського національного технологічного університету, 2020 р.</p> <p>П.п. 8. Науково-дослідна тема: «Інвестиційне забезпечення ресурсного потенціалу підприємства на засадах маркетингу», 2015-2017 рр. Державний реєстраційний номер – 0115U001183. Науковий керівник.</p> <p>П.п. 12. Bondarenko V., Skoruk O. Marketing management of the region in the conditions of international diversification. Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. 2021. № 9 Том 2. С. 90-96. (обсяг власних - 0,3 друк.арк.). Бондаренко В., Коновал В. Роль логістичних систем в управлінні підприємницькою діяльністю. Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. 2020. № 8 Том 4. С. 60-63. (обсяг власних - 0,3 друк.арк.). Bondarenko V., Trapaidze S., Luchyn O. Features of marketing approach in forming investment climate of region. Economics, Finance And Management Review. 2020. Issue 3. С.30-38. (обсяг власних – 0,2 друк.арк.). Бондаренко В.М., Бондаренко Л.М., Пчелянська Г.О. Маркетинговий підхід до формування ефективної стратегії розвитку регіону. Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. 2019. №3. Том 7. С. 20-27. (обсяг власних - 0,3 друк.арк.). Бондаренко В., Бондаренко Л. Роль і значення транспорту у формуванні господарських систем регіонів. Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. 2018. №6. Том 4. С. 30-35. (обсяг власних – 0,3 друк.арк.). Бондаренко В.М., Бондаренко Л.М. Формування та розвиток зовнішньоекономічного потенціалу регіону. Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: Збірник наукових праць V Міжнародної науково-практичної конференції. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2017. Ч.2. С.92-101 (обсяг власних – 0,3 друк.арк.).</p> <p>П.п. 14. Керівник постійно діючого студентського дискусійного клубу «Маркетинг та реклама».</p> <p>П.п. 19. Член ГО «Українська Асоціація Маркетингу». Член ГО «Об'єднання маркетологів України». Академік Академії економічних наук України зі спеціальності «Маркетинг».</p> <p>П.п. 20. Досвід практичної роботи за спеціальністю - 18 р.</p>	
Головчук Юлія Олександрівна	Доцент	Вінницький торговельно-	Кандидат економічних наук, спеціальність -		Ministry of Education and Science of Ukraine	П.п. 1. Stadnyk V., Krasovska G, Pchelianska G., Holovchuk Y. Determinants of “green entrepreneurship” competitive strategies

	<p>економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (2008р., спеціальність - «Економіка підприємства», кваліфікація - магістр з економіки підприємства, економіст); Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (2019р., спеціальність - «Маркетинг», кваліфікація - ступінь вищої освіти магістр спеціальність «Маркетинг»); Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (2019р., спеціальність - «Філологія. Германські мови та літератури (переклад включно), перша - англійська», кваліфікація - ступінь вищої освіти магістр спеціальність «Філологія»</p>	<p>08.00.04 Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), тема дисертації: Управління інноваційним потенціалом підприємства на основі маркетингу взаємодії, диплом ДК №048666 від 23.10.2018 р. (Міністерство освіти і науки України, Хмельницький національний університет)</p>		<p>Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas, certificate ID 202002004, тема: «8th international scientific conference on sustainability in energy and environmental science and passed an international scientific and pedagogical traineeship», 2020 р., 6 кред.; Instytut Badawczo-Rozwojowy Lubelskiego Parku Naukowo Technologicznego, Lublin, Republic of Poland, certificate ES №0969/2020, 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., 1,5 кред.; University of Central Europe, Academic Society of Michal Baludansy, Jasna-Presov-Kosice, certificate № 39/03-2019, тема: «Modern teaching methods and innovative technologies in higher education», 2019 р., 3,6 кред.; Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, сертифікат НВ №02125094/010-19</p>	<p>implementation in the agro-industrial sector of Ukraine. IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science 2021. №628. URL: https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/628/1/012032 (Scopus) (обсяг власних - 0,1 друк.арк.). Tanasiichuk A., Hromova O., Abdullaieva A., Holovchuk Y., Sokoliuk K. Strategy of Internationalization by Ukrainian Meat Producers' Implementation. Italy. European Journal of Sustainable Development. 2020. Vol 9, No 1. p. 339-363. URL: http://ecsdev.org/ojs/index.php/ejsd/article/view/990/986. Doi: 10.14207/ejsd.2020.v9n1p339 (Scopus, Web of Science) (обсяг власних – 0,1 друк.арк.). Tanasiichuk A., Hromova O., Holovchuk Y., Serednytska L., Shevchuk A. Market researches which are conducted for introduction of new product on the market. European Journal of Sustainable Development. Rome, Italy. 2020. Vol. 9. № 2. P. 525-531. (Scopus, Web of Science) (обсяг власних – 0,1 друк.арк.). Stadnyk V., Pchelianska G., Holovchuk Yu., Dybchuk L. The concept of marketing of balanced development and features of its implementation in the food market. Agricultural and Resource Economics. 2020. Vol. 6. No. 3. Pp. 80-95. URL: https://are-journal.com/index.php/are/article/view/338/252 (Web of Science) (обсяг власних – 0,1 друк.арк.). Tanasiichuk A., Hromova O., Abdullaieva A., Holovchuk Y., Sokoliuk K. Influence of transformational economic processes on marketing management by an international diversified conglomerate enterprise. European journal of sustainable development. European center sustainable development. Italy. 2019. Vol 8, No 3. p. 448-454. URL: https://ecsdev.org/ojs/index.php/ejsd/article/view/898. DOI: https://doi.org/10.14207/ejsd.2019.v8n3p448. (Web of Science) (обсяг власних – 0,1 друк.арк.). Головчук Ю.О., Пчелянська Г.О., Дибчук Л.В. Стратегічні напрями маркетингової діяльності бізнесу в умовах транспарентності середовища. Економіка та держава. 2021. №3. С. 88-93 DOI: 10.32702/2306-6806.2021.3.88 (фахове видання) (обсяг власних – 0,1 друк.арк.). Головчук Ю.О. Аналіз впливу факторів на конкурентоспроможність підприємства як інструмент зниження рівня невизначеності й ризику. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2020. №1 (47). С. 63-69 URL: http://old.bumib.edu.ua/visnyk/1472020/analiz-vplivu-faktoriv-na-konkurentospromozhnist-pidpriemstva-yak-instrument-znizhen (фахове видання) (обсяг – 0,3 друк.арк.). Головчук Ю.О., Довгань Ю.В. Маркетингові концепції організації бізнесу в управлінні інноваційно-інвестиційною діяльністю олійно-жирових підприємств харчової галузі. Причорноморські економічні студії. 2020. Вип. 50. Ч.1. С.132–136 (фахове видання) (обсяг власних – 0,15 друк.арк.). Головчук Ю.О., Дибчук Л.В. Формування та особливості ефективної рекламної кампанії. Економіка, управління та</p>
--	--	---	--	--	--

		<p>спеціалізація «Германські мови та літератури (переклад включно), перша - англійська»);</p>			<p>БО, тема: «Реклама», 2019 р., 6 кред.;</p>	<p>адміністрування. 2020. №1 (91). С. 21-26. URL: http://ema.ztu.edu.ua/article/view/200760 (фахове видання) (обсяг власних – 0,15 друк.арк.). Головчук Ю.О., Середницька Л.П. Виставково-ярмаркові заходи як складові формування партнерських відносин. Агросвіт. 2020. № 4. С. 91–98. URL: http://www.agrosvit.info/?op=1&z=3107&i=13 (фахове видання) (обсяг власних – 0,15 друк.арк.). Головчук Ю.О., Середницька Л.П. Інтеграція інформаційно-комунікаційних технологій у систему підвищення якості співпраці підприємств зі споживачами. Бізнес Інформ. 2020. №4. С. 411–417. URL: https://www.business-inform.net/article/?year=2020&abstract=2020_4_0_411_417 (фахове видання) (обсяг власних – 0,15 друк.арк.). Головчук Ю.О., Середницька Л.П. Бенчмаркінг у стратегічному управлінні інноваційним розвитком підприємства. Бізнес Інформ. 2020. №5. С.419-426. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2020-5_0-pages-419_426.pdf (фахове видання) (обсяг власних – 0,15 друк.арк.). Головчук Ю.О., Середницька Л.П. Маркетингова товарна політика - інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства. Агросвіт. 2020. № 1. С. 61–68. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/1_2020/10.pdf (фахове видання) (обсяг власних – 0,15 друк.арк.). Головчук Ю.О., Пчелянська Г.О. Особливості формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі парадигми інноваційного розвитку. Економіка та держава. 2020. №3. С.66-70. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/3_2020/14.pdf (фахове видання) (обсяг власних – 0,15 друк.арк.). Головчук Ю.О., Пчелянська Г.О. Вплив інституційних факторів на маркетингове ціноутворення органічної продукції. Причорноморські економічні студії. 2020. Вип.49. С.83-88. (фахове видання) (обсяг власних – 0,15 друк.арк.). Головчук Ю.О., Дибчук Л.В. Маркетинг взаємовідносин як важливий елемент конкурентної маркетингової стратегії. Причорноморські економічні студії. 2019. №43. С. 89 – 92. (фахове видання) (обсяг власних – 0,15 друк.арк.). Головчук Ю.О., Дідик В.В. Ефективність використання інноваційного маркетингу та ступінь довіри до нього потенційних споживачів. Економіка та суспільство. 2019. №20. С. 157 –162. http://economyandsociety.in.ua/journal/20_ukr/22.pdf (фахове видання) (обсяг власних – 0,15 друк.арк.). Головчук Ю.О., Мельник Ю.В. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент комунікацій. Економіка та суспільство. 2018. №19. С. 337 – 341. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/19_ukr/51.pdf 17. (фахове видання) (обсяг власних – 0,15 друк.арк.). Головчук Ю.О., Черноконь С.М. Психологічні аспекти впливу</p>
--	--	---	--	--	---	---

					<p>product placement на споживачів. Економіка та суспільство. 2018. №19. С. 342 – 346. http://economyandsociety.in.ua/journal/19_ukr/52.pdf (фахове видання) (обсяг власних – 0,15 друк.арк.).</p> <p>П.п. 3. Головчук Ю.О., Стадник В.В., Гризовська Л.О. Менеджмент і маркетинг туризму. Навчальний посібник. Хмельницький : ХНУ, 2020. 355 с. (загальний обсяг - 20,77 друк.арк.) (обсяг власних – 4,32 друк.арк.). Головчук Ю.О., Стадник В.В. Управління інноваціями на основі розвитку партнерських відносин підприємства: монографія. Кам'янець-Подільський : ТОВ «Друкарня «Рута», 2020. 232 с. (загальний обсяг - 13,49 друк.арк.) (обсяг власних – 6,75 друк.арк.).</p> <p>П.п. 4. Головчук Ю.О. Реклама: методичні рекомендації до самостійної роботи. ОС «бакалавр», 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2021. 43с. Головчук Ю.О. Маркетингові комунікації: методичні рекомендації до самостійної роботи. ОС «молодший бакалавр», 07 «Управління та адміністрування». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2021. 28с. Головчук Ю.О. Прямий маркетинг: опорний конспект лекцій. Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2020. 127с.</p> <p>П.п. 5. Кандидат економічних наук, спеціальність - 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)», тема дисертації: «Управління інноваційним потенціалом підприємства на основі маркетингу взаємодії». (ДК №048666 від 23.10.2018, Міністерство освіти і науки України, Хмельницький національний університет).</p> <p>П.п. 8. Науково-дослідна тема: «Маркетинг взаємодії в управлінні інноваційною діяльністю підприємства», 2019-2021 рр. Державний реєстраційний номер – 0119U100086. Науковий керівник.</p> <p>П.п. 11. Наукове консультування ТОВ «БОН ВОЯЖ ПЛЮС», м. Вінниця, з 2018 р. по теперішній час.</p> <p>П.п. 12. Головчук О.Ю., Пчелянська Г.О. Особливості формування бренду продовольчих товарів. 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.70-73. (обсяг власних – 0,05друк.арк.). Головчук Ю.О., Пчелянська Г.О., Середницька Л.П. Маркетингові дослідження як основа розробки маркетингової</p>
--	--	--	--	--	---

