

Якісний склад науково-педагогічних працівників кафедри Маркетингу та реклами

Прізвище, ім'я, по батькові науково-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						
Бердичевський Антон Віталійович	Асистент	Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (2017р., спеціальність - «Маркетинг», кваліфікація – бакалавр з маркетингу); Тернопільський національний економічний університет (2018р., спеціальність - «Економіка», кваліфікація – магістр з економіки)		ФОП Бердичевський Антон Віталійович – 02.2015 - до т.ч.	Заплановано стажування на 2024 р.	<p>П.п. 1. Бердичевський А.В. Маркетингові інструменти механізму управління інноваційним потенціалом підприємств легкої промисловості. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2023. № 4. прийнято до друку (фахове видання). Бердичевський А.В. Управління інноваційною діяльністю в системі функціонування підприємств за умов цифровізації ринку. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2022. № 2. С.220-228 (фахове видання). Бердичевський А.В. Детермінанти маркетингового управління інноваційною діяльністю підприємств легкої промисловості України за умов глобалізації ринку. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2020. № 4. С. 177–180. (фахове видання). Бердичевський А.В. Логістизація в управлінні інноваційним потенціалом підприємства. Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції. 2019. № 30 (19), Т.2. С. 126-132. (фахове видання). Гончар О.І., Бердичевський А.В. Особливості сучасного етапу та генезис теорії потенціалів підприємства. Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції. 2018. № 29 (18), Т.2. С. 193-199. (фахове видання).</p> <p>П.п. 3. Berdychevskiy A., Pushkina Yu. Narzędzia marketingowe w zapewnieniu rozwoju innowacyjnego potencjału przedsiębiorstwa i wzrostu konkurencyjności. ACTUAL PROBLEMS OF MODERN SCIENCE : monograph: edited by</p>

					<p>Matiukh S., Skyba M., Musial J., Polishchuk O. 2021. P. 121 – 128.</p> <p>Ціхановська О., Бердичевський А. Інноваційний потенціал підприємства та його складові: поняття, сутність, еволюція теоретичних поглядів. Фінансова підзвітність суб'єктів господарювання у розвитку громадянського суспільства : монографія. В. Мошинський, Н. Позняковська, О. Міклуха, О. Дорошенко та ін. Рівне: НУВГП, 2021. С. 62-69.</p> <p>П.п.12. Бердичевський А. В. Маркетингові інновації в цифрову епоху, як чинник розвитку потенціалу підприємства. <i>Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: зб. наук. пр. XI Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 25 вересня 2023 р. Вінниця, 2023. Ч. 2. С.82-89.</i></p> <p>Бердичевський А. В. Євроінтеграційні трансформації як вектор розвитку інноваційного потенціалу підприємства та його ринкових спроможностей. Проблеми та перспективи розвитку бізнесу в Україні : матеріали III Міжнародної наук.-практ. конф. молодих вчених і студентів (м. Львів, 2 березня 2023 р.) : тези доповідей. Львів : Львівський торговельно-економічний університет, 2023. С. 219-221.</p> <p>Бердичевський А. В. Інновації у формуванні потенціалу і конкурентного статусу підприємства. Проблеми та перспективи розвитку бізнесу в Україні : матеріали II Міжнародної наук.-практ. конф. молодих вчених і студентів (м. Львів, 25 січня 2022 р.) : тези доповідей. Львів : Львівський торговельно-економічний університет, 2022. С. 254 - 257.</p> <p>Berdychevskiy A., Pushkina Yu. Aktywacja badań marketingowych we wdrażaniu innowacji i zarządzania potencjałem przedsiębiorstwa. IX Ukrainian-Polish Scientific Dialogues: Conference Proceedings. International Scientific Conference, 20-23 October 2021, Khmelnytskyi (Ukraine). Khmelnytskyi National University, 2021. С.95-97.</p> <p>Гончар О. І., Бердичевський А. В. Мотиваційний механізм активізації інноваційних процесів формування потенціалу підприємства. Проблеми та перспективи розвитку бізнесу в Україні : матеріали Міжнародної наук.-практ. конф. молодих вчених і студентів (м. Львів, 19 лютого 2021 р.) : тези доповідей. Львів : Львівський торговельно-економічний університет, 2021. С. 186-187.</p> <p>Бердичевський А.В. Інноваційні інструменти розвитку потенціалу підприємства за сучасних умов ринку. Напрями економічного зростання та інноваційного розвитку підприємства. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених 16 квітня 2021 р. Кропивницький : РВЛ ЦНТУ, 2021. С. 162-164.</p> <p>Бердичевський А.В., Мельничук К.Я. Фінансові аспекти формування потенціалу підприємства. VIII Ukrainian-Polish Scientific dialogues: Conference Proceedings. International scientific conference, 16-19 October, 2019, Khmelnytskyi (Ukraine). Khmelnytskyi National University, 2019. 179 h. P. 171-172.</p> <p>П.п. 20. Досвід практичної роботи за спеціальністю – 8 р.</p>
--	--	--	--	--	--

Головчук Юлія Олександрівна	Доцент	<p>Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (2008р., спеціальність - «Економіка підприємства», кваліфікація - магістр з економіки підприємства, економіст);</p> <p>Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (2019р., спеціальність - «Маркетинг», кваліфікація - ступінь вищої освіти магістр спеціальність «Маркетинг»);</p> <p>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>	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, диплом ДК №048666 від 23.10.2018 р. (Міністерство освіти і науки України, Хмельницький національний університет)		<p>Ministry of Education and Science of Ukraine 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 p., 6 кред.;</p> <p>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 p., 1,5 кред.;</p> <p>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 p., 3,6 кред.;</p> <p>Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, сертифікат НВ №02125094/010-19 БО,</p>	<p>П.п. 1. Tanasiichuk, A., Holovchuk Y., Kovalchuk S., Nianko V., Boiko R., Drazhnitsya S. Marketing Activities of Extractive Industry Enterprises in Ukraine in Overcoming the Consequences of the Corona Crisis. European Journal of Sustainable Development. 2022. Vol 11, No.1, P. 147-161. (Web of Science). 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). Tanasiichuk A., Hromova O., Abdullaieva A., Holovchuk Y., Sokoliuk K. Strategy of International Agricultural Producers' Implementation. Italy. European Journal of Sustainable Development. 2020. Vol 9, №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). 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). 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). 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, №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). Головчук Ю.О., Голод А.П., Графська О.І., Дудаш О.І., Крижанівський Т.Я. Модернізація регіональних туристичних систем на засадах сталого розвитку. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2023. №2. С. 11–16. (фахове видання). Головчук Ю.О., Никига О.В., Запісоцький А.І. Інноваційні засади розвитку промислового туризму. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2023. 2(39). http://www.easterneurope-ebm.in.ua/index.php/vipusk-39-2023(фахове видання). Головчук Ю.О., Графська О.І., Кулик О.М. Інноваційні інструменти маркетингових стратегій розвитку туризму на регіональному рівні. Інфраструктура ринку. 2023. №71. С. 207-209. (фахове видання). Головчук, Ю.О., Мороз, С.Р., Цесьців, Д.С. Управління туристичними дестинаціями: інноваційні маркетингові</p>
--------------------------------	--------	---	---	--	--	---

		спеціалізація «Германські мови та літератури (переклад включно), перша - англійська»)		тема: «Реклама», 2019 р., 6 кред.	<p>підходи. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2022. №5. DOI: https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-5-12-02 (фахове видання).</p> <p>Головчук Ю.О., Середницька Л.П., Дибчук Л.В. Конtent-маркетинг як стратегія просування на ринок та поширення послуг. Економіка та держава. №4. Квітень. 2022. № 4. С. 69–75. (фахове видання).</p> <p>Головчук Ю.О., Пчелянська Г.О., Дибчук Л.В. Класифікація реклами та її практичне значення у підвищенні ефективності управління поведінкою споживачів. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. № 6. Т. 2. 2021. С. 204-210. (фахове видання).</p> <p>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).</p> <p>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).</p> <p>Головчук Ю.О., Дибчук Л.В. Формування та особливості ефективної рекламної кампанії. Економіка, управління та адміністрування. 2020. №1 (91). С. 21-26. URL: http://ema.ztu.edu.ua/article/view/200760 (фахове видання).</p> <p>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).</p> <p>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).</p> <p>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).</p> <p>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).</p> <p>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:</p>
--	--	---	--	-----------------------------------	--