						<p>стратегії підприємства. Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. 2020. Volume 8. No. 3. pp. 72-75. (обсяг власних – 0,1 друк.арк.).</p> <p>Головчук Ю.О. Ефективність формування ланцюга партнерських відносин. м. Кропивницький. Напрями економічного зростання та інноваційного розвитку підприємства. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених 16 квітня 2020 р. Кропивницький : РВЛ ЦНТУ, 2020. С.23-25.(обсяг – 0,1 друк.арк.).</p> <p>Головчук Ю.О. Рекламний креатив як ефективний інструмент проведення рекламної кампанії. Інституціональне забезпечення розвитку споживчого ринку регіону: Міжнародна науково-практична конференція викладачів та практичних працівників, Вінниця, 22 квітня 2020р. Вінниця: Вінницький кооперативний інститут, 2020. С.89-91. (обсяг власних – 0,1 друк.арк.).</p> <p>Головчук Ю.О. Методологічні особливості формування конкурентних бізнес-стратегій. Актуальні проблеми економіки та управління: теоретичні і практичні аспекти: тези доповідей учасників VI Міжнародної науково-практичної конференції, Хмельницький, ХНУ 14–16 травня 2020 р. С. 216-218. (обсяг власних – 0,1 друк.арк.).</p> <p>П.п. 19. Член ГО «Українська Асоціація Маркетингу»</p>
Громова Ольга Євгенівна	Доцент	Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (2007р., спеціальність - «Менеджмент організацій», кваліфікація - магістр з менеджменту організацій, менеджер-економіст); Вінницький фінансово-економічний університет (2015р., спеціальність - «Фінанси і кредит»,	Кандидат економічних наук, спеціальність - 08.00.04 Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), тема дисертації: Мотиваційний механізм активізації інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств, диплом ДК №020578 від 03.04.2014 р. (Міністерство освіти і науки України, Хмельницький національний університет), доцент кафедри маркетингу та реклами, атестат АД №004077 від 26.02.2020 р. (Атестаційна колегія Міністерства освіти і науки України)		Вінницький національний технічний університет, посвідчення №08-33-06, тема: «Підвищення рівня викладання дисципліни «Транспортно-експедиційна діяльність», 2020 р., 4 кред.; Університет Суспільних Наук (UNS), м. Лодзь, сертифікат №2017/09/025, тема: «Сучасний університет: міжнародна співпраця і мобільність задля інновацій через проектний підхід»,	<p>П.п. 1. Tanasiichuk A., Hromova O., Abdullaieva A., Kovtun E., Marshuk L. Assessing the Convergence of International Agricultural Markets as a Prerequisite for Rapeseed Sale at New Markets. European Journal of Sustainable Development. 2021. Vol. 10. No 1. P. 527–538. (Web of Science, Scopus), (обсяг власних – 0,1 друк.арк.).</p> <p>Громова О. Є. Формування структури системи маркетингового стратегічного управління конкурентоздатністю промислових підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2020. № 4. Т. 2. С. 255–258. (фахове видання), (0,45 друк. арк.).</p> <p>Tanasiichuk A., Hromova O., Kovalchuk S., Perevozova I., Khmelevskiy O. Scientific and Methodological Approaches to the Evaluation of Marketing Management of Enterprises in the Context of International Diversification. European Journal of Sustainable Development. 2020. Vol. 9. No 3. P. 349–375. (Web of Science, Scopus), (обсяг власних – 0,2 друк.арк.).</p> <p>Tanasiichuk A., Hromova O., Kovalchuk S., Hryhorenko I., Fedortsova O. Evaluation of the convergence of international markets for agricultural enterprises of Ukraine under international diversification conditions. European Journal of Sustainable Development. Rome, Italy. 2020. Vol. 9. № 2. P. 467–487. (Web of Science, Scopus), (обсяг власних – 0,2 друк.арк.).</p> <p>Tanasiichuk A., Hromova O., Abdullaieva A., Holovchuk Y.,</p>

		<p>кваліфікація - спеціаліст з фінансів і кредиту); Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (2019р., спеціальність - «Маркетинг», кваліфікація - ступінь вищої освіти магістр спеціальність «Маркетинг»);</p>	<p>Доктор економічних наук, спеціальність - 08.00.04 Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), тема дисертації: Формування маркетингового стратегічного управління конкурентоздатністю підприємства, диплом ДД №012086 від 29.06.2021 р. (Міністерство освіти і наук України, Хмельницький національний університет).</p>		<p>2017 р., 6 кред.; Instytut Badawczo-Rozwojowy Lubelskiego Parku Naukowo Technologicznego, Lublin, Republic of Poland, certificate ES №0936/2020, 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., 1,5 кред.;</p>	<p>Sokoliuk K. Strategy of Internationalization by Ukrainian Meat Producers Implementation. European Journal of Sustainable Development. Rome, Italy. 2020. Vol. 9. 1. P. 339–363. (Web of Science, Scopus), (обсяг власних – 0,2 друк.арк.). Tanasiichuk A., Hromova O., Holovchuk Y., Serednytska L., Shevchuk A. Market researches which are conducted for introduction of new product on the market. European Journal of Sustainable Development. Rome, Italy. 2020. Vol. 9. № 2. P. 525–531. (Web of Science, Scopus), (обсяг власних – 0,1 друк.арк.). Громова О. Є., Гурський В. А. Вдосконалення збутової політики підприємства. Економіка. Фінанси. Право. Інформаційно-аналітичний журнал. 2020. № 11/1. С. 30–33. (фахове видання), (обсяг власних – 0,29 друк. арк.) Громова О. Є., Мусієнко О. Л., Шевчук А. Л. Комплекс маркетингових заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства. Регіональна бізнес-економіка та управління. Науковий виробничо-практичний журнал. 2020. № 1 (65). С. 36–42. (фахове видання), (обсяг власних – 0,31 друк. арк.). Громова О. Є. Конкурентоспроможність підприємства в контексті її маркетингового забезпечення. Бізнес-навігатор. Науково-виробничий журнал. 2020. № 1 (57). С. 100–104. (фахове видання), (0,57 друк. арк.). Танасійчук А. М., Громова О. Є., Сіренко С. О. Засоби просування бренду в умовах рецесії. Ефективна економіка. 2020. № 5. URL: http://www/economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7866. (фахове видання), (обсяг власних – 0,29 друк. арк.). Громова О. Є., Пустовіт А. В. Розробка заходів щодо удосконалення маркетинг-логістичної політики підприємства. Регіональна бізнес-економіка та управління. Науковий виробничо-практичний журнал. 2019. № 4/2 (64). С. 23–29. (фахове видання), (обсяг власних – 0,3 друк. арк.). Tanasiichuk A., Hromova O., Abdullaieva A., Holovchuk Y., Sokoliuk K. Influence of transformational economic processes on marketing management by an international diversified conglomerate enterprise. European Journal of Sustainable Development. Rome, Italy. 2019. Vol. 8. № 3. P. 448–454. (Web of Science, Scopus), (обсяг власних – 0,1 друк.арк.). Громова О. Є., Касьяненко А. С., Благодущко Т. С. Аналіз умов конкуренції та конкурентних переваг підприємства. Регіональна бізнес-економіка та управління. Науковий виробничо-практичний журнал. 2019. № 4/1 (64). С. 121–125. (фахове видання), (обсяг власних – 0,29 друк. арк.). Громова О. Є., Габрид А. І., Ланова О. М. Сутність впливу ситуаційних факторів на поведінку споживачів. Економіка. Фінанси. Право. Інформаційно-аналітичний журнал. 2019. № 12. С. 19–22. (фахове видання), (обсяг власних – 0,24 друк. арк.). Громова О. Є., Безчаснюк Б. В., Бірюкова О. А. Конкурентне</p>
--	--	--	--	--	--	--

					<p>середовище світового ринку надання послуг. Бізнес-навігатор. Науково-виробничий журнал. 2019. № 5 (54). С. 111–115. (фахове видання), (обсяг власних – 0,35 друк. арк.).</p> <p>Громова О. Є., Мусієнко О. Л., Кінаш А. А. Маркетингова стратегія на підприємствах в умовах антикризового управління. Регіональна бізнес-економіка та управління. Науковий виробничо-практичний журнал. 2019. № 3 (63). С. 19–32. (фахове видання), (обсяг власних – 0,29 друк. арк.).</p> <p>Громова О. Є., Горпинюк Ю. Ю., Романова Д. М. Ефективність Інтернет-технологій у маркетинговій діяльності сучасного підприємства. Регіональна бізнес-економіка та управління. Науковий виробничо-практичний журнал. 2019. № 2 (62). С. 17–27. (фахове видання), (обсяг власних – 0,3 друк. арк.).</p> <p>Громова О. Є., Терейковська Н. С. Концепція взаємозв'язку маркетингу та логістики. Економіка. Фінанси. Право. Інформаційно-аналітичний журнал. 2019. № 8/1. С. 23–25. (фахове видання), (обсяг власних – 0,34 друк. арк.).</p> <p>Громова О. Є. Ефективність збутових мереж. Варіанти підвищення ефективності збуту підприємства. Економіка. Фінанси. Право. Інформаційно-аналітичний журнал. – 2019. № 6/2. С. 11–14. (фахове видання), (0,49 друк. арк.).</p> <p>Громова О. Є., Іванчик Т. О., Олійник В. А. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2018. № 6. Т. 1. С. 18–21. (фахове видання), (обсяг власних – 0,29 друк. арк.).</p> <p>Громова О. Є., Петреченко Д. С. Оптимізація структури капіталу підприємства. Регіональна бізнес-економіка та управління. Науковий виробничо-практичний журнал. 2018. № 2 (58). С. 3–9. (фахове видання), (обсяг власних – 0,3 друк. арк.).</p> <p>Polishchuk N., Hromova O., Lopatiuk R. Lending as motivation for innovative activity of a modern enterprise. Investment Management and Financial Innovations. 2018. Vol. 15. Issue 2. P. 213–221. (Web of Science, Scopus), (обсяг власних – 0,15 друк. арк.).</p> <p>Громова О.Є., Онищак В. В. Удосконалення організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства. «Регіональна бізнес-економіка та управління». Науковий виробничо-практичний журнал. 2017. № 4 (56). С. 113–120. (фахове видання), (обсяг власних – 0,26 друк. арк.).</p> <p>Громова О. Є., Вінчур О. Д. Вдосконалення системи мінімізації ризиків, які виникають на підприємстві. Регіональна бізнес-економіка та управління. Науковий виробничо-практичний журнал. 2017. № 1(53). С. 99–107. (фахове видання), (обсяг власних – 0,32 друк. арк.).</p> <p>Громова О. Є., Колісник М. В., Назарук Я. В. Шляхи підвищення ефективності діяльності підприємства в сучасних умовах. «Регіональна бізнес-економіка та управління».</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>Науковий виробничо-практичний журнал. 2017. № 3 (55). С. 3–10. (фахове видання), (обсяг власних – 0,21 друк. арк.).</p> <p>П.п. 3. Громова О. Є. Стратегічне управління конкурентоздатністю підприємства: маркетингові аспекти формування. Монографія. Хмельницький : ХНУ, 2020. 350 с. (загальний обсяг - 16,0 друк.арк.).</p> <p>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. (Гриф МОНУ № 1/11-232-86 від 03.07.2019) (загальний обсяг - 18,25 друк.арк.) (обсяг власних – 4,0 друк.арк.).</p> <p>Поліщук Н. В., Громова О.Є., Абдуллаєва А. Є., Лопатюк Р. І. Ситуаційний менеджмент. Навчальний посібник. Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля», 2018. 152 с. (Гриф МОНУ № 1/11-10354 від 10.10.2017) (загальний обсяг - 8,86 друк.арк.) (обсяг власних – 3,4 друк.арк.).</p> <p>П.п. 4. Громова О.Є. Стратегічний маркетинг : методичні рекомендації до самостійної роботи. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019. 13 с.</p> <p>Громова О.Є. Стратегічний маркетинг : робоча програма. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019. 21 с.</p> <p>Громова О.Є. Стратегічний маркетинг : опорний конспект лекцій. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019. 104 с.</p> <p>Громова О.Є. Поведінка споживачів : робоча програма. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 21 с.</p> <p>Громова О.Є. Транспортно-експедиційна діяльність : робоча програма. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 23 с.</p> <p>П.п. 5. Доктор економічних наук, спеціальність - 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)», тема дисертації: «Формування маркетингового стратегічного управління конкурентоздатністю підприємства» (ДД №012086 від 29.06.2021 р.)</p> <p>П.п. 12. Танасійчук А. М., Громова О. Є., Шевчук А. Л. Оцінювання стану та перспектив розвитку експортної діяльності виробників. Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. 2020. № 8. Т. 4. С. 119–126. (обсяг власних – 0,15 друк.арк.).</p> <p>Громова О. Є., Новак І. Г., Гендега А. А. Особливості комунікаційної політики в системі маркетингу. Науковий журнал «Молодий вчений». 2020. № 11 (87). С. 19–22. (обсяг власних – 0,1 друк.арк.).</p>
--	--	--	--	--	--

						<p>Громова О. Є., Турченко Д. Маркетингові дослідження споживчих мотивацій. Фінансово-економічний розвиток України в умовах трансформаційних перетворень : II Міжнар. наук.-практ. конф. (28 квітня 2020 р., м. Львів). Тернопіль : Осадца Ю.В., 2020. С. 76–78. (обсяг власних – 0,1 друк.арк.).</p> <p>Громова О. Є., Шевчук А. Л., Чорна С. І., Боровська О. Г. Формування маркетингового ціноутворення, орієнтованого на споживача та розробка програми лояльності споживачів. Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. – 2019. – № 7. – No 3. – P. 39–42. (обсяг власних – 0,1 друк.арк.).</p> <p>Громова О. Є., Громова А. Є. Оцінка фінансового стану машинобудівних підприємств України та шляхи їх покращення. Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. 2017. Vol. 5. No 6. P. 62–65 (обсяг власних -0,1 друк.арк.).</p> <p>П.п. 14. III Всеукраїнський конкурс дипломних робіт (випускних кваліфікаційних робіт) зі спеціальності «Маркетинг» (Хмельницький національний університет, м. Хмельницький, 12 квітня 2019) – Петрова І. О.– Диплом II ступеня .</p> <p>П.п. 19. Член ГО «Українська Асоціація Маркетингу». Член ГО «Об'єднання маркетологів України».</p>
Довгань Юрій Васильович	Старший викладач	Вінницький державний аграрний університет (2000р., спеціальність - «Менеджмент організацій», кваліфікація - економіст-організатор сільськогосподарського виробництва); Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (2020р., спеціальність - «Маркетинг», кваліфікація - ступінь вищої освіти магістр	Кандидат економічних наук, спеціальність - 08.00.04 Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), тема дисертації: Маркетингові інструменти управління інноваційно-інвестиційною активністю олійно-жирових підприємств харчової галузі, диплом ДК №060819 від 29.06.2021 р. (Міністерство освіти і науки України, Хмельницький національний університет)		Instytut Badawczo-Rozwojowy Lubelskiego Parku Naukowo Technologicznego, Lublin, Republic of Poland, сертифікат ES № 1045/2020, 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., 1,5 кред.; Товариство з обмеженою відповідальністю «ТМБ», довідка №1/03, тема: «Логістика», 2021 р., 2 кред.; Вінницький	<p>П.п. 1. Gonchar O., Zamkova N., Polishchuk I., Dovhan Y., Sokolovska V. Oil and Fat Business of Ukraine : Marketing Orientation for Achieving Competitive Advantages. European Journal of Sustainable Development. 2020. Vol. 9. № 4. P. 261-272. DOI: https://doi.org/10.14207/ejsd.2020.v9n4p261. (Web of Science, Scopus) (обсяг власних – 0,35 друк. арк.).</p> <p>Kaletnik H., Lutsiak V., Melnichuk O., Dovhan Y., Malicki M. Organizational basis of the development of innovative functional food products by the Ukrainian enterprises of deep walnut processing. Ukrainian Food Journal. 2019. Vol. 8. Is. 1. P. 169-180. DOI: https://doi.org/10.24263/2304-974X-2019-8-1-16. (Web of Science) (обсяг власних – 0,2 друк. арк.).</p> <p>Довгань Ю.В. Формування маркетингової стратегії просування інноваційних рослинних харчових олій. Економіка та держава. 2020. № 1. С. 126-131. DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.1.126. (фахове видання) (обсяг власних – 0,95 друк. арк.).</p> <p>Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Маркетингові аспекти управління олійно-жировими підприємствами. Вісник Херсонського національного технічного університету. 2020. № 2 (73). С. 93-100. DOI: https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2020.2.12. (фахове видання) (обсяг власних – 0,62 друк. арк.).</p> <p>Поліщук І.І., Громова О.Є., Довгань Ю.В. Логістизація маркетингової діяльності олійно-жирових підприємств харчової галузі. Регіональна бізнес-економіка та управління.</p>

		<p>спеціальність «Маркетинг» освітня програма «Маркетинг»;</p>			<p>національний технічний університет, посвідчення № 08-33-02, тема: «Логістика», 2021 р., 4 кред.; Платформа масових відкритих онлайн-курсів Prometheus, сертифікат, тема: «Академічна доброчесність: онлайн-курс для викладачів», 2021 р., 2 кред.;</p>	<p>2020. № 1 (65). С. 43-50. (фахове видання) (обсяг власних – 0,28 друк. арк.). Головчук Ю.О., Довгань Ю.В. Маркетингові концепції організації бізнесу в управлінні інноваційно-інвестиційною діяльністю олійно-жирових підприємств харчової галузі. Причорноморські економічні студії. 2020. Вип. 50. Ч. 1. С. 132-136. DOI: https://doi.org/10.32843/bses.50-23. (фахове видання) (обсяг власних – 0,35 друк. арк.). Головчук Ю.О., Довгань Ю.В. Врахування ефекту невизначеності при формуванні ефективної бізнес-стратегії підприємства. Ефективна економіка. 2019. № 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7475 (дата звернення: 20.09.2021). DOI: https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.12.53. (електронне фахове видання) (обсяг власних – 0,35 друк. арк.). Довгань Ю.В. Аналіз фінансового стану як ключовий етап оцінки рівня інвестиційної привабливості підприємства. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики». 2018. № 3. С. 76-90. (фахове видання) (обсяг власних – 1,00 друк. арк.). Красняк О.П., Довгань Ю.В. Маркетингова оцінка напрямів інвестиційно-інноваційної активності підприємств олійно-жирового підкомплексу. Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 12. С. 42-46. (фахове видання) (обсяг власних – 0,45 друк. арк.). Красняк О.П., Довгань Ю.В. Маркетингові складові формування та функціонування інфраструктури регіонального ринку цукру. Економіка. Фінанси. Право. 2017. № 12/1. С. 30-34. (фахове видання) (обсяг власних – 0,25 друк. арк.).</p> <p>П.п. 4. Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Маркетингове планування : робоча програма для усіх галузей знань та спеціальностей. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2021, 18 с. (обсяг власних – 0,52 друк. арк.). Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Цифровий маркетинг : робоча програма для усіх галузей знань та спеціальностей. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2021, 20 с. (обсяг власних – 0,55 друк. арк.). Довгань Ю.В. Логістика : методичні рекомендації до самостійної роботи для ОС «бакалавр» 07 «Управління та адміністрування» спеціальність 073 «Менеджмент», 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», ОП «Менеджмент», «Маркетинг», «Логістика», «Товарознавство та комерційна логістика» Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2021, 29 с. (обсяг власних – 1,60 друк. арк.). Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Логістика: опорний конспект лекцій. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2021, 128 с. (обсяг власних – 3,72 друк. арк.). Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Логістика: робоча програма для</p>
--	--	--	--	--	---	---

					<p>ОС «бакалавр» 07 «Управління та адміністрування» спеціальність 073 «Менеджмент», 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», ОП «Менеджмент», «Маркетинг», «Логістика», «Товарознавство та комерційна логістика» Робоча програма. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2021, 25 с. (обсяг власних – 0,72 друк. арк.).</p> <p>Поліщук І.І., Пчелянська Г.О., Довгань Ю.В. Маркетинг: робоча програма. ОС «бакалавр», 05 «Соціальні та поведінкові науки», спеціальність 051 «Економіка». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2020. 27 с. (обсяг власних – 0,52 друк. арк.).</p> <p>Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Маркетинг: робоча програма. ОС «молодший бакалавр», 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2020. 23 с. (обсяг власних – 0,67 друк. арк.).</p> <p>Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Логістика: методичні рекомендації до самостійної роботи для ОС «бакалавр» 07 «Управління та адміністрування» спеціальність 073 «Менеджмент», ОП «Менеджмент організацій». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020, 31 с. (обсяг власних – 0,90 друк. арк.).</p> <p>П.п. 5. Кандидат економічних наук, спеціальність – 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)», тема дисертації: «Маркетингові інструменти управління інноваційно-інвестиційною активністю олійно-жирових підприємств харчової галузі». Спеціалізована вчена рада Д 70.052.01 Хмельницького національного університету, квітень 2021 р. (ДК №060819 від 29.06.2021р., Міністерство освіти і науки України, Хмельницький національний університет)</p> <p>П.п. 12. Довгань Ю.В. Брендинг у виведенні продуктів на зовнішні ринки. Бренд-менеджмент: маркетингові технології : збірн. тез доп. III Міжнар. наук.-практ. конф., 11 бер. 2021 р. Київ : КНТЕУ, 2021. С. 141-143. (обсяг власних – 0,10 друк. арк.).</p> <p>Довгань Ю.В. Маркетингова та логістична складові діяльності олійно-жирових підприємств. Актуальні проблеми розвитку галузевої економіки та логістики : матер. VIII міжнарод. наук.-практ. internet-конф. з міжнар. уч., 12 лист. 2020 р. Харків : НФаУ, 2020. С. 50-51. (обсяг власних – 0,19 друк. арк.).</p> <p>Dovhan Y. Innovation and Investment Activity of the Oil and Fat Enterprises as an Object of Marketing Management. Modern paradigms in the development of the National and World economy : The materials of the International Scientific Conference. October, 30-31, 2020. Chişinău : Universitatea de Stat din Moldova. Chişinău, 2020. P. 267-273. (обсяг власних – 0,42 друк. арк.).</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>Довгань Ю.В. Маркетингові підходи до управління інноваційно-інвестиційною активністю олійно-жирових підприємств харчової галузі. Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент: матер. І Міжнар. наук.-практ. конф., 12-13 лют. 2020 р. : у 2 ч. Запоріжжя : ЗНУ, 2020. Ч. 2. С. 148-151. (обсяг власних – 0,20 друк. арк.).</p> <p>Довгань Ю.В. Маркетинговий підхід до управління олійно-жировим підприємством. Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України : зб. наук. пр. VIII Міжнар. наук.-практ. конф., 3 червн. 2020 р. Вінниця, 2020. Ч. 3. С. 128-136. (обсяг власних – 0,38 друк. арк.).</p> <p>Довгань Ю.В. Інноваційно-інвестиційна складова маркетингового управління підприємствами харчової галузі. Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України : пошук молодих : зб. наук. пр. ІХ Всеукр. студ. наук.-практ. конф. (Вип. 95), 23 квітн. 2020 р. Вінниця : ВТЕІ КНТЕУ, 2020. С. 28-36. (обсяг власних – 0,34 друк. арк.).</p> <p>Довгань Ю.В. Сучасні маркетингові концепції в управлінні олійно-жировими підприємствами. Сучасний маркетинг: стратегічне управління та інноваційний розвиток : матер. ІІ Міжнар. наук.-практ. конф., 15 жов. 2020 р. Харків : ХНТУСГ, 2020. С. 97-100. (обсяг власних – 0,14 друк. арк.).</p> <p>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. Т. 4. С. 60-63. (обсяг власних – 0,20 друк. арк.).</p> <p>Довгань Ю.В. Експортні можливості формування логістичного ланцюга поставок продукції національних олійно-жирових підприємств. Менеджмент ХХІ століття: сучасні моделі, стратегії, технології : зб. тез доп. VI Всеукр. наук.-практ. інт. конф., 22 жовт. 2019 р. Вінниця : Центр підготовки наукових та навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2019. С. 13-16. (обсяг власних – 0,16 друк. арк.).</p> <p>Довгань Ю.В. Сучасні тенденції розвитку ринку інноваційних рослинних олій. Аграрна наука та освіта в умовах євроінтеграції : збірн. наук. прац. міжнар. наук.-практ. конф., 20-21 бер. 2019 р. Кам.-Под. Тернопіль : Крок, 2019. Ч. 2. С. 101-102. (обсяг власних – 0,09 друк. арк.).</p> <p>Довгань Ю.В. Використання інструментів цифрового маркетингу для просування інноваційних рослинних олій. Економічний розвиток України в контексті впровадження прогресивних інформаційних технологій та систем управління : матер. ІІ Всеукр. наук.-практ. конф., 25 лют. 2019 р. Київ : ТОВ «ВІПО», 2019. С. 174-176. (обсяг власних – 0,14 друк. арк.).</p> <p>Dovhan Y. Market Conditions of Feedstock Base Formation at the Processing Enterprises of Oil and Fat Industry. Роль інновацій в трансформації образу сучасної науки : матер. ІІ Міжнар. наук.-</p>
--	--	--	--	--	---

						<p>практ. конф., 28-29 грудня 2018 р. Київ : ГО «Інститут інноваційної освіти»; Науково-навчальний центр прикладної інформатики НАН України, 2018. С. 109-111. (обсяг власних – 0,22 друк. арк.).</p> <p>Довгань Ю.В. Маркетингові складові інноваційно-інвестиційної активності виробників високоолеїнових рослинних олій. Проблеми і перспективи інноваційного розвитку аграрного сектора економіки в умовах інтеграційних процесів : зб. матер. Міжнар. наук.-практ. конф., 25 жов. 2018 р. Харків : «Діса Плюс», 2018. С. 188-190. (обсяг власних – 0,17 друк. арк.).</p> <p>П.п. 14. П етап VI Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт «Логістика як інструмент підвищення конкурентоспроможності українських підприємств» (Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана, м. Київ, 2021) – Король І.В. – Диплом III ступеня.</p> <p>П.п. 19. Член ГО «Об'єднання маркетологів України». Член ГО «Українська Асоціація Маркетингу».</p>
Коновал Вікторія Вікторівна	Старший викладач	Вінницький інститут економіки Тернопільського національного економічного університету (2013р., спеціальність - «Економіка підприємства», кваліфікація - магістр з економіки підприємства);	Кандидат економічних наук, спеціальність - 08.00.04 Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), тема дисертації: Управління виробничим потенціалом підприємства (на прикладі підприємств легкої промисловості), диплом ДК №033974 від 25.02.2016 р. (Міністерство освіти і науки України, Хмельницький національний університет)		Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, тема: «Методика викладання маркетингових дисциплін», заплановано, 2022 р.;	<p>П.п. 1. Konoval V.V., Buga N.Yu., Bralatan V.P. Marketing means to enhance the competitiveness of enterprises of light industry. Економіка та суспільство. 2017. №9. С.53-63. URL: http://economyandsociety.in.ua. (фахове видання) (обсяг власних – 0,15 друк.арк.).</p> <p>Коновал В.В. Управління виробничим потенціалом підприємств легкої промисловості засобами краудсорсингу. Економіка та суспільство. Мукачєво: Мукачівський державний університет, 2016. № 3. С.220-225. URL: http://economyandsociety.in.ua. (фахове видання) (обсяг власних – 0,7 друк. арк.).</p> <p>Коновал В.В. Аналіз стану легкої промисловості в умовах трансформаційної економіки України. Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. Чернігів, 2015. №1. С. 91-97. (фахове видання) (обсяг власних – 0,45 друк. арк.).</p> <p>Коновал В.В. Оцінювання потенціалу розвитку підприємств легкої промисловості. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. Херсон, 2014. С. 206-209. (фахове видання) (обсяг власних – 0,6 друк. арк.).</p> <p>Коновал В.В. Проблеми інноваційного розвитку виробничого потенціалу підприємств легкої промисловості. Ефективна економіка. 2013. №4. (фахове видання) (обсяг власних – 0,32 друк. арк.).</p> <p>П.п. 3. Поліщук І.І., Коновал В.В., Середницька Л.П. Маркетинговий потенціал: стратегічні орієнтири розвитку: монографія. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ</p>