					<p>http://www.economy.in.ua/pdf/3_2020/14.pdf (фахове видання).</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. Масові комунікації: робоча програма. ОС «бакалавр», галузі знань 06 «Журналістика» спеціальність 061 «Журналістика». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2023. 25 с. Маркетингові комунікації: робоча програма. ОС «молодший бакалавр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2023. 29 с. Головчук Ю.О. Реклама: методичні рекомендації до самостійної роботи. ОС «бакалавр», галузь знань 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», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2021. 28с. Головчук Ю.О. Маркетингові комунікації: методичні рекомендації до самостійної роботи. ОС «бакалавр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2021. 28с. Головчук Ю.О. Маркетингові комунікації: робоча програма. ОС «молодший бакалавр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2020. 20 с. Головчук Ю.О. Маркетингові комунікації: робоча програма. ОС «бакалавр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2020. 20 с. Головчук Ю.О. Маркетингові комунікації: завдання до практичних занять. ОС «бакалавр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2020. 24 с.</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>Головчук Ю.О. Реклама: робоча програма. ОС «бакалавр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2020. 20 с.</p> <p>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 Ю.О. PR-діяльність як система операцій, направлених на оптимізацію комунікативних процесів. <i>Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України</i>: зб. наук. пр. XI Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 25 вересня 2023 р. Вінниця, 2023. Ч. 2. С.89-97.</p> <p>Головчук Ю.О., Дибчук Л.В. Маркетингові дослідження як невід’ємна складова маркетингової діяльності підприємства. V Міжнародної науково-практичної конференції. Журналістика та реклама: вектори взаємодії, 22 березня 2023. С. 98-102.</p> <p>Головчук Ю.О., Голод А. Маркетингові механізми модернізації системи надання санаторно-курортних послуг. Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності». 8 грудня 2022. С. 228-230.</p> <p>Головчук Ю.О. Промоакційний маркетинг як складова маркетингових комунікацій. Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг: III Міжнародна науково-практична конференція, 25-26 лютого 2022 р. Рівне: О. Зень, 2022. С. 16-18.</p> <p>Головчук Ю.О. Інтегровані маркетингові комунікації як елемент розвитку підприємства. Сучасні тенденції розвитку науки та освіти в умовах євроінтеграції: Міжнародна науково-практична конференція, 29-30 березня 2022 р. ВКІ. Вінниця. С. 267-269.</p> <p>Головчук Ю.О., Дибчук Л.В. Особливості підвищення ефективності реклами в соціальних мережах. Менеджмент XXI століття: глобалізаційні виклики: VI Міжнародна науково-практична конференція, Полтава, 19 травня 2022 року. С. 48-</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>50. 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. Головчук Ю.О., Пчелянська Г.О., Середницька Л.П. Маркетингові дослідження як основа розробки маркетингової стратегії підприємства. Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. 2020. Volume 8. No. 3. pp. 72-75. Головчук Ю.О. Ефективність формування ланцюга партнерських відносин. 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.</p> <p>П.п. 19. Член ГО «Українська Асоціація Маркетингу», Член ГО «Вінницька асоціація гостинності «ХлібСіль»</p>	
Громова Ольга Євгенівна	Професор	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», кваліфікація - спеціаліст з фінансів і кредиту); Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного	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) Доктор економічних наук, спеціальність - 08.00.04 Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), тема		<p>Сертифікат знання англійської мови на рівні B2, Pearson, №PQS17 11395197 367, 12.2017р.;</p> <p>DigIn.Net 2 (German-Ukrainian Digital Innovation Network 2), Anhalt University of Applied Sciences, м. Кетен, Німеччина, certificate № DN 202311133, тема: «Digital Future: Blended Learning», 2023 р., 6 кред.;</p> <p>The University of Security Management in Kosice, Slovakia, certificate №SK/USM/044-2022, тема: «Current Changes, Specific and Distinctive Features of the Higher Education System in the European Union Countries», 2022 р., 6 кред.</p>	<p>П.п. 1. Hromova O., Abdullaieva A., Andrusenko N., Martynova, L., Prutska O., Yurchuk I. The Impact of the Russian-Ukrainian War on EU Food Security. India. <i>Economic Affairs</i>. October. 2022. Vol. 67, No. 04s. P. 859-867. (Scopus). Polishchuk I., Dovhan Yu., Hromova O., Dovhan L., Hnydiuk I. Tools for marketing management of the innovation and investment activity. Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2022. Vol. 2 (43). P. 228-237. (Web of Science, фахове видання). 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. <i>European Journal of Sustainable Development</i>. 2021. Vol. 10. No 1. P. 527–538. (Web of Science, Scopus). 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). 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. <i>European Journal of Sustainable Development</i>. 2020. Vol. 9. No 3. P. 349–375. (Web of Science, Scopus). 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. <i>European Journal of Sustainable Development</i>. Rome, Italy. 2020. Vol. 9. № 2. P. 467–487. (Web of Science, Scopus).</p>

	<p>торговельно-економічного університету (2019р., спеціальність - «Маркетинг», кваліфікація - ступінь вищої освіти магістр спеціальність «Маркетинг»)</p>	<p>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>Вінницький національний технічний університет, посвідчення №08-33-06, тема: «Підвищення рівня викладання дисципліни «Транспортно-експедиційна діяльність», 2020 р., 4 кред.;</p> <p>Приватне підприємство «Траекторія», довідка №1/12, тема: «Підвищення рівня викладання дисципліни «Транспортно-експедиційна діяльність», 2020 р., 2 кред.;</p> <p>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>Tanasiichuk A., Hromova O., Abdullaieva A., Holovchuk Y., 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).</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. European Journal of Sustainable Development. Rome, Italy. 2020. Vol. 9. № 2. P. 525–531. (Web of Science, Scopus).</p> <p>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).</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).</p> <p>Громова О. Є., Шарко В.В. Формування підсистеми контролінгу стратегічних показників конкурентних переваг підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2022. №2, Том 2, С. 36-40. (фахове видання).</p> <p>Громова О.Є., Абдуллаєва А.Є., Шевчук А.Л. Поведінка споживачів як основа мерчандайзингу. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2022. Т.1(310). № 5. С. 33–36. (фахове видання).</p> <p>Громова О. Є., Гурський В. А. Вдосконалення збутової політики підприємства. Економіка. Фінанси. Право. Інформаційно-аналітичний журнал. 2020. № 11/1. С. 30–33. (фахове видання).</p> <p>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).</p> <p>Громова О. Є. Конкурентоспроможність підприємства в контексті її маркетингового забезпечення. Бізнес-навігатор. Науково-виробничий журнал. 2020. № 1 (57). С. 100–104. (фахове видання).</p> <p>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).</p> <p>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.</p>
--	---	--	--	---	--