						<p>КНТЕУ, 2020. 284 с. (загальний обсяг - 16,51 друк.арк.) (обсяг власних – 3,7 друк.арк.).</p> <p>П.п. 4. Коновал В.В. Організація виставкової діяльності: Завдання до практичних занять. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2016. 67 с. (обсяг власних – 3,2 друк.арк.).</p> <p>Коновал В.В., Шлапак О.А. Маркетинг: Завдання до практичних занять з елементами ділової гри. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2016. 60 с. (обсяг власних – 2,0 друк.арк.).</p> <p>Бондаренко В.М., Коновал В.В. Міжнародна логістика: Завдання до практичних занять з елементами ділової гри. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2016. 55 с. (обсяг власних – 2,0 друк.арк.).</p> <p>П.п. 19. Член ГО «Українська Асоціація Маркетингу».</p>
Луценко Олександра Ігорівна	старший викладач	Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського (2019р., спеціальність - «Професійна освіта (Комп'ютерні технології)», кваліфікація - фахівець з комп'ютерних технологій в управлінні та навчанні. Викладач комп'ютерних технологій);		Фахівець відділу реклами та зв'язків з громадськістю ВТЕІ КНТЕУ - 08.2019 р. - по т/ч	ТОВ «БОН ВОЯЖ ПЛЮС», сертифікат №587/221221, тема: «Комп'ютерний дизайн в рекламі», 2021 р., 3 кред.; Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, сертифікат НВ №02125094/041-21БО, тема: «Комп'ютерний дизайн в рекламі», 2021 р., 3 кред.;	<p>П.п. 14. ІХ Всеукраїнський студентський конкурс торговельної реклами. (КНТЕУ, м. Київ, 15-19.11.2021) – Олійник М., Турченко Д. – Диплом ІІІ ступеня.</p> <p>16-й Український студентський фестиваль реклами. (Спілка рекламистів України, КНУ імені Тараса Шевченка Інститут журналістики, м. Київ, 19.11.2021) – Субботіна О. – Диплом ІІ ступеня.</p> <p>16-й Український студентський фестиваль реклами. (Спілка рекламистів України, КНУ імені Тараса Шевченка Інститут журналістики, м. Київ, 19.11.2021) – Шуневич В. – Диплом ІІІ ступеня.</p> <p>П.п. 20. Досвід практичної роботи за спеціальністю - 3 р.</p>
Поліщук Ірина Ігорівна	Завідувач кафедри	Вінницький інститут регіональної економіки та управління (2003р., спеціальність - «Облік і аудит», кваліфікація - бухгалтер-економіст); Вінницький торговельно-економічний	Кандидат економічних наук, спеціальність - 08.00.04 Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), тема дисертації: Моніторинг факторів впливу на результати фінансової діяльності оператора поштового зв'язку, диплом ДК №000373 від		Приватне підприємство «Траєкторія», довідка №3/03, тема: «Підвищення рівня викладання дисципліни «Логістичне обслуговування»», 2021 р., 2 кред.; Вінницький національний технічний	<p>П.п. 1. Gonchar O., Polishchuk I., Khachatrian V., Ostapchuk O., Bitiy A., Gvozdecka I. Marketing Provision Of Realization Of Entrepreneurship Potential As The Basis Of Enterprise's Competitiveness. Advanced computer information technologies (ACIT' 2020): 10th International Conference (Deggendorf, Germany, 16-18 Sept., 2020). IEEE, 2020. P.647-650 (Scopus) (обсяг власних – 0,15 друк.арк.).</p> <p>Gonchar O., Zamkova N., Polishchuk I., Dovhan Yu., Sokolovska V. Oil and Fat Business of Ukraine: Marketing Orientation for Achieving Competitive Advantages. European Journal of Sustainable Development, 2020, 9, 4, P. 261-272. (Web of Science) (обсяг власних – 0,2 друк.арк.).</p> <p>Gonchar O.I., Polishchuk I.I. Synergic approach in marketing</p>

		<p>інститут Київського національного торговельно-економічного університету (2019р., спеціальність - «Маркетинг», кваліфікація - ступінь вищої освіти магістр спеціальність «Маркетинг»);</p>	<p>10.11.2011 р. (Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України, Одеська національна академія зв'язку ім. О.С. Попова), доцент кафедри маркетингу та реклами, атестат 12ДЦ №042914 від 30.06.2015 р. (Атестаційна колегія Міністерства освіти і науки України)</p> <p>Доктор економічних наук, спеціальність - 08.00.04 Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), тема дисертації: Управління маркетинговим потенціалом підприємства за умов міжнародної інтеграції, диплом ДД №009320 від 16.12.2019 р. (Міністерство освіти і науки України Херсонський національний технічний університет).</p>		<p>університет, посвідчення №08-33-03, тема: «Логістичне обслуговування», 2021 р., 4 кред.; Instytut Badawczo-Rozwojowy 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., 1,5 кред.; Instytut Miedzynarodowej Wspolotary Akademickiej I Naukowej, IIASC – Інститут Міжнародної Академічної та Наукової Співпраці, WSDSAC Wyższe Seminarium Duchowne. Stowarzyszenia Apostolstwa Katolickiego, Польща, Варшава, сертифікат KW-122020/021, тема: «Наукове стажування «Академічна доброчесність»», 2020 р., 6 кред.;</p>	<p>potential management of the enterprise. Науковий вісник Полісся. 2017. №3(11). С. 29-33. (фахове видання, Web of Science) (обсяг власних – 0,3 друк.арк.).</p> <p>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 – 0,3 друк. арк.).</p> <p>Поліщук І.І. Управління потенціалом підприємства на засадах клієнтоорієнтованого маркетингу. Вісник Хмельницького національного університету, 2021, № 5, Том 2. С.41-44. (фахове видання) (обсяг власних – 0,5 друк.арк.).</p> <p>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) (обсяг власних – 0,6 друк.арк.).</p> <p>Поліщук І.І. Використання гейміфікації та ігор в програмах лояльності. Український журнал прикладної економіки. 2021. Том 6. №2. С.293–298. (фахове видання) (обсяг власних – 0,65 друк.арк.).</p> <p>Танасійчук А.М., Сіренко С.О., Поліщук І.І. Стимулювання продажу товарів як спосіб подолання комунікаційного розриву в стосунках між торговельними підприємствами і споживачами. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. 2020. № 5. С. 218-222. (фахове видання) (обсяг власних – 0,2 друк. арк.).</p> <p>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 – 0,1 друк. арк.).</p> <p>Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Маркетингові аспекти управління олійножировими підприємствами. Вісник Херсонського національного технічного університету. №2(73). 2020. С.93-100. (фахове видання) (обсяг власних – 0,2 друк. арк.).</p> <p>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 – 0,2 друк. арк.).</p> <p>Polishchuk I., Gonchar O. Integration factors of today as a prerequisite for forming a mechanism for managing the marketing potential of the enterprise. Journal of European Economy. №2 (69), T.18. 2019. С. 213-225. (фахове видання) (обсяг власних – 0,3 друк. арк.).</p> <p>Поліщук І.І. Розвиток маркетингового потенціалу – передумова конкурентоспроможності підприємства. Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції. 2018. № 29 (18). Т. 1. С. 72–76 (фахове видання).</p> <p>Поліщук І.І. Управління маркетинговим потенціалом</p>
--	--	--	---	--	--	---

					<p>підприємства на принципах логістизації. Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції. 2018. №29 (18). Т. 2. С. 61–65 (фахове видання).</p> <p>Поліщук І.І. Формування інформаційно-організаційного забезпечення механізму управління маркетинговим потенціалом підприємства. Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції. 2018. № 30 (19). С. 56–60 (фахове видання).</p> <p>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).</p> <p>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).</p> <p>Поліщук І.І., Онофрійчук О.В., Петлінська Ю.О. Дослідження конкурентних переваг торговельно-роздрібної мережі «АТБ-маркет» на ринку роздрібної торгівлі України. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. №16. С. 435-438. (фахове видання) (обсяг власних – 0,3 друк. арк.)</p> <p>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. (фахове видання).</p> <p>Поліщук І.І., Гудима Н.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Випуск 20. С.514–517. (фахове видання) (обсяг власних – 0,4 друк. арк.).</p> <p>Поліщук І.І. Теоретико-методичні засади побудови механізму управління маркетинговим потенціалом підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2017. №4. Том 2. С. 223-225 (фахове видання).</p> <p>П.п. 3. Поліщук І.І., Коновал В.В., Середницька Л.П. Маркетинговий потенціал: стратегічні орієнтири розвитку: монографія. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 284 с. (загальний обсяг - 16,51 друк.арк.) (обсяг власних – 6,51 друк.арк.).</p> <p>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. (Гриф МОНУ № 1/11-232-86 від 03.07.2019) (загальний обсяг - 18,25 друк.арк.) (обсяг власних – 4,0 друк.арк.).</p> <p>Поліщук І.І., Швед В.В. Управління персоналом. Навчально-методичний посібник. Вінниця: ТОВ «Твори», 2019. 284 с. (загальний обсяг - 17,75 друк.арк.) (обсяг власних – 17,0 друк. арк.).</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>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. (загальний обсяг - 11,63 друк.арк.) (обсяг власних – 3,0 друк.арк.).</p> <p>Поліщук І.І. Маркетинговий потенціал в системі управління підприємством. Монографія. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2018. 353 с. (загальний обсяг - 19,48 друк.арк.).</p> <p>П.п. 4. Поліщук І.І. Управління лояльністю споживачів: методичні рекомендації до самостійної роботи. ОС «магістр», 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2021. 22 с.</p> <p>Поліщук І.І., Пчелянська Г.О., Довгань Ю.В. Маркетинг: робоча програма. ОС «бакалавр», 05 «Соціальні та поведінкові науки», спеціальність 051 «Економіка». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2020. 27 с. (обсяг власних – 0,57 друк.арк.).</p> <p>Поліщук І.І. Моделювання фінансово-господарської діяльності підприємства: робоча програма. ОС «бакалавр», 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2020. 29 с.</p> <p>Поліщук І.І. Ризики в маркетингу: робоча програма. Для усіх галузей знань та спеціальностей. Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2020. 16 с.</p> <p>Поліщук І.І., Середницька Л.П. Управління продажем та мерчандайзинг: опорний конспект лекцій. Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2020. 196 с. (обсяг власних – 1,39 друк.арк.).</p> <p>Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Маркетинг: робоча програма. ОС «молодший бакалавр», 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2020. 23 с. (обсяг власних – 0,67 друк.арк.).</p> <p>Поліщук І.І., Соколюк К.Ю. Моделювання фінансово-господарської діяльності підприємства: завдання до лабораторних занять. ОС «бакалавр», 07 «Управління та адміністрування». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2019. 78 с. (обсяг власних - 2,3 друк.арк.)</p> <p>Поліщук І.І. Управління лояльністю споживачів: робоча програма. ОС «магістр», 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2019. 16 с.</p> <p>Поліщук І.І., Соколюк К.Ю. Маркетинг: методичні рекомендації до самостійної роботи. ОС «бакалавр», 07 «Управління та адміністрування», 24 "Сфера обслуговування". Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2019. 27 с. (обсяг власних - 0,8 друк.арк.).</p>
--	--	--	--	--	---