					<p>(фахове видання). 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). 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). Громова О. Є., Безчаснюк Б. В., Бірюкова О. А. Конкурентне середовище світового ринку надання послуг. Бізнес-навігатор. Науково-виробничий журнал. 2019. № 5 (54). С.111–115. (фахове видання). 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). 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). 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). 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).</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.). 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>П.п. 4. Громова О.Є. Стратегічний маркетинг : робоча програма. ОС «магістр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2023. 21 с. Громова О.Є. Стратегічний маркетинг : методичні рекомендації до самостійної роботи. ОС «магістр», галузь</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2023. 13 с.</p> <p>Громова О.Є. Маркетинг інновацій : методичні рекомендації до самостійної роботи. Для усіх галузей знань та спеціальностей. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2022. 16 с.</p> <p>Громова О.Є. Індустріальний маркетинг: робоча програма. Для усіх галузей знань та спеціальностей. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2022. 16 с.</p> <p>Громова О.Є. Поведінка споживачів: методичні рекомендації до самостійної роботи. ОС «бакалавр», галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2021. 21 с.</p> <p>Громова О.Є. Поведінка споживачів : робоча програма. ОС «бакалавр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 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. Маркетинг інновацій : робоча програма. Для усіх галузей знань та спеціальностей. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 14 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.8. Науково-дослідна тема: «Вплив маркетингового стратегічного управління на конкурентоздатність підприємства», 2022-2024 рр. Державний реєстраційний номер – 0122U000314. Науковий керівник. Член редакційної колегії наукового журналу «Development Service Industry Management» Хмельницького-національного університету, з 2023 р. (Index Copernicus; Google Scholar).</p> <p>П.п. 10. Державний торговельно-економічний університет, Проєкт Жан Монне 101047657 АЕРС, сертифікат № 56/4, тема «Адвокатування європейських правил конкуренції», 2023 р. (40 годин/ 1,3 кредити).</p> <p>П.п. 12. Громова О.Є. Управління конкурентоздатністю підприємств з використанням маркетингових технологій. <i>Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри</i></p>
--	--	--	--	--	---

					<p>європейської інтеграції України: зб. наук. пр. XI Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 25 вересня 2023 р. Вінниця, 2023. Ч. 2. С.97-103.</p> <p>Громова О.Є. Маркетингові технології в управлінні конкурентоздатністю підприємств. Innovations and Prospects of World Science: XV Міжнародна науково-практична конференція, 12-14 жовтня 2022 р., С. 379-381.</p> <p>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.</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.</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.</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. № 3. Р. 39 –42.</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». Член ГО «Вінницька асоціація гостинності «ХлібСіль».</p>	
Довгань Юрій Васильович	Доцент	Вінницький державний аграрний університет (2000р., спеціальність - «Менеджмент організацій», кваліфікація - економіст-організатор сільськогосподарського виробництва); Вінницький торговельно-економічний інститут Київського	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		<p>Сертифікат знання англійської мови на рівні B2, LangSkill, Ukraine, № 35D16J162DQ04, 17.02.2023 р.;</p> <p>DigIn.Net 2 (German-Ukrainian Digital Innovation Network 2), Anhalt University of Applied Sciences, м. Кетен, Німеччина, certificate № DN 202311084, тема: «Digital Future:</p>	<p>П.п. 1. Zamkova N., Polishchuk I., Dovhan Yu., Dovhan L., Novytskyi R. Training of Future Logistics and Supply Chain Managers: A Competency Approach. <i>Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice</i>. 2023. Vol. 1 (48). P. 427–440. DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptr.1.48.2023.3946. (Web of Science, фахове видання).</p> <p>Polishchuk I., Dovhan Yu., Hromova O., Dovhan L., Hnydiuk I. Tools for Marketing Management of the Innovation and Investment Activity. <i>Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice</i>. 2022. Vol. 2 (43). P. 228–237. (Web of Science, фахове видання).</p> <p>Gonchar O., Zamkova N., Polishchuk I., Dovhan Y., Sokolovska V. Oil and Fat Business of Ukraine : Marketing Orientation for Achieving Competitive Advantages. <i>European Journal of Sustainable Development</i>. 2020. Vol. 9. № 4. P. 261–272. DOI: https://doi.org/10.14207/ejsd.2020.v9n4p261. (Web of Science,</p>

	<p>національного торговельно-економічного університету (2020р., спеціальність - «Маркетинг», кваліфікація - ступінь вищої освіти магістр, спеціальність «Маркетинг» освітня програма «Маркетинг»)</p>	<p>науки України, Хмельницький національний університет)</p> <p>доцент кафедри маркетингу та реклами, атестат АД №014169 від 20.12.2023 р. (Атестаційна колегія Міністерства освіти і науки України)</p>		<p>Blended Learning», 2023 р., 6 кред;</p> <p>Google Digital Marketing & E-commerce Professional Certificate, сертифікат https://coursera.org/verify/profession/cert/24UHVU3V8G67 2023 р., non credit;</p> <p>International internship under the program «Fundraising and organization of project activities in educational establishments: European experience», сертифікат SZFL-001516, тема проєкту: «Improvement of the Distance Learning System in Higher Education Institutions», 2022 р., 6 кред;</p> <p>Товариство з обмеженою відповідальністю «Академія цифрового розвитку», сертифікат № 6GW-0037, тема: «Цифрові інструменти Google для закладів вищої, фахової передвищої освіти», 2021 р., 1 кред;</p> <p>Товариство з обмеженою відповідальністю «ТМБ», довідка №1/03, тема: «Підвищення рівня викладання дисципліни «Логістика», 2021 р.,</p>	<p>Scopus).</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. <i>Ukrainian Food Journal</i>. 2019. Vol. 8. Issue 1. P. 169–180. DOI: https://doi.org/10.24263/2304-974X-2019-8-1-16. (Web of Science, фахове видання).</p> <p>Довгань Ю.В., Середницька Л.П. Маркетинг сталого розвитку: досвід ЄС. <i>Економіка та суспільство</i>. 2023. № 49. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2354 (дата звернення: 23.06.2023). (фахове видання).</p> <p>Довгань Ю.В. Теоретичні аспекти управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємств. <i>Modern Economics</i>. 2022. № 36 (2022). С. 38–44. DOI: https://doi.org/10.31521/modecon.V36(2022)-06. (фахове видання).</p> <p>Dovhan Yu. Resources and Technologies of the Enterprise Marketing Management. <i>Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки</i>. 2021. Т. 3. № 27. С. 96–102. DOI: https://doi.org/10.29038/2786-4618-2021-03-96-102. (фахове видання).</p> <p>Polishchuk I.L., Dovhan Yu.V., Korol I.V. Logistics and marketing support improvement in the export supply chain. <i>Інноваційна економіка</i>. 2021. № 5–6 (88). С. 99–104. DOI: https://doi.org/10.37332/2309-1533.2021.5-6.14. (фахове видання).</p> <p>Довгань Ю.В. Формування маркетингової стратегії просування інноваційних рослинних харчових олій. <i>Економіка та держава</i>. 2020. № 1. С. 126–131. DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.1.126. (фахове видання).</p> <p>Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Маркетингові аспекти управління олійно-жировими підприємствами. <i>Вісник Херсонського національного технічного університету</i>. 2020. № 2 (73). С. 93–100. DOI: https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2020.2.12. (фахове видання).</p> <p>Поліщук І.І., Громова О.Є., Довгань Ю.В. Логістизація маркетингової діяльності олійно-жирових підприємств харчової галузі. <i>Регіональна бізнес-економіка та управління</i>. 2020. №1 (65). С. 43–50. (фахове видання).</p> <p>Головчук Ю.О., Довгань Ю.В. Маркетингові концепції організації бізнесу в управлінні інноваційно-інвестиційною діяльністю олійно-жирових підприємств харчової галузі. <i>Причорноморські економічні студії</i>. 2020. Вип. 50. Ч. 1. С. 132–136. DOI: https://doi.org/10.32843/bses.50-23. (фахове видання).</p> <p>Головчук Ю.О., Довгань Ю.В. Врахування ефекту невизначеності при формуванні ефективної бізнес-стратегії підприємства. <i>Ефективна економіка</i>. 2019. № 12. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7475 (дата звернення: 23.06.2023). DOI: https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.12.53. (електронне фахове видання).</p>
--	---	--	--	--	---

				<p>2 кред.;</p> <p>Вінницький національний технічний університет, посвідчення № 08-33-02, тема: «Логістика», 2021 р., 4 кред.;</p> <p>Платформа масових відкритих онлайн-курсів Prometheus, сертифікат, тема: «Академічна доброчесність: онлайн-курс для викладачів», 2021 р., 2 кред.;</p> <p>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.</p>	<p>П.п. 4. Довгань Ю.В. Маркетинговий менеджмент: методичні рекомендації до самостійної роботи для ОС «магістр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» ОП «Маркетинг». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2023. 33 с.</p> <p>Поліщук І.І., Довгань Ю.В., Луценко О.І. Моделювання фінансово-господарської діяльності підприємства: робоча програма для ОС «бакалавр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» ОП «Маркетинг». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2023. 27 с.</p> <p>Довгань Ю.В. Маркетинговий менеджмент: робоча програма для ОС «магістр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» ОП «Маркетинг». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2023. 20 с.</p> <p>Довгань Ю.В. Логістика в підприємстві та торгівлі: робоча програма для ОС «магістр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» ОП «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2023. 21 с.</p> <p>Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Логістика: методичні рекомендації до виконання курсової роботи для ОС «бакалавр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент» ОП «Логістика». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2023. 38 с.</p> <p>Довгань Ю.В. Логістика: робоча програма для ОС «бакалавр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент» ОП «Логістика». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2023. 22 с.</p> <p>Сіренко С., Тернова А., Бабчинська О., Гирич С., Довгань Ю., Красняк О., Поліщук І., Шарко В. Атестаційний екзамен: робоча програма для здобувачів ОС «бакалавр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» ОП «Товарознавство та комерційна логістика» денної, заочної, заочної (зі скороченим терміном) форм навчання. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2023. 24 с.</p> <p>Довгань Ю.В. Луценко О.І. Цифровий маркетинг: методичні рекомендації до самостійної роботи для усіх галузей знань та спеціальностей. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2022. 26 с.</p> <p>Довгань Ю.В. Паблік рілейшнз. Методичні рекомендації до самостійної роботи для усіх галузей знань та спеціальностей. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2022. 30 с.</p> <p>Довгань Ю.В. Маркетингове планування: методичні рекомендації до самостійної роботи для усіх галузей знань та спеціальностей. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2022. 24 с.</p>
--	--	--	--	---	---

					<p>Довгань Ю.В. Маркетингове планування: методичні рекомендації до самостійної роботи для усіх галузей знань та спеціальностей. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2022. 19 с.</p> <p>Довгань Ю.В., Луценко О.І. Комп'ютерний дизайн в рекламі : робоча програма для усіх галузей знань та спеціальностей. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2022. 24 с.</p> <p>Довгань Ю.В. Брендинг. Методичні рекомендації до самостійної роботи для усіх галузей знань та спеціальностей. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2022. 22 с.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Логістика: робоча програма 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». Робоча програма. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2021. 25 с.</p> <p>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.</p> <p>Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Логістика: опорний конспект лекцій. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2021. 128 с.</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.8. Науково-дослідна тема: «Маркетингове управління інноваційно-інвестиційною активністю підприємств», 2022-2024 рр. Державний реєстраційний номер – 0122U000316. Науковий керівник.</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>П.п.10. Державний торговельно-економічний університет, Проект Жан Монне 101047657 AERC, сертифікат № 58/4, тема « Адвокатування європейських правил конкуренції», 2023 р. (90 годин/ 3 кредити).</p> <p>П.п. 12. Довгань Ю.В. Модель компетентностей сучасних логістів та її складові. <i>Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України</i>: зб. наук. пр. XI Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 25 вересня 2023 р. Вінниця, 2023. Ч. 2. С.103-110.</p> <p>Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Базовий маркетинговий інструментарій управління. <i>Modern engineering and innovative technologies</i>. Німеччина. 2023. Issue 27.</p> <p>Довгань Ю.В. Європейський досвід маркетингу сталого розвитку. <i>Підприємництво, торгівля, маркетинг: стратегії, технології та інновації</i> : тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф. 27 трав. 2023 р. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023.</p> <p>Довгань Ю.В., Гришук А.В. Єврологістика як напрям євроінтеграції України. <i>Логістика майбутнього: ефективні рішення для торгівлі</i> : тези доп. Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. 20 квіт. 2023 р. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. С. 156–158.</p> <p>Довгань Ю.В., Гуцал Д.Р. Євроінтеграційні напрями побудови транспортно-логістичної системи України. <i>Логістика майбутнього: ефективні рішення для торгівлі</i> : тези доп. Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. 20 квіт. 2023 р. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. С. 159–161.</p> <p>Довгань Ю.В., Довгань Л.І. Компетентнісний підхід до підготовки фахівців з логістики та управління ланцюгами поставок. <i>Професійна компетентність педагога в умовах оновлення змісту освіти та вимог ринку праці (з акцентом на особливості воєнного часу)</i> : Матер. VI Всеукр. наук.-практ. конф., 26 січ. 2023 р. Вінниця : ВСП «ВТЕФК ДТЕУ», ТОВ «Вінницька міська друкарня», 2023. С. 30–33.</p> <p>Довгань Ю.В. Модель компетентностей сучасних логістів. <i>Сучасні технології комерційної діяльності і логістики</i> : зб. матер. II Міжнар. наук.-практ. інтерн.-конф., 3 лист. 2022 р. Київ : КНЕУ, 2022. С. 77–78.</p> <p>Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Оцінка ефективності використання маркетингового потенціалу підприємства. <i>Modern engineering and innovative technologies</i>. Німеччина. 2022. Issue 21. Part 2. P. 65–72.</p> <p>Довгань Ю.В. Інтеграція логістики та маркетингу в системі управління підприємством. <i>Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України</i> : зб. наук. пр. X Міжнар. наук.-практ. конф. 06-07 жов. 2022 р. Вінниця, 2022. Ч. 3. С. 108–114.</p> <p>Довгань Ю.В. Дистанційна форма навчання як інноваційна методика підготовки фахівців з логістики та управління</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>ланцюгами поставок. <i>Професійна компетентність педагога в умовах оновлення змісту освіти та вимог ринку праці: V Всеукр. наук.-практ. конф.</i>, 27 січ. 2022 р. Вінниця : ВСП «ВТЕФК КНТЕУ», ТОВ «Вінницька міська друкарня», 2022. С. 40–42.</p> <p>Dovhan Yu. Marketing management of enterprises and its tools. <i>IX Ukrainian-Polish Scientific Dialogues : Conference Proceedings. International Scientific Conference</i>, 20-23 October 2021, Khmelnytskyi. Khmelnytskyi National University, 2021. P. 55–57.</p> <p>Довгань Ю.В. Формування маркетингово-логістичної взаємодії в управлінні підприємствами. <i>Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України</i> : зб. наук. пр. IX Міжнар. наук.-практ. конф., 14-16 вер. 2021 р. Вінниця, 2021. Ч. 3. С. 107–113.</p> <p>Поліщук І.І., Довгань Ю.В., Боровська О.Г. Взаємодія маркетингу та логістики в управлінні підприємством. <i>Scientific Letters of International Academic Society of Michal Baludansky</i>. Словаччина. 2021. Vol. 9. № 2/2021. С. 20–23.</p> <p>Довгань Ю.В. Брендінг у виведенні продуктів на зовнішні ринки. <i>Бренд-менеджмент: маркетингові технології</i> : зб. тез доп. III Міжнар. наук.-практ. конф., 11 бер. 2021 р. Київ : КНТЕУ, 2021. С. 141–143.</p> <p>Довгань Ю.В. Маркетингова та логістична складові діяльності олійно-жирових підприємств. <i>Актуальні проблеми розвитку галузевої економіки та логістики : матер. VIII міжнарод. наук.-практ. internet-конф. з міжнар. уч.</i>, 12 лист. 2020 р. Харків : НФаУ, 2020. С. 50–51.</p> <p>Dovhan Y. Innovation and Investment Activity of the Oil and Fat Enterprises as an Object of Marketing Management. <i>Modern paradigms in the development of the National and World economy : The materials of the International Scientific Conference</i>. October, 30-31, 2020. Chişinău : Universitatea de Stat din Moldova. Chişinău, 2020. P. 267–273.</p> <p>Довгань Ю.В. Маркетингові підходи до управління інноваційно-інвестиційною активністю олійно-жирових підприємств харчової галузі. <i>Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент</i>: матер. I Міжнар. наук.-практ. конф., 12-13 лют. 2020 р. : у 2 ч. Запоріжжя : ЗНУ, 2020. Ч. 2. С. 148–151.</p> <p>Довгань Ю.В. Маркетинговий підхід до управління олійно-жировим підприємством. <i>Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України</i> : зб. наук. пр. VIII Міжнар. наук.-практ. конф., 3 червн. 2020 р. Вінниця, 2020. Ч. 3. С. 128–136.</p> <p>Довгань Ю.В. Інноваційно-інвестиційна складова маркетингового управління підприємствами харчової галузі. <i>Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України</i> : пошук молодих : зб. наук. пр. IX Всеукр. студ. наук.-практ. конф. (Вип. 95), 23 квітн. 2020 р. Вінниця : ВТЕІ КНТЕУ, 2020. С. 28–36.</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>Довгань Ю.В. Сучасні маркетингові концепції в управлінні олійно-жировими підприємствами. <i>Сучасний маркетинг: стратегічне управління та інноваційний розвиток</i> : матер. II Міжнар. наук.-практ. конф., 15 жов. 2020 р. Харків : ХНТУСГ, 2020. С. 97–100.</p> <p>Поліщук І, Гончар О., Довгань Ю. Особливості моніторингу зовнішнього середовища на засадах маркетингового аналізу. <i>Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky</i>. Словаччина. 2020. № 8. Т. 4. С. 60–63.</p> <p>Довгань Ю.В. Експортні можливості формування логістичного ланцюга поставок продукції національних олійно-жирових підприємств. <i>Менеджмент XXI століття: сучасні моделі, стратегії, технології</i> : 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.</p> <p>Довгань Ю.В. Сучасні тенденції розвитку ринку інноваційних рослинних олій. <i>Аграрна наука та освіта в умовах євроінтеграції</i> : збірн. наук. прац. міжнар. наук.-практ. конф., 20-21 бер. 2019 р. Кам.-Под. Тернопіль : Крок, 2019. Ч. 2. С.101–102.</p> <p>Довгань Ю.В. Використання інструментів цифрового маркетингу для просування інноваційних рослинних олій. <i>Економічний розвиток України в контексті впровадження прогресивних інформаційних технологій та систем управління</i> : матер. II Всеукр. наук.-практ. конф., 25 лют. 2019 р. Київ : ТОВ «ВІПО», 2019. С. 174–176.</p> <p>П.п. 14. II 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. Конкурс студентської соціальної реклами у межах XVIII Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «MAJESTY OF MARKETING» (НТУ «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, 2022) – Джуринська А., Цвях В. – Диплом II ступеня. Керівник постійно діючого студентського дискусійного клубу «Маркетинг та реклама».</p> <p>П.п. 19. Член ГО «Об'єднання маркетологів України». Член ГО «Українська Асоціація Маркетингу». Член ГО «Вінницька асоціація гостинності «ХлібСіль».</p>
Луценко Олександра Ігорівна	старший викладач	Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського (2019 р.,			<p>ТОВ «БОН ВОЯЖ ПЛЮС», сертифікат №587/221221, тема: «Комп'ютерний дизайн в рекламі», 2021 р., 3 кред.;</p> <p>П.п. 4. Довгань Ю.В., Луценко О.І. Комп'ютерний дизайн в рекламі: робоча програма. Для усіх галузей знань та спеціальностей. Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2022. 23 с. Луценко О.І. Комп'ютерний дизайн в рекламі: методичні рекомендації до самостійної роботи. Для усіх галузей знань та спеціальностей. Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ,</p>