						<p>П.п. 5. Доктор економічних наук, спеціальність – 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)», тема дисертації: «Управління маркетинговим потенціалом підприємства за умов міжнародної інтеграції» (ДД №009320 від 16.12.2019, Міністерство освіти і науки України Херсонський національний технічний університет)</p> <p>П.п. 6. Довгань Юрій Васильович, тема: «Маркетингові інструменти управління інноваційно-інвестиційною активністю олійно-жирових підприємств харчової галузі», науковий ступінь – кандидат економічних наук, спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Спеціалізована вчена рада Д 70.052.01 Хмельницького національного університету, квітень 2021 р. (ДК №060819 від 29.06.2021, Міністерство освіти і науки України Хмельницький національний університет)</p> <p>П.п. 7. Педан Марина Леонідівна, тема: «Стратегічний маркетинг ЗЕД підприємства на сегментних ринках СOT», науковий ступінь – кандидат економічних наук, спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Спеціалізована вчена рада Д 70.052.01 Хмельницького національного університету, жовтень 2020 р.</p> <p>Панькова Катерина Вікторівна, тема: «Формування системи інформаційного забезпечення маркетингової діяльності підприємства», науковий ступінь – кандидат економічних наук, спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Спеціалізована вчена рада Д 70.052.01 Хмельницького національного університету, травень 2018 р.</p> <p>Войнаренко Сергій Михайлович, тема: «Формування рекламної стратегії в маркетинговій політиці підприємств мобільного зв'язку», науковий ступінь – кандидат економічних наук, спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Спеціалізована вчена рада Д 41.052.10 Одеського національного політехнічного університету, травень 2016 р.</p> <p>П.п. 8. Науково-дослідна тема: «Розвиток маркетингового потенціалу підприємства», 2016-2018. Державний реєстраційний номер – 0116U003745. Науковий керівник. Член редакційної колегії наукового фахового видання «Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки», з 2020 р. (Категорія «Б»; Index Copernicus ICV 2019: 56.97 (з 2013); Google Scholar h5-Index: 29 (з 2013).</p> <p>П.п. 9. Робота у складі трьох експертних комісій. (Наказ</p>
--	--	--	--	--	--	---

					<p>Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти №795-Е від 12.05.2020 р.; наказ Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти №715-Е від 30.03.2021 р.; наказ Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти №1740-Е від 30.09.2021 р.)</p> <p>П.п. 12. 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.</p> <p>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. (обсяг власних – 0,2 друк. арк.).</p> <p>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. (обсяг власних – 0,3 друк. арк.).</p> <p>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. (обсяг власних – 0,2 друк. арк.)</p> <p>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.).</p> <p>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, 29.11–01.12.2018 р.). Хмельницький : ХНУ, 2018. С. 223–225.</p> <p>П.п. 14. II етапу V Всеукраїнського конкурсу дипломних робіт (випускних кваліфікаційних робіт) зі спеціальності «Маркетинг». (Хмельницький національний університет, м. Хмельницький, 2021) – Поліщук К.О. – Диплом III ступеня. II етапу III Всеукраїнського конкурсу дипломних робіт (випускних кваліфікаційних робіт) зі спеціальності «Маркетинг». (Хмельницький національний університет, м.</p>
--	--	--	--	--	--

						<p>Хмельницький, 2020) – Богацька І.В. – Диплом III ступеня. Всеукраїнський конкурс наукових студентських робіт «Логістика як інструмент підвищення конкурентоспроможності українських підприємств» (Уманський національний університет садівництва, м. Умань, 24 травня 2019 року). Грамота за II місце – Гончарук Д.С. (МР-41д).</p> <p>II етап II Всеукраїнського конкурсу дипломних робіт (випускних кваліфікаційних робіт) зі спеціальності «Маркетинг» (Хмельницький національний університет, м. Хмельницький, 13 квітня 2018). Дипломом III ступеня – Блажкевич Т.В.</p> <p>П.п. 19. Член ГО «Українська Асоціація Маркетингу».</p> <p>Член ГО «Об'єднання маркетологів України».</p> <p>Академік Академії економічних наук України зі спеціальності «Маркетинг».</p> <p>Член робочої групи з розробки професійних стандартів за кодом 2419 «Професіонали у сфері маркетингу».</p>
Середницька Людмила Петрівна	Старший викладач	Київський торгово-економічний інститут (1979р., спеціальність - «Товарознавство і організація торгівлі промисловими товарами», кваліфікація - товарознавець вищої категорії); Педагогический факультет Московского ордена Дружбы народов кооперативного института Центросоюза (1982р., спеціальність - «Технология торговых процессов», кваліфікація - преподаватель кооперативного техникума);			Платформа масових відкритих онлайн-курсів Prometheus, сертифікат, тема: «Академічна доброчесність: онлайн-курс для викладачів», 2021 р., 2 кред.; Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, сертифікат НВ №02125294/001-19 БО, тема: «Реклама», 2019 р., 4 кред.;	<p>П.п. 1. Serednytska L Tanasiichuk A., Hromova O., Holovchuk Y., Shevchuk A. Market Researches which Are Conducted for Introduction of New Product on the Market. Italy. European Journal of Sustainable Development. 2020. Vol 9, No 2. p. 525-531. (Scopus, Web of Science) (обсяг власних – 0,1 друк.арк.).</p> <p>Середницька Л.П., Головчук Ю.О. Виставково-ярмаркові заходи як складові формування партнерських відносин. Агросвіт. 2020. № 4. С. 91–98. (фахове видання) (обсяг власних – 0,2 друк.арк.).</p> <p>Середницька Л.П., Головчук Ю.О. Інтеграція інформаційно-комунікаційних технологій у систему підвищення якості співпраці підприємств зі споживачами. Бізнес Інформ. 2020. №4. С.411–417. URL: https://www.business-inform.net/article/?year=2020&abstract=2020_4_0_411_417 (фахове видання) (обсяг власних – 0,2 друк.арк.).</p> <p>Середницька Л.П., Головчук Ю.О. Бенчмаркінг у стратегічному управлінні інноваційним розвитком підприємства. Бізнес Інформ. 2020. №5. С.419-426. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2020-5_0-pages-419_426.pdf (фахове видання) (обсяг власних – 0,2 друк.арк.).</p> <p>Середницька Л.П., Ковінько О.М. Науково-практичні підходи до управління маркетинговими витратами в міжнародній діяльності підприємств. Причорноморські економічні студії. 2019 №39(49) (фахове видання) (обсяг власних – 0,2 друк.арк.).</p> <p>Середницька Л.П., Ковінько О.М. Формування заходів впливу на споживача засобами інноваційного пакування. Інфраструктура ринку. 2019. №28 (фахове видання) (обсяг власних – 0,2 друк.арк.).</p>

					<p>Середницька Л.П., Танасійчук А.М., Сіренко С.О. Системний підхід до оцінювання синергійного ефекту від реалізації маркетингової стратегії міжнародної диверсифікації бізнесу. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. 2019. №5, С. 233-238. (фахове видання) (обсяг власних – 0,2 друк.арк.).</p> <p>Середницька Л.П., Танасійчук А.М., Мельник Ю.В. Світовий досвід розвитку екологічно чистої упаковки товарів. Україна. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. Том 30 (69). № 6, 2019 Частина 2. С. 94-98. (фахове видання) (обсяг власних - 0,2 друк.арк.).</p> <p>Середницька Л.П., Танасійчук А.М. Особливості формування сучасного ринку мінеральної води. Україна. Modern Economics. 2019. №18. С. 197-201. URL: https://modecon.mnau.edu.ua/issue19-2020/tanasychuk.pdf. (фахове видання) (обсяг власних - 0,2 друк.арк.).</p> <p>Середницька Л.П., Ковінько О.М. Інноваційні напрями сучасної упаковки товару. Приазовський економічний вісник. 2018. №2 (07) С.58-62. URL:http://pev.kpu.zp.ua/journals (фахове видання) (обсяг власних - 0,2 друк.арк.).</p> <p>Середницька Л.П., Чернокозь С.М. Мерчандайзинг, як ефективний інструмент впливу на поведінку споживачів. Інфраструктура ринку. 2018. №25. URL: http://www.market-snfr.od.ua/25-2018. (фахове видання) (обсяг власних - 0,2 друк.арк.).</p> <p>Середницька Л.П., Гуменна Т.В. Пріоритетні напрями розвитку туристичних послуг України. Економіка та суспільство. 2018. №18. URL:http://economyandsocsety.in.ua/journal-18/25-stati-18/2305-strtdnitska-1-p-gumenna-t-v. (фахове видання) (обсяг власних - 0,2 друк.арк.).</p> <p>Середницька Л.П., Волинець В.В. Інноваційні технології в логістичній системі. Економіка та суспільство. 2018. №19. URL: http://economyandsocsety.in.ua/journal-19/25-stati-19/2305-strtdnitska-1-p-gumenna-t-v. (фахове видання) (обсяг власних - 0,3 друк.арк.).</p> <p>Середницька Л.П., Танасійчук А.М. Інноваційні шляхи впровадження корпоративних зв'язків з громадськістю на підприємстві. Ефективна економіка. 2018. №12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6752. (фахове видання) (обсяг власних - 0,2 друк.арк.).</p> <p>П.п. 3. Поліщук І.І., Коновал В.В., Середницька Л.П. Маркетинговий потенціал: стратегічні орієнтири розвитку: монографія. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 284 с. (загальний обсяг - 16,51 друк.арк.) (обсяг власних – 3,8 друк.арк.).</p> <p>П.п. 4. Середницька Л.П. Управління продажем та мерчандайзинг: методичні рекомендації до самостійної</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>роботи. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2021. 39 с.</p> <p>Середницька Л.П. Маркетингова товарна та цінова політика: методичні рекомендації до самостійної роботи. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 48 с.</p> <p>Середницька Л.П., Поліщук І.І. Управління продажем та мерчандайзинг: опорний конспект. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020.196 с. (обсяг власних – 4,6 друк.арк.)</p> <p>Середницька Л.П. Реклама: завдання до практичних занять. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019. 100 с.</p> <p>Середницька Л.П. Мерчандайзинг: завдання до практичних занять. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 62с.</p> <p>Середницька Л.П. Маркетинг послуг: завдання до практичних занять. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 27с.</p> <p>Середницька Л.П. Маркетингова товарна політика: методичні рекомендації до самостійної роботи. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 28с.</p> <p>Середницька Л.П. Мерчандайзинг: методичні рекомендації до самостійної роботи. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 35 с.</p> <p>Середницька Л.П. Маркетингова товарна політика: методичні рекомендації до самостійної роботи. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 35с.</p> <p>Середницька Л.П. Маркетинг послуг: методичні рекомендації до самостійної роботи. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2017. 26 с.</p> <p>П.п. 12. Середницька Л.П., Головчук Ю.О., Пчелянська Г.О. Маркетингові дослідження як основа розробки маркетингової стратегії підприємства. Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. 2020. Volume 8. No. 3. pp. 72-75 (обсяг власних – 0,2 друк.арк.).</p> <p>Середницька Л.П. Новації у товарній політиці суб'єктів роздрібно-торговельної мережі. Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: Збірник наукових праць VIII Міжнародної науково-практичної конференції. Вінниця, Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. Ч.3. С.150-158.</p> <p>Середницька Л.П. Комплекс засобів дизайну в контексті мерчандайзингу – мистецтва торгівлі. Соціально -політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: Збірник наукових праць V Міжнародної науково -практичної конференції. Вінниця : Видавничо -редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2018. Ч.2. С.51-58.</p> <p>Ковінько О. М., Мудрик О. П., Середницька Л. П. Інституціональні основи розвитку теорії міжнародних</p>
--	--	--	--	--	---

						<p>маркетингових досліджень. Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky, 2017. №5. Випуск 6. С.111-116 (обсяг власних – 0,1 друк.арк.).</p> <p>Середницька Л. П., Косолапова О. В. Мерчандайзинг як невід’ємна складова сучасної торгівлі. Менеджмент ХХІ століття: сучасні моделі, стратегії, технології: IV Всеукраїнська науково-практична Інтернет-конференція, 2017.</p> <p>Хмельницький: Хмельницький національний університет. С. 22-24. (обсяг власних – 0,1 друк.арк.).</p> <p>П.п. 14. Керівник постійно діючого студентського наукового гуртка «Маркетингові інновації».</p> <p>П.п. 19. Член ГО «Українська Асоціація Маркетингу».</p>
Танасійчук Альона Миколаївна	Професор	Вінницький державний педагогічний інститут (1997р., спеціальність - «Математика та основи інформатики», кваліфікація - вчитель математики та основ інформатики); Вінницький державний технічний університет (1999р., спеціальність - «Облік та аудит», кваліфікація - бухгалтер-економіст);	Кандидат економічних наук, спеціальність - 08.06.01 Економіка, організація і управління підприємствами, тема дисертації: Маркетингове управління збутовою діяльністю підприємства, диплом ДК №035171 від 08.06.2006 р. (Міністерства освіти і науки України, Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана), доцент кафедри товарознавства та маркетингу, атестат 12ДЦ №027317 від 20.01.2011 р. (Атестаційна колегія Міністерства освіти і науки України)		Українська Асоціація Маркетингу, Індустріальний Гендерний Комітет з Реклами, м. Київ, сертифікат №ІГКР/21-01, тема: «Стратегічна сесія ІГКР щодо попередження появи сексистської реклами», 2021 р., 1 кред.; Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти, проєкт «Ініціатива академічної доброчесності та якості освіти», сертифікат, тема: «Академічна доброчесність: онлайн-курс для викладачів», 2021 р., 2 кред.; Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, сертифікат НВ №02125094/046-18 БО, тема:	<p>П.п. 1. Tanasiichuk A., Kovalchuk S., Otylvanska G., Andrushkevych Z., Sokoliuk K. Influence of structural processes in the economy of Ukraine on marketing and logistical processes of domestic enterprises. European Journal of Sustainable Development. 2021. Vol 10, No2. p. 187-200. https://doi.org/10.14207/ejsd.2021.v10n2p187 (Scopus, Web of Science), (обсяг власних – 0,3 друк.арк.).</p> <p>Tanasiichuk A., Hromova O., Abdullaieva A., Kovtun E., Marshuk L. Assessing the Convergence of International Agricultural Markets as a Prerequisite for Rapeseed Sale at New Markets. Italy. European Journal of Sustainable Development. 2021. Vol 10, No 1. p. 527-538. Doi: 10.14207/ejsd.2021.v10n1p527 (Scopus, Web of Science), (обсяг власних – 0,25 друк.арк.).</p> <p>Tanasiichuk A., Hromova O., Kovalchuk S., Perevozova I., Khmelevskiy O. Scientific and Methodological Approaches to the Evaluation of Marketing Management of Enterprises in the Context of International Diversification. Italy. European Journal of Sustainable Development. 2020. Vol 9, No 3. p. 349-375. https://doi.org/10.14207/ejsd.2020.v9n3p349. URL: https://ecsdev.org/ojs/index.php/ejsd/article/view/1090 (Scopus, Web of Science), (обсяг власних – 0,8 друк.арк.).</p> <p>Tanasiichuk A., Hromova O., Holovchuk Y., Serednytska L., Shevchuk A. Market Researches which Are Conducted for Introduction of New Product on the Market. Italy. European Journal of Sustainable Development. 2020. Vol 9, No 2. p. 525-531. DOI: https://doi.org/10.14207/ejsd.2020.v9n2p525 URL: https://ecsdev.org/ojs/index.php/ejsd/article/view/1046/1036 (Scopus, Web of Science), (обсяг власних – 0,1 друк.арк.).</p> <p>Tanasiichuk A., Kovalchuk S., Hromova O., Hryhorenko I., Fedortsova O. Evaluation of the Convergence of International Markets for Agricultural Enterprises of Ukraine under International Diversification Conditions. Italy. European Journal of Sustainable Development. 2020. Vol 9, No 2. p. 467-487. Doi: 10.14207/ejsd.2020.v9n2p467 URL:https://ecsdev.org/ojs/index.php/ejsd/article/view/1042/1032</p>

			<p>міжнародної диверсифікації бізнесу, диплом ДД №007713 від 23.10.2018 р. (Міністерство освіти і науки України, Донецький національний університет ім. Василя Стуса), професор кафедри маркетингу та реклами, атестат АП №002389 від 09.02.2021 р. (Атестаційна колегія Міністерства освіти і науки України).</p>		<p>«Некомерційна реклама», 2018 р., 4 кред.; Instytut Miedzynarodowej Wspolotraczy Akademiycznej I Naukowej, IIASC – Інститут Міжнародної Академічної та Наукової Співпраці, WSDSAC Wyższe Seminarium Duchowne. Stowarzyszenia Apostolstwa Katolickiego, Польща, Варшава, сертифікат KW-002/0734, тема: «Академічна доброчесність: виклики сучасності», 2019 р., 4 кред.;</p>	<p>(Scopus, Web of Science), (обсяг власних – 0,3 друк.арк.) Tanasiichuk A., Hromova O., Abdullaieva A., Holovchuk Y., Sokoliuk K. Strategy of internationalization by Ukrainian meat producers' implementation. Italy. European Journal of Sustainable Development. 2020. Vol 9, No 1. p. 339-363. URL:http://ecsdev.org/ojs/index.php/ejsd/article/view/990/986 (Scopus, Web of Science), (обсяг власних – 0,3 друк.арк.). Tanasiichuk A., Hromova O., Abdullaieva A., Holovchuk Y., Sokoliuk K. Influence of transformational economic processes on marketing management by an international diversified conglomerate enterprise. European journal of sustainable development. European center sustainable development, Italy. 2019. Vol 8, No 3. URL: https://ecsdev.org/ojs/index.php/ejsd/article/view/898 (Index Copernicus International, SJI Factor, Thompson Reuters (Web of Science), (обсяг власних – 0,1 друк.арк.) Kovin'ko O. (Tanasiichuk A.), Stoyan Radev Koev, I.Moroz, N.Mushynska, Sv.Kovalchuk. Features of building a managerial career based on entrepreneurship education. Journal of Entrepreneurship Education. London, United Kingdom. 2019 Vol: 22 Issue: 1S. URL: https://www.abacademies.org/articles/features-of-building-a-managerial-career-based-on-entrepreneurship-education-8050.html. (Scopus), (обсяг власних – 0,15 друк.арк.). Kovin'ko O.M. (Tanasiichuk A.) As prerequisite program marketing international business diversification of agricultural enterprises of Ukraine. Scientific bulletin of Polissia. 2017. № 2(10), P.1. C.185-194. (Web of Science). Танасійчук А.М., Мартинова Л.Б., Сіренко С.О. Міжнародне маркетингове дослідження ринку ефірних олій. Modern Economics. 2021. №27. С. 56-63. DOI: https://doi.org/10.31521/modecon.V27(2021)-26 (фахове видання). (обсяг власних – 0,2 друк.арк.). Танасійчук А.М., Ковальчук С.В., Мартинова Л.Б. Формування маркетингової стратегії закладів вищої освіти. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2021. №2. С. 215-221 http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/08/2-2021-EN-39.pdf (фахове видання). (обсяг власних – 0,2 друк.арк.). Танасійчук А.М., Ковальчук С.В., Мартинова Л.Б. Технології неформальної освіти: європейський та вітчизняний досвід. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2021. №1. Т.1. С. 33-39 http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/07/2021-1-E%D0%9D-6.pdf (фахове видання). (обсяг власних – 0,2 друк.арк.). Танасійчук А.М., Сіренко С.О., Поліщук І.І. Стимулювання продажу товарів як спосіб подолання комунікаційного розриву в стосунках між торговельними підприємствами і споживачами. Вісник Хмельницького національного</p>
--	--	--	--	--	---	---

					<p>університету. Економічні науки. 2020. №5. Т.1. С. 218-223. (фахове видання). (обсяг власних – 0,2 друк.арк.).</p> <p>Танасійчук А.М., Сім'ячко О.І., Савчук А.М. Формування конкурентних переваг на міжнародному ринку. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2020. №5. Т.1. С. 208-213. (фахове видання). (обсяг власних – 0,2 друк.арк.).</p> <p>Танасійчук А.М., Яцюк І. М., Бунько А.-П. О. Маркетингове дослідження ринку волоських горіхів в Україні. Modern Economics. 2020. №21. С. 204-212. URL:https://modecon.mnau.edu.ua/issue/21-2020/tanasychuk.pdf DOI: https://doi.org/10.31521/modecon.V21(2020)-32. (фахове видання). (обсяг власних – 0,3 друк.арк.).</p> <p>Танасійчук А.М., Сіренко С.О., Громова О.Є. Засоби просування бренду в умовах рецесії. Ефективна економіка. 2020. № 5. URL:http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2020/11.pdf DOI: 10.32702/2307-2105-2020.5.9. (фахове видання). (обсяг власних – 0,2 друк.арк.).</p> <p>Танасійчук А.М., Середницька Л.П., Габрид А.І. Особливості формування сучасного ринку мінеральної води. Modern Economics. 2020. №19. С. 178-182. URL:https://modecon.mnau.edu.ua/issue/19-2020/tanasychuk.pdf https://doi.org/10.31521/modecon.V19(2020)-29. (фахове видання). (обсяг власних – 0,3 друк.арк.).</p> <p>Танасійчук А.М., Дячук М. В., Ваколюк А. І. Маркетинговий аналіз ринку олійного насіння та плодівих маслин. Modern Economics. 2019. №18. С. 197-201. URL:https://modecon.mnau.edu.ua/issue/18-2019/tanasychuk.pdf DOI: https://doi.org/10.31521/modecon.V18(2019)-29 . (фахове видання). (обсяг власних – 0,3 друк.арк.).</p> <p>Танасійчук А.М., Шуневич В.А. Маркетингові дослідження ринку корейської косметики в Україні. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2020. №25. С. 292 – 298. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/25_2020/45.pdf . (фахове видання). (обсяг власних – 0,3 друк.арк.).</p> <p>Танасійчук А.М., Сіренко С.О., Пневський В.В. Формування стратегії просування бренду засобами цифрового маркетингу. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2020. № 24. С. 161 – 167. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/24_2020/25.pdf. (фахове видання). (обсяг власних – 0,3 друк.арк.).</p> <p>Танасійчук А.М., Середницька Л.П., Мельник Ю.В. Світовий досвід розвитку екологічно чистої упаковки товарів. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. Том 30 (69). № 6, 2019 Частина 2. С. 94-97. URL:http://www.econ.vernadskeyjournals.in.ua/journals/2019/30_6_9_6/30_69_6_2/19.pdf. (фахове видання). (обсяг власних – 0,3 друк.арк.).</p> <p>Танасійчук А.М., Сіренко С.О., Касько І.А. Маркетингове</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>дослідження ринку книг. Інфраструктура ринку. 2019. №38. С. 244 – 251. URL:http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/38_2019_ukr/40.pdf. (фахове видання). (обсяг власних – 0,3 друк.арк.).</p> <p>Танасійчук А.М., Сіренко С.О., Середницька Л.П. Системний підхід до оцінювання синергійного ефекту від реалізації маркетингової стратегії міжнародної диверсифікації бізнесу. Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. 2019. №5, С. 233-237. (фахове видання). (обсяг власних – 0,2 друк.арк.).</p> <p>Танасійчук А.М., Дерещук В.В., Кудинська О.С. Імплементация стратегії диверсифікації в маркетингових планах підприємств. Україна. Інфраструктура ринку. 2019. №32. С. 231 – 239. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32_2019_ukr/36.pdf. (фахове видання). (обсяг власних – 0,2 друк.арк.).</p> <p>Танасійчук А.М., Середницька Л.П. Формування заходів впливу на споживача засобами інноваційного пакування. Україна. Інфраструктура ринку. 2019. №28. С. 218 – 223. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/28_2019_ukr/34.pdf. (фахове видання). (обсяг власних – 0,3 друк.арк.).</p> <p>Танасійчук А.М., Середницька Л.П. Науково-практичні підходи до управління маркетинговими витратами в міжнародній діяльності підприємств. Україна. Причорноморські економічні студії. 2019. №39 (49). С. 89 – 94. (фахове видання). (обсяг власних – 0,3 друк.арк.).</p> <p>Танасійчук А.М., Панькова С.А. Стан та перспективи розвитку ринку сиру в Україні в умовах глобалізації. Україна. Економіка та суспільство. 2019. №20. С. 41 – 48. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal-20-1/27-stati-20/2588-kovinko-o-m-rankova-s-m. (фахове видання). (обсяг власних – 0,3 друк.арк.).</p> <p>Танасійчук А.М. Формування диверсифікаційного підходу до створення вітчизняними підприємствами нових пропозицій на зарубіжних ринках. Україна. Бізнес-навігатор. 2018. №6 (49). С. 99 – 105. (фахове видання)</p> <p>Танасійчук А.М. Формування концепції міжнародного маркетингу підприємства. Україна. Інфраструктура ринку. 2018. №26. С. 173 – 178. URL: http://www.marketinfr.od.ua/journals/2018/20_2018_ukr/14.pdf. (фахове видання).</p> <p>Танасійчук А.М., Середницька Л. П., Болкун І. М. Інноваційні шляхи впровадження корпоративних зв'язків з громадськістю на підприємстві. Ефективна економіка. 2018. № 12. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6752 DOI: 10.32702/2307-2105-2018.12.6 (фахове видання). (обсяг власних – 0,3 друк.арк.).</p> <p>Танасійчук А.М., Ковальчук С.В. Формування механізму управління аграрним підприємством в умовах міжнародної диверсифікації. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. 2018. №5, Т.2. С. 7-11.</p>
--	--	--	--	--	---