		<p>спеціальність - «Професійна освіта (Комп'ютерні технології)», кваліфікація - фахівець з комп'ютерних технологій в управлінні та навчанні. Викладач комп'ютерних технологій);</p>			<p>Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, сертифікат НВ №02125094/041-21БО, тема: «Комп'ютерний дизайн в рекламі», 2021 р., 3 кред.</p>	<p>2022. 24 с. Луценко О.І. Реклама в Інтернеті: методичні рекомендації до самостійної роботи. Для усіх галузей знань та спеціальностей. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2022. 20 с. Довгань Ю.В., Луценко О.І. Цифровий маркетинг: методичні рекомендації до самостійної роботи. Для усіх галузей знань та спеціальностей. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2022. 25 с. П.п. 12. Громова О., Луценко О. Genesis of scientific views in the application of marketing at the enterprise. Modern Engineering and Innovative Technologies, 2(23-02), 2022. P.9–13. DOI: https://doi.org/10.30890/2567-5273.2022-23-02-006. Lutsenko O.I. Internet advertising as a means of product promotion. Digitalization of the economy as a factor in the sustainable development of the state: international scientific conference (September 23-24, 2022). P. 117-120. Луценко О.І., Лук'янець А.В. Застосування графічного дизайну у цифровому маркетингу туристичного бізнесу. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка: науковий журнал. 2021. №10. С. 57–63. (фахове видання). Луценко О.І., Цимбалюк К.В. Інтернет-реклама як основний чинник просування товару в сучасних умовах. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. 2021. № 6, Том 1. С. 288-293. (фахове видання). Луценко О.І. Візуалізація навчального матеріалу засобами сучасних онлайн платформ. Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України : зб. наук. пр. VIII Міжнародної науково-практичної конференції. Частина II. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Вінниця, 2020. С. 256-262. П.п. 14. IX Всеукраїнський студентський конкурс торговельної реклами. (КНТЕУ, м. Київ, 15-19.11.2021) – Олійник М., Турченко Д. – Диплом III ступеня. 16-й Український студентський фестиваль реклами. (Спілка рекламистів України, КНУ імені Тараса Шевченка Інститут журналістики, м. Київ, 19.11.2021) – Субботіна О. – Диплом II ступеня. 16-й Український студентський фестиваль реклами. (Спілка рекламистів України, КНУ імені Тараса Шевченка Інститут журналістики, м. Київ, 19.11.2021) – Шуневич В. – Диплом III ступеня. П.п. 19. Член обласної організації «Спілка економістів України». Член ГО «Вінницька асоціація гостинності «ХлібСіль».</p>
--	--	---	--	--	---	--

<p>Поліщук Ірина Ігорівна</p>	<p>Завідувач кафедри</p>	<p>Вінницький інститут регіональної економіки та управління (2003р., спеціальність - «Облік і аудит», кваліфікація - бухгалтер-економіст);</p> <p>Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (2019р., спеціальність - «Маркетинг», кваліфікація - ступінь вищої освіти магістр спеціальності «Маркетинг»)</p> <p>Вінницький торговельно-економічний інститут Державного торговельно-економічного університету (2023р., кваліфікація – ступінь вищої освіти магістр, спеціальність «Філологія», спеціалізація «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»)</p>	<p>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 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>DigIn.Net 2 (German-Ukrainian Digital Innovation Network 2), Anhalt University of Applied Sciences, м. Кетен, Німеччина, certificate № DN 20231132, тема: «Digital Future: Blended Learning», 2023 р., 6 кред.;</p> <p>Приватне підприємство «Траскторія», довідка №3/03, тема: «Підвищення рівня викладання дисципліни «Логістичне обслуговування», 2021 р., 2 кред.;</p> <p>Вінницький національний технічний університет, посвідчення №08-33-03, тема: «Логістичне обслуговування», 2021 р., 4 кред.;</p> <p>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.;</p>	<p>П.п. І. Zamkova N., Polishchuk I., Dovhan Yu., Dovhan L., Novytskyi R. Training of Future Logistics and Supply Chain Managers: A Competency Approach. Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2023. Vol. 1 (48). P. 427–440. (Web of Science, фахове видання).</p> <p>Tanasichuk A., Polishchuk I., Kovalchuk S., Stankevych I., Neustroiev Y., Tupchiy O. Resilient Strategies of International Marketing Segmentation. European Journal of Sustainable Development. 2023. Volume 12, No2., p. 174-191. (Web of Science).</p> <p>Polishchuk I., Dovhan Yu., Hromova O., Dovhan L., Hnydiuk I. Tools for marketing management of the innovation and investment activity. Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2022. Vol. 2 (43). P. 228-237. (Web of Science, фахове видання).</p> <p>Gonchar O., Polishchuk I., Khachatryan 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).</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).</p> <p>Gonchar O.I., Polishchuk I.I. Synergic approach in marketingpotential management of the enterprise. Науковий вісник Полісся. 2017. №3(11). С. 29-33. (фахове видання, Web of Science).</p> <p>Танасійчук А.М., Поліщук І.І. Особливості застосування цифрових технологій у маркетинговій діяльності підприємства. Modern Economics. 2023. № 39(2023). С. 138-145. DOI: https://doi.org/10.31521/modecon.V39(2023)-21. (фахове видання).</p> <p>Поліщук І.І. CRM-система як основа формування споживчої лояльності. Економічний журнал Одеського політехнічного університету. 2021. № 3(17). С.76-80. (фахове видання).</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).</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).</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).</p> <p>Поліщук І.І. Використання гейміфікації та ігор в програмах</p>
-------------------------------	--------------------------	--	---	--	---	--

				<p>Instytut Międzynarodowej Współpracy Akademickiej I Naukowej, IASC – Instytut Międzynarodowej Akademickiej i Naukowej Współpracy, WSDSAC Wyższe Seminarium Duchowne. Stowarzyszenia Apostolstwa Katolickiego, Polska, Warszawa, certyfikat KW-122020/021, тема: «Наукове стажування «Академічна доброчесність»», 2020 р., 6 кред.</p>	<p>лояльності. Український журнал прикладної економіки. 2021. Том 6. №2. С.293–298. (фахове видання). 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). 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). Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Маркетингові аспекти управління олійножировими підприємствами. Вісник Херсонського національного технічного університету. №2(73). 2020. С.93-100. (фахове видання). Поліщук І.І., Ліпковська К.А., Сівакова К.О. Моніторинг маркетингової діяльності підприємства. Інфраструктура ринку. 2019. Випуск 32. С. 184–191. (фахове видання). 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). 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). Поліщук І.І. Управління маркетинговим потенціалом підприємства на принципах логістизації. Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції. 2018. №29 (18). Т. 2. С.61–65 (фахове видання). 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). 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). 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). П.п. 3. Поліщук І.І., Коновал В.В., Середницька Л.П. Маркетинговий потенціал: стратегічні орієнтири розвитку:</p>
--	--	--	--	---	---

					<p>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. Виробнича (переддипломна) практика: робоча програма. ОС «магістр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2023. 31 с.</p> <p>Поліщук І.І. Захист персональних даних у системі маркетингу. Для усіх галузей знань та спеціальностей. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2023. 22 с.</p> <p>Поліщук І.І. Новітній маркетинг. Для усіх галузей знань та спеціальностей. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2023. 25 с.</p> <p>Поліщук І.І. Маркетинговий аналіз: робоча програма. ОС «магістр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2023. 22 с.</p> <p>Поліщук І.І. Маркетинговий аналіз: методичні рекомендації до самостійної роботи. ОС «магістр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2023. 27 с.</p> <p>Поліщук І., Довгань Ю., Луценко О. Моделювання фінансово-господарської діяльності підприємства: методичні рекомендації до самостійної роботи. ОС «бакалавр» галузі знань, 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2023. 22 с.</p> <p>Поліщук І.І. Маркетинг: робоча програма. ОС «бакалавр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування»,</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>спеціальність 073 «Менеджмент», ОП «Логістика». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2023. 23 с.</p> <p>Поліщук І., Довгань Ю. Логістика: методичні рекомендації до виконання курсової роботи. ОС «бакалавр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 073 «Менеджмент», ОП «Логістика». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2023. 38 с.</p> <p>Поліщук І.І. Кваліфікаційна робота: методичні рекомендації. ОС «магістр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2023. 60 с.</p> <p>Поліщук І.І. Маркетинг: робоча програма. ОС «молодший бакалавр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», ОП «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2023. 22 с.</p> <p>Поліщук І.І. Управління лояльністю споживачів: робоча програма. ОС «магістр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2022. 20 с.</p> <p>Поліщук І.І. Управління лояльністю споживачів: методичні рекомендації до самостійної роботи. ОС «магістр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2022. 20 с.</p> <p>Поліщук І.І. Бізнес-маркетинг: робоча програма. Для усіх галузей знань та спеціальностей. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2022. 20 с.</p> <p>Поліщук І.І. Бізнес-маркетинг: методичні рекомендації до самостійної роботи. Для усіх галузей знань та спеціальностей. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2022. 28 с.</p> <p>Поліщук І.І. Маркетинг: методичні рекомендації до самостійної роботи. ОС «бакалавр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2022. 20 с.</p> <p>Поліщук І.І. Маркетинг: методичні рекомендації до самостійної роботи. ОС «бакалавр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 073 «Менеджмент», ОП «Менеджмент», «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2022. 20 с.</p> <p>Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Маркетинг: методичні рекомендації до самостійної роботи. ОС «молодший бакалавр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Вінниця:</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2021. 22 с. Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Маркетинг: методичні рекомендації до самостійної роботи. ОС «бакалавр», галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки», спеціальність 051 «Економіка», ОП «Економічна кібернетика», ОП «Міжнародна економіка», ОП «Економіка бізнесу». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2021. 22 с.</p> <p>Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Маркетинг: робоча програма. ОС «бакалавр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг», спеціальність 073 «Менеджмент», ОП «Менеджмент організації», ОП «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності», спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», ОП «Товарознавство та комерційна логістика». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2021. 22 с.</p> <p>Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Маркетинг: робоча програма. ОС «молодший бакалавр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». 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: «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</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>підприємствами (за видами економічної діяльності). Спеціалізована вчена рада Д 70.052.01 Хмельницького національного університету, травень 2018 р. 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)). Член редакційної колегії наукового журналу з економічних наук «Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки», з 2023 р. (Категорія «Б»; Index Copernicus ICV 2019: 56.97 (з 2013); Google Scholar h5-Index: 29 (з 2013)). Член редакційної колегії збірника наукових праць з економічних наук «Підприємництво та торгівля» Львівського торговельно-економічного університету, з 2023 р. (Категорія «Б»; Index Copernicus; Google Scholar).</p> <p>П.п. 9. Робота у складі трьох експертних комісій. (Наказ 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. 10. Державний торговельно-економічний університет, Проєкт Жан Монне 101047657 AERC, сертифікат № 54/4, тема «Адвакатування європейських правил конкуренції», 2023 р. (40 годин/ 1,3 кредити). ГО «Privacy HUB» за підтримки ЄС, Міжнародного Фонду «Відродження», проєкту «Цифрові, інклюзивні, доступні: підтримка цифровізації державних послуг в Україні» (Проєкт підтримки Дія), Програма розвитку ООН в Україні за фінансуванням Швеції, та сприянням Міністерства освіти і науки України, сертифікат №1/14521-22, освітній табір «Академія приватності», грантовий компонент проєкту EU4USociety, 2022 р.</p> <p>П.п. 12. Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Базовий маркетинговий інструментарій управління. <i>Modern Engineering and Innovative</i></p>
--	--	--	--	--	--