						<p>(фахове видання). (обсяг власних – 0,3 друк.арк.). Ковінько О.М. (Танасійчук А.М.), Ковальчук С.В., Шевченко Н.О. Управління брендами у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств. Вісник національного університету «Львівська політехніка». Серія: Логістика. 2018. С. 114 -121. (фахове видання). (обсяг власних – 0,2 друк.арк.). Ковінько О.М. (Танасійчук А.М.), Шутова Л.О., Томчук А.О. Перспективи розвитку ринку яблук в Україні та світі. Інфраструктура ринку. 2018. №20. С. 72 – 78. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/20_2018_ukr/14.pdf. (фахове видання). (обсяг власних – 0,3 друк.арк.). Ковінько О.М. (Танасійчук А.М.), Довгань А.О., Шевчук Л.О. Сучасний стан та тенденції розвитку маркетингової діяльності українських виробників цукру на міжнародних ринках Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. №23. С. 228 – 232. URL: http://global-national.in.ua/archive/23-2018/45.pdf. (фахове видання). (обсяг власних – 0,3 друк.арк.). Ковінько О.М. (Танасійчук А.М.), Болкун І.М., Чабан І.С. Маркетингове дослідження ринку туристичних послуг. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2018. №4 (15). С. 180–184. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/15_2018/33.pdf. (фахове видання). (обсяг власних – 0,3 друк.арк.). Ковінько О.М. (Танасійчук А.М.), Оголь Д.В., Шевченко Н.О. Управління брендом у системі управління маркетинговою діяльністю підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. №20. С. 237 – 240. URL: http://global-national.in.ua/archive/20-2017/73.pdf (фахове видання). (обсяг власних – 0,3 друк.арк.). Ковінько О.М. (Танасійчук А.М.), Буга Н.Ю., Шамалюк Д. Формування маркетингового механізму розвитку підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. №20. С. 250–254. URL: http://global-national.in.ua/archive/20-2017/50.pdf. (фахове видання). (обсяг власних – 0,3 друк.арк.). Ковінько О.М. (Танасійчук А.М.) Розробка системи оцінювання синергетичного ефекту маркетингової стратегії міжнародних конгломератних диверсифікованих агропромислових структур. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. 2017. №6, Т.1. С. 114-120. (фахове видання). Ковінько О.М. (Танасійчук А.М.), Стахова А., Вовк А. Фармацевтичний ринок України як рушійний важіль розвитку економіки. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2017. № 11. с. 56 – 60.) (фахове видання). (обсяг власних – 0,3 друк.арк.). Ковінько О.М. (Танасійчук А.М.) Маркетингова привабливість міжнародних ринків аграрної продукції. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2017. №1. С. 57-73. (фахове</p>
--	--	--	--	--	--	--

					<p>видання).</p> <p>П.п. 3. Танасійчук А.М., Поліщук І.І., Громова О.С., Бондаренко В.М., Гевчук А.В., Поліщук Н.В. Маркетинг. Навчальний посібник. Вінниця . ТОВ «Меркьюрі-Поділля». 2019. 292 с. (Гриф МОНУ № 1/11-232-86 від 03.07.2019) (загальний обсяг - 18,25 друк.арк.) (обсяг власних – 4,0 друк.арк.).</p> <p>Бондаренко В.М., Ковінько О.М. (Танасійчук А.М.), Соколюк К.Ю. Маркетинг інвестицій регіонального розвитку. Монографія. Вінниця : Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 280 с. (загальний обсяг - 16,28 друк.арк.) (обсяг власних – 5,0 друк.арк.).</p> <p>Ковінько О.М. (Танасійчук А.М.) Маркетинг в умовах міжнародної диверсифікації бізнес-діяльності. Монографія. К.: КНЕУ. 2017. 423 с. (загальний обсяг - 24,64 друк.арк.)</p> <p>П.п. 4. Танасійчук А.М. Рекламний та ПР-менеджмент: методичні рекомендації до самостійної роботи для здобувачів освітнього ступеня «магістр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2021. 30 с.</p> <p>Танасійчук А.М. Бренд-менеджмент: методичні рекомендації до самостійної роботи для здобувачів освітнього ступеня «магістр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2021. 82 с.</p> <p>Танасійчук А.М. Рекламний та ПР-менеджмент: робоча програма для здобувачів освітнього ступеня «магістр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2020. 25 с.</p> <p>Танасійчук А.М. Бренд-менеджмент: опорний конспект. Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2020. 80 с.</p> <p>Танасійчук А.М. Аутсорсинг в маркетингу: робоча програма для здобувачів освітнього ступеня «магістр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2020. 19 с</p> <p>Танасійчук А.М. Міжнародний маркетинг: опорний конспект. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2020. 196 с.</p> <p>Танасійчук А.М. Міжнародний маркетинг: робоча програма для здобувачів освітнього ступеня «бакалавр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2020. 25 с.</p> <p>Танасійчук А.М. Маркетингові дослідження: робоча програма для здобувачів освітнього ступеня «молодший бакалавр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2020. 27 с.</p> <p>Танасійчук А.М. Бренд-менеджмент: робоча програма для здобувачів освітнього ступеня «магістр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування». Вінниця: Редакційно-</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2020. 23 с. Танасійчук А.М. Маркетингові дослідження: робоча програма для здобувачів освітнього ступеня «бакалавр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2019. 23 с.</p> <p>П.п. 5. Доктор економічних наук, спеціальність – 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)», тема дисертації: «Маркетинговий механізм управління підприємствами в умовах міжнародної диверсифікації бізнесу» (ДД №007713 від 23.10.2018, Міністерство освіти і науки України Донецький національний університет ім. Василя Стуса)</p> <p>П.п. 7. Гавенко Михайло Станіславович, тема: «Формування конкурентної стратегії торговельного підприємства», науковий ступінь – доктор філософії, спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Спеціалізована вчена рада ДФ 70.052.006 Хмельницького національного університету, 26.02.2021 р. Коваленко Катерина Сергіївна, тема: «Диверсифікація товаропотоків підприємств в зовнішньоекономічній діяльності», науковий ступінь – кандидат економічних наук, спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Спеціалізована вчена рада Д.35.052.03 Національного університету «Львівська політехніка», 04.12.2017 р. Золотарьова Валентина Іллівна, тема: «Маркетингова діяльність підприємств рекламної сфери», науковий ступінь – кандидат економічних наук, спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Спеціалізована вчена рада ДД 26.142.03 Міжрегіональної Академії управління персоналом, 23.12.2020 р.</p> <p>П.п. 8. Науково-дослідна тема: «Маркетинг в умовах міжнародної диверсифікації бізнес-діяльності підприємства», 2018-2021 рр. Державний реєстраційний номер – ДР 0118U003231. Науковий керівник. Член редакційної колегії міжнародного наукового видання «ЛОГО. Мистецтво наукової думки» ГО «Європейська наукова платформа», з 2019 р. (сертифікат члена редакційної колегії №CRB-A 2617-7064.05). Член редакційної колегії міжнародного наукового видання «Journal of International Business Policy» Видання Академії Міжнародного бізнесу (Academy of International Business (AIB)), з 2018 р.</p> <p>П.п. 12. Танасійчук А.М., Бодак Ю., Варважицька Н. Використання методів міжнародного маркетингу для</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>розвитку туристичних послуг в Україні. Альманах науки. Київ. 2020. № 1 (24). С. 7-11.</p> <p>Танасійчук А.М., Громова О.С., Шевчук А. Оцінювання стану та перспектив розвитку експортної діяльності виробників кукурудзи. Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. 2020. №4. Том 7. С. 119-126. (іноземне видання) (обсяг власних – 0,2 друк.арк.).</p> <p>Танасійчук А.М., Гуцало О.М. Маркетингові дослідження ринку приладдя для малювання. Маркетинг в Україні. Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана. УАМ. К: 2020. № 1. С. 30-44. (обсяг власних – 0,3 друк.арк.).</p> <p>Танасійчук А.М., Габрид А.І. Вивчення попиту на мінеральну воду. Маркетинг в Україні. Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана. УАМ. К: 2019. № 6 (117). С. 42-49. (обсяг власних – 0,3 друк.арк.).</p> <p>Танасійчук А.М., Сергієнко Т.М. Маркетингове дослідження споживання чаю. Valletta, Republic of Malta: European Scientific Platform NGO. Problems and prospects of implementation of innovative research results: collection of scientific papers «ΛΟΓΟΣ» with Proceedings of the International Scientific and Practical Conference (Vol. 1), December 13, 2019. p. 60-67. (іноземне видання) (обсяг власних – 0,2 друк.арк.).</p> <p>Танасійчук А.М., Марценюк І. С. Впровадження стратегії диверсифікації на підприємстві за допомогою digital-інструментів. Baltija Publishing. Modern educational space: the transformation of national models in terms of integration. 2019. vol. 1 p.159-162. (іноземне видання) (обсяг власних – 0,2 друк.арк.)</p> <p>Танасійчук А.М. (Ковінько О.М.) Діяльність Вінницького Регіонального представництва ІГКР. Маркетинг в Україні. Київ. Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана. УАМ. 2019. № 1 (112). С. 61-62.</p> <p>Танасійчук А.М., Мельник Ю.В. Концептуальна модель вибору міжнародних ринків вітчизняними підприємствами. Ле-Ман. Франція, Розвиток соціально-економічних систем в умовах глобального конкурентного середовища. Університет міста Ле-Ман Факультет права, економіки та управління. 2019. С. 146-149 (обсяг власних – 0,2 друк.арк.)</p> <p>Танасійчук А.М., Середницька Л.П., Уманець В.О. Гносеологічний аналіз наукових підходів до формування теорії міжнародного маркетингу. Словаччина. Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. 2019. №4. Том 7. С. 104- 110. (обсяг власних – 0,2 друк.арк.).</p> <p>Танасійчук А.М. (Ковінько О.М.), Осаволук І.В., Маценко А.А. Аналіз розвитку інтернет-реклами в Україні. Молодий вчений. 2017. №12. С. 136-139. (обсяг власних – 0,2 друк.арк.).</p> <p>П.п. 14. III місце. Мельник Ю.В. «Управління маркетинговою діяльністю підприємства. Шифр: «Упаковка». – II тур</p>
--	--	--	--	--	--

						<p>Всеукраїнського конкурсу студентів наукових робіт з галузей знань та спеціальностей 2020/2021 н.р. зі спеціальності «Маркетинг», 22 квітня 2021 р., Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро.</p> <p>II місце. Пневський Владислав Вікторович «Формування стратегії просування бренду підприємства на високотехнологічному ринку». V Всеукраїнський конкурс дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності «Маркетинг» за освітньо-кваліфікаційними рівнями бакалавр, магістр, м. Хмельницький, ХНУ, 14 квітня 2021 р.</p> <p>III місце. Вдовцов Руслан XV Український студентський фестиваль реклами, м. Київ, листопад 2020 р.</p> <p>II місце. Липецька Валентина Миколаївна «Маркетингові дослідження у формуванні стратегії розвитку підприємств сфери послуг». IV Всеукраїнський конкурс дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності «Маркетинг» за освітньо-кваліфікаційними рівнями бакалавр, магістр, м. Хмельницький, ХНУ, 28 квітня 2020 р.</p> <p>II місце: Пневський Владислав Вікторович «Формування стратегії просування бренду підприємства на високотехнологічному ринку». Шифр «Бренд» у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності 075 «Маркетинг», 4-5 березня 2020 р., Тернопільський національний економічний університет.</p> <p>II місце: Чабан Ірина, 7 Всеукраїнський студентський конкурс торговельної реклами. 5-6 листопада 2019 року, КНТЕУ, м.Київ.</p> <p>II місце: Долечик Вікторія, 7 Всеукраїнський конкурс соціальної реклами «Інший погляд». 10 листопада 2019 року, м.Одеса.</p> <p>II місце: Заріцька Анастасія, 7 Всеукраїнський конкурс соціальної реклами «Інший погляд». 10 листопада 2019 року, м. Одеса.</p> <p>III місце: Берцун Ірина Сергіївна «Маркетингові технології управління підприємством в конкурентному середовищі». Шифр «КОНЕКС» у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності 075 «Маркетинг», 14-15 березня 2019 р., Тернопільський національний економічний університет.</p> <p>III місце. Барчук Олександр Анатолійович «Активізація діяльності підприємства засобами міжнародного маркетингу». III Всеукраїнський конкурс дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності «Маркетинг» за освітньо-кваліфікаційними рівнями бакалавр, магістр, м. Хмельницький, ХНУ, 13 квітня 2019 р.</p> <p>III місце. Пневський Владислав Вікторович. Олімпіада з спеціальності «Маркетинг» (Одеський національний технічний університет, м. Одеса, 4-5 квітня 2019).</p> <p>I місце: Рзаєва Джаміла, 11 Міжнародний конSUMERський</p>
--	--	--	--	--	--	---