					<p><i>Technologies</i>. 2023. Is. 27. Part. 2. Pp. 61-65 (іноземне видання).</p> <p>Поліщук І.І., Яворончук В.І. SMM як сучасний і ефективний напрямок проєктного маркетингу. <i>Управління проєктами: проєктний підхід в сучасному менеджменті</i> : матеріали XIV Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 19-20 жовт. 2023 р. Одеса, 2023. С. 436-439.</p> <p>Поліщук І.І. Робота з персональними даними в маркетинговій діяльності. <i>Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України</i>: зб. наук. пр. XI Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 25 вересня 2023 р. Вінниця, 2023. Ч. 2. С.110-118.</p> <p>Поліщук І.І. GDPR та маркетингова стратегія в соціальних мережах. <i>Екон. наук.-практ. форум «Підприємництво і маркетинг у формуванні національної безпеки за умов сучасних глобальних викликів»</i>, 1–3 груд. 2022 р. Хмельницький : ХНУ, 2022. С. 197-200.</p> <p>Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Оцінка ефективності використання маркетингового потенціалу підприємства. <i>Modern engineering and innovative technologies</i>. 2022. Issue 21. Part 2. P.65–72.</p> <p>Поліщук І.І. Краудсорсинг як технологія управління маркетинговою діяльністю підприємства. <i>Підприємництво, торгівля, маркетинг: стратегії, технології та інновації: V Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція</i>, 27 травня 2022 р. С. 66–69.</p> <p>Поліщук І.І. Територіальний брендинг – запорука соціально-економічного розвитку території. <i>Бренд-менеджмент: маркетингові технології</i>. Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 11 березня 2021 р.) / відп. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. С.222- 224.</p> <p>Поліщук І., Гончар О., Довгань Ю. Особливості моніторингу зовнішнього середовища на засадах маркетингового аналізу. <i>Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. Словаччина</i>. 2020. №8. Том 4. С. 60-63.</p> <p>Гончар О.І., Поліщук І.І. Маркетинговий аудит як інструмент забезпечення механізму управління потенціалом підприємства. <i>BLACK SEA: Scientific Journal of Academic Research Multidisciplinary Journal</i>. Tallinn, Eesti 2019. Volume 47. Issue 04. P. 53-58.</p> <p>Поліщук І.І., Гончар О.І., Коновал В.В., Соколюк К.Ю. Застосування краудсорсингових технологій в маркетинговому менеджменті підприємства. <i>Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. Словаччина</i>. 2019. №3. Том 7. С. 84-88.</p> <p>Станкевич І.В., Поліщук І.І. Від академічної доброчесності до якості життя. <i>Академічна доброчесність: виклики сучасності</i> : 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,</p>
--	--	--	--	--	--

						<p>Фундація ADD. Варшава, 2020. С.107- 114.</p> <p>П.п. 14. II етапу Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт зі спеціальності 075 «Маркетинг» за першим (бакалавр) та другим (магістр) рівнями вищої освіти. (Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, м. Хмельницький, 2023) – Шуневич В.О. – Диплом III ступеня другий (магістерський) рівень вищої освіти.</p> <p>II етапу V Всеукраїнського конкурсу дипломних робіт (випускних кваліфікаційних робіт) зі спеціальності «Маркетинг». (Хмельницький національний університет, м. Хмельницький, 2022) – Мороз С.С. – Диплом II ступеня.</p> <p>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.</p> <p>II етапу III Всеукраїнського конкурсу дипломних робіт (випускних кваліфікаційних робіт) зі спеціальності «Маркетинг». (Хмельницький національний університет, м. Хмельницький, 2020) – Богацька І.В. – Диплом III ступеня.</p> <p>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>Робота у складі журі Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт з маркетингу, 2023р. Хмельницький національний університет, м. Хмельницький.</p> <p>П.п. 19. Член ГО «Українська Асоціація Маркетингу». Член ГО «Об'єднання маркетологів України». Член ГО «Вінницька асоціація гостинності «ХлібСіль». Академік Академії економічних наук України зі спеціальності «Маркетинг». Член робочої групи з розробки професійних стандартів за кодом 2419 «Професіонали у сфері маркетингу». Член правління ГО «Мережа громадських організацій підтримки ВПО в Україні».</p>
--	--	--	--	--	--	---

<p>Середницька Людмила Петрівна</p>	<p>Старший викладач</p>	<p>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)</p>			<p>ТОВ «БОН ВОЯЖ ПЛЮС», довідка №600/01122022, тема: «Маркетинг послуг», 2022 р., 2 кред;</p> <p>Платформа масових відкритих онлайн-курсів Prometheus, сертифікат, тема: «Академічна доброчесність: онлайн-курс для викладачів», 2021 р., 2 кред;</p> <p>Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, сертифікат НВ №02125294/001-19 БО, тема: «Реклама», 2019 р., 4 кред.</p>	<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).</p> <p>Середницька Л.П., Довгань Ю.В., Маркетинг сталого розвитку: досвід ЄС. <i>Економіка та суспільство</i>. 2023. №49. https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2354. (фахове видання).</p> <p>Середницька Л.П., Гулівата І.О. Шляхи цифровізації маркетингових послуг у системі організації вступу до закладів вищої освіти України. <i>Комп'ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництво</i>. Жовтень 2022. №48. С. 53-58. (фахове видання).</p> <p>Середницька Л.П., Павлюк Т.І. Соціальна підтримка та соціальні послуги внутрішньо переміщеним особам в умовах війни. <i>Економіка та суспільство</i>. Квітень 2023. №50. (фахове видання).</p> <p>Головчук Ю.О., Середницька Л.П., Дибчук Л.В. Контент-маркетинг як стратегія просування на ринок та поширення послуг. <i>Економіка та держава</i>. №4. 2022. № 4. С. 69–75. (фахове видання).</p> <p>Середницька Л.П., Гулівата І.О., Радзіховська Л.М. Шляхи цифровізації маркетингових послуг у системі організації вступу до закладів вищої освіти України. <i>Комп'ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництво</i>. 2022. №48. С. 53-58. (фахове видання).</p> <p>Середницька Л.П., Головчук Ю.О. Виставково-ярмаркові заходи як складові формування партнерських відносин. <i>Агросвіт</i>. 2020. № 4. С. 91–98. (фахове видання).</p> <p>Середницька Л.П., Головчук Ю.О. Інтеграція інформаційно-комунікаційних технологій у систему підвищення якості співпраці підприємств зі споживачами. <i>Бізнес Інформ</i>. 2020. №4. С.411-417. (фахове видання).</p> <p>Середницька Л.П., Головчук Ю.О. Бенчмаркінг у стратегічному управлінні інноваційним розвитком підприємства. <i>Бізнес Інформ</i>. 2020. №5. С.419-426. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2020-5_0-pages-419_426.pdf (фахове видання).</p> <p>Середницька Л.П., Ковінько О.М. Науково-практичні підходи до управління маркетинговими витратами в міжнародній діяльності підприємств. <i>Причорноморські економічні студії</i>. 2019 №39(49) (фахове видання).</p> <p>Середницька Л.П., Ковінько О.М. Формування заходів впливу на споживача засобами інноваційного пакування. <i>Інфраструктура ринку</i>. 2019. №28 (фахове видання).</p> <p>Середницька Л.П., Танасійчук А.М., Сіренко С.О. Системний підхід до оцінювання синергійного ефекту від реалізації маркетингової стратегії міжнародної диверсифікації бізнесу. <i>Вісник Хмельницького національного університету</i>. Серія:</p>
-------------------------------------	-------------------------	---	--	--	--	---