					<p>фестиваль «CONSUMERFEST-2019», КНТЕУ, м.Київ. 15 березня 2019 р.</p> <p>II місце: Михальнюк Вікторія, 11 Міжнародний консумерський фестиваль «CONSUMERFEST-2019», КНТЕУ, м.Київ. 15 березня 2019 р.</p> <p>III місце: Чернолуцька Світлана, 11 Міжнародний консумерський фестиваль «CONSUMERFEST-2019», КНТЕУ, м.Київ. 15 березня 2019 р.</p> <p>III місце. Танасієнко Олена Вікторівна «Нейромаркетинг як інструмент впливу на підсвідомість споживача». II Всеукраїнський конкурс дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності «Маркетинг» за освітньо-кваліфікаційними рівнями бакалавр, магістр, м. Хмельницький, ХНУ, 13 квітня 2018 р.</p> <p>II місце: Солоднюк Ю., Герасимов Д., 6 Всеукраїнський студентський конкурс торговельної реклами. 7 листопада 2018 року, КНТЕУ, м.Київ.</p> <p>I місце: Бензелюк К., Гуменна Т., Захарук К., Марченко В., Корнієнко О., 8 Всеукраїнський студентський конкурс рекламних проектів. 15 листопада 2018 року, ХНУ, м. Хмельницький.</p> <p>I місце: Солоднюк Ю . О., Герасимов Д . І., 8 Всеукраїнський студентський конкурс рекламних проектів. 15 листопада 2018 року, ХНУ, м. Хмельницький.</p> <p>II місце: Берцун І., Коваленко Д., 8 Всеукраїнський студентський конкурс рекламних проектів. 15 листопада 2018 року, ХНУ, м. Хмельницький.</p> <p>II місце: Яцишина І., Суха А., Мошковська Г., 8 Всеукраїнський студентський конкурс рекламних проектів. 15 листопада 2018 року, ХНУ, м. Хмельницький.</p> <p>III місце: Юрченко А.В., Яцишина І.С. , 8 Всеукраїнський студентський конкурс рекламних проектів. 15 листопада 2018 року, ХНУ, м. Хмельницький.</p> <p>III місце: Чеботарь К., Задорожна О., 8 Всеукраїнський студентський конкурс рекламних проектів. 15 листопада 2018 року, ХНУ, м. Хмельницький.</p> <p>III місце: Костюк А., Марченко М., Боцян С., Грицаюк В., 8 Всеукраїнський студентський конкурс рекламних проектів. 15 листопада 2018 року, ХНУ, м. Хмельницький.</p> <p>II місце: Юрченко А.В., Яцишина І.С., Болкун І.М., Богацька І.В., 10 Міжнародний консумерський фестиваль «CONSUMERFEST-2018», КНТЕУ, м. Київ. 15 березня 2018 р.</p> <p>Керівник Бізнес-школи ВТЕІ КНТЕУ.</p> <p>Робота у складі журі Всеукраїнського конкурсу дипломних робіт з маркетингу 2017 – 2021 р. Хмельницький національний університет, м. Хмельницький.</p> <p>П.п. 19. Голова ГО Вінницької обласної організації «Українська Асоціація Маркетингу».</p>
--	--	--	--	--	---

						<p>Голова Вінницького Регіонального Представництва Індустріального Гендерного Комітету з Реклами.</p> <p>Член Експертної ради з питань запобігання та протидії дискримінації за ознакою статі при Департаменті соціальної та молодіжної політики Вінницької обласної державної адміністрації.</p> <p>Експерт з оцінювання реклами.</p> <p>Експерт Вінницького Регіонального Представництва Індустріального Гендерного Комітету з Реклами з оцінки наявності порушення «Стандарту недискримінаційної реклами» в рекламній продукції.</p> <p>Член робочої групи з розробки професійних стандартів за кодом 2419 «Професіонали у сфері маркетингу».</p> <p>Член правління ГО «Української Асоціації Маркетингу».</p>
Якушевська Оксана Володимирівна	Доцент	Київський національний торговельно-економічний університет (2002р., спеціальність - «Облік і аудит», кваліфікація - економіст з обліку і аудиту);	Кандидат економічних наук, спеціальність - 08.00.07 Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика, тема дисертації: Підвищення соціально-демографічного потенціалу за умов реформування системи охорони здоров'я населення, диплом ДК №047711 від 05.07.2018 р. (Міністерство освіти і науки України, Хмельницький національний університет)	Начальник відділу реклами та зв'язків з громадськістю ВТЕІ КНТЕУ - 09.2018 - до т/ч	Хмельницький національний університет, сертифікат №5, тема: «Методика викладання економічних дисциплін», 2017 р., 4 кред.; Хмельницький національний університет, диплом ДК №047711, тема: «Здобуття наукового ступеня кандидат економічних наук, тема дисертації: Підвищення соціально-демографічного потенціалу за умов реформування системи охорони здоров'я населення», 2018 р., 4 кред.;	<p>П.п. 1. Якушевська О.В. (Говорко О.В.) Ефективність системи забезпечення охорони здоров'я населення України. Інтеллект XXI. Національна економіка. 2017. №2. С. 92–97 (фахове видання).</p> <p>Якушевська О.В. (Говорко О.В.) Вплив охорони здоров'я на якість життя населення. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2017. Вип. 46. С.46–51 (фахове видання).</p> <p>Якушевська О.В. (Говорко О.В.) Сутність демографічного потенціалу: проблеми теорії та практики. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2017. Вип. 2. Ч. 2. С. 68–74 (фахове видання).</p> <p>Якушевська О.В. (Говорко О.В.) Система елементів соціально-демографічного потенціалу та їх взаємозв'язок. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Економіка. 2017. № 5(33). С.57-61 (фахове видання).</p> <p>Якушевська О.В. (Говорко О.В.) Оцінка ефективності системи забезпечення охорони здоров'я населення України. Інтеллект XXI. Національна економіка. 2017. Вип. 2. С.92-97 (фахове видання).</p> <p>П.п. 4. Якушевська О.В. (Говорко О.В.) Маркетинг соціального забезпечення: робоча програма. Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 27 с.</p> <p>Якушевська О.В. (Говорко О.В.), Луценко О.І. Комп'ютерна графіка в рекламі: робоча програма. Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 24 с. (обсягу власних - 0,5 друк.арк.).</p> <p>Якушевська О.В. (Говорко О.В.), Луценко О.І. Реклама в Інтернеті: робоча програма. Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 33 с. (обсяг власних - 0,75 друк.арк.).</p> <p>П.п. 5. Кандидат економічних наук, спеціальність - 08.00.07 «Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика», тема дисертації: «Підвищення соціально-демографічного потенціалу за умов реформування системи</p>

						<p>охорони здоров'я населення (ДК №047711 від 05.07.2018 р., Міністерство освіти і науки України, Хмельницький національний університет)».</p> <p>П.п. 12. Якушевська О.В. (Говорко О.В.) Імідж ЗВО як елемент його конкурентоспроможності. Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: зб. наук. пр. VIII Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 03 черв. 2020 р. Вінниця, 2020. Ч. 3. 256 с Р. 107-115.</p> <p>Якушевська О.В. (Говорко О.В.) Якісна освіта – детермінанта приросту людського капіталу країни. Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. Kosice. Slovakia. 2020. Vol. 7. Issue 3. P. 36-39.</p> <p>Якушевська О.В. (Говорко О.В.), Мельничук О. Розвиток людського капіталу – стратегічна ціль формування сучасної інноваційної економіки. Scientific Letters of International Academic Society of Mikhail Baludansky. Slovakia. 2019. Volume 7, No. 3/2019. С.30-33 (обсяг власних - 0,1 друк.арк.).</p> <p>Якушевська О.В. (Говорко О.В.) Роль реклами у просуванні іміджу закладу вищої освіти на ринку освітніх послуг. International Scientific-Practical Conference Global marketing: analysis and challenges of our time: Conference Proceedings, May 16-17th, 2019. Batumi, Georgia. P. 143-146.</p> <p>Govorko O.V. Problems of forming of modern demographic potential of Ukraine. Scientific Letters of International Academic Society of Mikhail Baludansky. Slovakia. 2017. Volume 3, No. 1/2017. P.44-46.</p> <p>П.п. 19. Член ГО "Українська Асоціація Маркетингу".</p> <p>П.п. 20. Досвід практичної роботи за спеціальністю - 4 р.</p>
--	--	--	--	--	--	--

Особи, які працюють за сумісництвом

Пчелянська Галина Олегівна	Доцент (ФОП Пчелянська Галина Олегівна, директор)	Вінницький державний аграрний університет (2003р., спеціальність - «Менеджмент організацій», кваліфікація - менеджер- економіст);	Кандидат економічних наук, спеціальність - 08.00.03 Економіка та управління національним господарством, тема дисертації: Інфраструктура аграрного ринку у формуванні цін на сільськогосподарську продукцію, диплом ДК №058414 від 26.05.2010 р. (Вища атестаційна комісія України, ННЦ «Інститут аграрної економіки» УААН), доцент кафедри аграрного менеджменту, атестат 12ДЦ №029123		Вінницький національний технічний університет, посвідчення №08-33- 03, тема: «Логістичний менеджмент», 2019 р., 6 кред.; University of Central Europe, Academic Society of Michal Baludansy, Jasna- Presov-Kosice, certificate № 48/03- 2019, тема: «Modern teaching methods and	П.п. 1. Zamkova N., Bondarenko V., Pchelianska G., Artyukh O., Murenko T. Entrepreneurship education as a narrative creativity in digital technology coordinates. International Journal of Entrepreneurship. 2021. Vol. 25. No 7. Pp 1-7. URL: https://www.abacademies.org/abstract/entrepreneurship-education-as-a-narrative-creativity-in-digital-technology-coordinates-12005.html (Scopus) (обсяг власних – 0,09 друк.арк.).
						Stadnyk V., Krasovska G., Pchelianska G., Holovchuk Y. Determinants of “green entrepreneurship” competitive strategies implementation in the agro-industrial sector of Ukraine. IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science 2021. №628. URL: https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/628/1/012032 (Scopus) (обсяг власних – 0,1 друк.арк.).
						Пчелянська Г.О., Головчук Ю.О. Вплив інституційних факторів на маркетингове ціноутворення органічної продукції Причорноморські економічні студії. 2020. Вип.49. С.83-87. (фахове видання) (обсяг власних - 0,2 друк. арк.).

			<p>від 23.12.2011 р. (Атестаційна колегія Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України)</p>		<p>innovative technologies in higher education», 2019 р., 6 кред.; Instytut Badawczo- Rozwojowy Lubelskiego Parku Naukowo Technologicznego, Lublin, Republic of Poland, certificate ES №0968/2020, 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., 1,5 кред.;</p>	<p>Пчелянська Г.О. Маркетингові підходи до формування агропродовольчого ринку. Бізнес Інформ. 2019. №2. С. 202–208. (фахове видання). Пчелянська Г.О., Дибчук Л.В. Маркетингового-логістична модель дистрибуції на продовольчому ринку. Проблеми економіки. 2019. №3. С.20-31. (фахове видання)(обсяг власних - 6 с.) Пчелянська Г.О. Формування інфраструктури продовольчої безпеки. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2018. №4. С. 68-81 (фахове видання). Пчелянська Г.О. Роль України у формуванні світової продовольчої безпеки. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2017. №12. С. 80-90. (фахове видання). П.п. 4. Пчелянська Г.О. Логістичний менеджмент: методичні рекомендації до самостійної роботи. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2021. 23 с. Пчелянська Г.О. Логістичний менеджмент: завдання до практичний занять. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2019. 70 с. Пчелянська Г.О., Середницька Л.П. Маркетингова товарна та цінова політики: методичні рекомендації до самостійної роботи для здобувачів ОС «молодший бакалавр» спеціальності «Маркетинг». Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2020. 48 с. (обсяг власних – 1,1 друк. арк.). Пчелянська Г.О. Маркетинговий аналіз: методичні рекомендації до самостійної роботи. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2021. 26 с. Пчелянська Г.О. Маркетинговий аналіз: методичні рекомендації до самостійної роботи. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 33 с. Пчелянська Г.О. Логістичний менеджмент: робоча програма. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2021. 22 с. Пчелянська Г.О. Маркетинговий аналіз: робоча програма. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2020. 23 с. Пчелянська Г.О. Маркетингова цінова політика: робоча програма. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2020. 26 с. П.п. 12. Пчелянська Г.О. Маркетингова концепція збалансованого розвитку та її значення в сучасних умовах розвитку ринку. Напрями економічного зростання та інноваційного розвитку підприємства. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених 16 квітня 2020 р. Кропивницький : РВЛ ЦНТУ, 2020. С.49-51. Пчелянська Г.О. Маркетинговий підхід до визначення</p>
--	--	--	--	--	---	---

					<p>поведінки споживачів. Наука та освіта в дослідженнях молодих учених [Електронне видання] : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. для студентів, аспірантів, докторантів, молод. учених, Харків, 14 трав. 2020 р., Харків. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди ; [редкол.: Ю. Д. Бойчук (голов. ред) та ін.]. Харків, 2020. С.285-287.</p> <p>Пчелянська Г.О. Розвиток інтернет-маркетингу в ринкових умовах. Інституціональне забезпечення розвитку споживчого ринку регіону: Міжнародна науково-практична конференція викладачів та практичних працівників, Вінниця, 22 квітня 2020 р.: [редкол.: Л.А. Прищок [та ін.]. Вінниця: Вінницький кооперативний інститут, 2020. С.99-101.</p> <p>Пчелянська Г.О. «Зелений маркетинг» на ринку органічної продукції в умовах євроінтеграції. Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: Збірник наукових праць VI Міжнародної науково-практичної конференції. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019. ЧЗ. С. 126-155.</p> <p>Пчелянська Г.О. Маркетингово-логістичний підхід до управління підприємством в сучасних умовах. Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій: матеріалів II Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф. (1 листопада 2019 р.). Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2019. 220 с. С.179-181.</p> <p>П.п. 14. IV Міжнародний конкурс наукових студентських робіт з логістики - Тисленко Г.Є. Диплом за III місце, 2020 р.</p> <p>П.п. 19. Член ГО «Українська Асоціація Маркетингу»</p>
--	--	--	--	--	---