					<p>Економічні науки. 2019. №5, С. 233-238. (фахове видання). 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). Середницька Л.П., Танасійчук А.М. Особливості формування сучасного ринку мінеральної води. Україна. Modern Economics. 2019. №18. С. 197-201. URL: httpsmodecon.mnau.edu.ua/issue19-2020tanasychuk.pdf. (фахове видання). 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/journlis (фахове видання). Середницька Л.П., Черноконь С.М. Мерчандайзинг, як ефективний інструмент впливу на поведінку споживачів. Інфраструктура ринку. 2018. №25.URL: http://www.market-snfr.od.uk/25-2018. (фахове видання). Середницька Л.П., Гуменна Т.В. Пріоритетні напрями розвитку туристичних послуг України. Економіка та суспільство. 2018. №18. URL: http://economyandsocety.in.ua/journal-18/25-stati-18/2305-strtdnitska-l-p-gumenna-t-v. (фахове видання). Середницька Л.П., Волинець В.В. Інноваційні технології в логістичній системі. Економіка та суспільство. 2018. №19. URL: http://economyandsocety.in.ua/journal-19/25-stati-19/2305-strtdnitska-l-p-gumenna-t-v. (фахове видання). Середницька Л.П., Танасійчук А.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. (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 – 3,8 друк.арк.).</p> <p>П.п. 4. Поліщук І.І., Середницька Л.П. Маркетингова товарна політика. Робоча програма для здобувачів освітнього ступеня «бакалавр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент» ОП «Логістика» Робоча програма. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2023. 26 с. Танасійчук А.М., Середницька Л.П. Маркетингова політика розповсюдження: методичні рекомендації до самостійної роботи. Для усіх галузей знань та спеціальностей. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2022. 25с. Середницька Л.П. Маркетинг послуг: методичні рекомендації</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>до самостійної роботи. Для усіх галузей знань та спеціальностей. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2022. 28 с.</p> <p>Середницька Л.П. Маркетингова товарна політика: методичні рекомендації до самостійної роботи. ОС «бакалавр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2021. 22 с.</p> <p>Середницька Л.П. Управління продажем та мерчандайзинг: методичні рекомендації до самостійної роботи. ОС «молодший бакалавр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2021. 39 с.</p> <p>Поліщук І.І., Середницька Л.П. Управління продажем та мерчандайзинг: робоча програма. ОС «молодший бакалавр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 24 с.</p> <p>Поліщук І.І., Середницька Л.П. Управління продажем та мерчандайзинг: робоча програма. ОС «бакалавр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 24 с.</p> <p>Середницька Л.П. Управління продажем та мерчандайзинг: методичні рекомендації до самостійної роботи. ОС «бакалавр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 26 с.</p> <p>Поліщук І.І., Середницька Л.П. Маркетингова товарна політика: робоча програма. ОС «бакалавр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 22 с.</p> <p>Середницька Л.П. Маркетингова товарна та цінова політика: методичні рекомендації до самостійної роботи. ОС «молодший бакалавр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 48 с.</p> <p>Пчелянська Г.О., Середницька Л.П. Маркетингова товарна та цінова політики: робоча програма. ОС «молодший бакалавр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020.26 с.</p> <p>Середницька Л.П., Поліщук І.І. Управління продажем та мерчандайзинг: опорний конспект. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020.196 с.</p> <p>Поліщук І.І., Середницька Л.П. Маркетинг послуг: робоча програма. Для усіх галузей знань та спеціальностей. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 20 с.</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>П.п. 10. Державний торговельно-економічний університет, Проект Жан Монне 101047657 AERC, сертифікат № 60/4, тема «Адвокатування європейських правил конкуренції», 2023 р. (40 годин/ 1,3 кредити).</p> <p>П.п. 12. Середницька Л.П. Пріоритети виставково-ярмаркової діяльності України в умовах євроінтеграційних процесів. <i>Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України</i>: зб. наук. пр. XI Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 25 вересня 2023 р. Вінниця, 2023. Ч. 2. С.118-129.</p> <p>Середницька Л.П., Головчук Ю.О., Аналіз використання комплексу маркетингових комунікацій для підвищення ефективності управління поведінкою споживачів. Німеччина. <i>Modern engineering and innovative technologies</i>. June 2023. Issue 27.</p> <p>Головчук Ю.О., Середницька Л.П. Контент-маркетинг як дієвий інструмент просування бізнесу. <i>Scientific Letters of International Academic Society of Michal Baludansky</i>. Slovakia. 2022. P.52-56.</p> <p>Середницька Л.П. Інноваційні технології в наданні транспортних послуг. Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: Збірник наукових праць X Міжнародної науково-практичної конференції. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ ДТЕУ. 6-7 жовтня 2022. С.256-264.</p> <p>Середницька Л.П., Головчук Ю.О., Пчелянська Г.О. Маркетингові дослідження як основа розробки маркетингової стратегії підприємства. <i>Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky</i>. 2020. Volume 8. No. 3. pp. 72-75.</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>П.п. 14. Керівник постійно діючого студентського наукового гуртка «Маркетингові інновації».</p> <p>П.п. 19. Член ГО «Українська Асоціація Маркетингу». Член ГО «Вінницька асоціація гостинності «ХлібСіль».</p>
--	--	--	--	--	--

<p>Танасійчук Альона Миколаївна</p>	<p>Професор</p>	<p>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);</p>	<p>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)</p> <p>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, 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>Міністерство освіти і науки України, Українська Асоціація Маркетингу, Науково-методичний центр ВФПО, Науково-дослідний та консультативно-практичний центр бізнесу, маркетингу та права. Тема: «Школа наставників дуальної форми здобуття освіти». Сертифікат № СС 38282994/2393-23</p> <p>Українська Асоціація Маркетингу, Індустріальний Гендерний Комітет з Реклами, м. Київ, Фонд Friedrich Ebert Stiftung. Сертифікат №ПГКР/23-01, тема: «Стратегічна сесія ІГКР щодо попередження появи сексизмської реклами», 2023 р., 1 кред.</p> <p>Українська Асоціація Маркетингу, Індустріальний Гендерний Комітет з Реклами, м. Київ, Фонд Friedrich Ebert Stiftung. Сертифікат №ПГКР/22-01, тема: «Стратегічна сесія ІГКР щодо попередження появи сексизмської реклами», 2022 р., 1 кред.</p> <p>Національна агенція кваліфікацій, м.Київ,</p>	<p>П.п. І. Tanasiichuk A., Kovalchuk S., Nepochatenko O., Froter O., Kovtun E., Abdullaieva A. International Marketing Strategies for Sustainable Development of Enterprises. Italy. <i>European Journal of Sustainable Development</i>, 2023. Volume 12, No4., P. 513-532. (Web of Science).</p> <p>Tanasiichuk, A., Polishchuk I., Kovalchuk S., Stankevych I., Neustroiev Y., Tupchiy O. Resilient Strategies of International Marketing Segmentation. Italy. <i>European Journal of Sustainable Development</i>. 2023. Volume 12, No2., p. 174-191. https://ecsdev.org/ojs/index.php/ejds/article/view/1397/1380 (Web of Science).</p> <p>Tanasiichuk, A., Holovchuk Y., Kovalchuk S., Nianko V., Boiko R., Drazhnitsya S. Marketing Activities of Extractive Industry Enterprises in Ukraine in Overcoming the Consequences of the Corona Crisis. <i>European Journal of Sustainable Development</i>. 2022. Vol 11, No.1, P. 147-161. (Web of Science).</p> <p>Tanasiichuk A., Kovalchuk S., Sokoliuk K., Sokoliuk S., Liubokhynets L., Sirenko S. Innovative methods of assessing the efficiency of Internet communications of enterprises. <i>European Journal of Sustainable Development</i>. 2022. Vol 11, No.2, P. 15-31. (Web of Science).</p> <p>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. <i>European Journal of Sustainable Development</i>. 2021. Vol 10, No2. p. 187-200. https://doi.org/10.14207/ejds.2021.v10n2p187 (Scopus, Web of Science).</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. <i>European Journal of Sustainable Development</i>. 2021. Vol 10, No 1. p. 527-538. DOI: 10.14207/ejds.2021.v10n1p527 (Scopus, Web of Science).</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. <i>European Journal of Sustainable Development</i>. 2020. Vol 9, No 3. p. 349-375. https://doi.org/10.14207/ejds.2020.v9n3p349. URL: https://ecsdev.org/ojs/index.php/ejds/article/view/1090 (Scopus, Web of Science).</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. <i>European Journal of Sustainable Development</i>. 2020. Vol 9, No 2. p. 525- 531. DOI: https://doi.org/10.14207/ejds.2020.v9n2p525 URL: https://ecsdev.org/ojs/index.php/ejds/article/view/1046/1036 (Scopus, Web of Science).</p> <p>Tanasiichuk A., Kovalchuk S., Hromova O., Hryhorenko I.,</p>
---	-----------------	--	---	--	--	--

				<p>сертифікат, тема «Тренінг для оцінювачів результатів навчання здобувачів професійних кваліфікацій (базовий рівень)», 2022 р., 2 кред.</p> <p>Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, сертифікат НВ №02125094/020-22 БО, тема: «Рекламний та ПР-менеджмент», 2022 р., 3 кред.;</p> <p>Товариство з обмеженою відповідальністю «ТРК «Регіон Інформ», наказ №07, тема: «Рекламний та ПР-менеджмент», 2022 р., 3 кред.;</p> <p>Українська Асоціація Маркетингу, Індустріальний Гендерний Комітет з Реклами, м. Київ, сертифікат №ПГКР/21-01, тема: «Стратегічна сесія ПГКР щодо попередження появи сексистської реклами», 2021 р., 1 кред.</p>	<p>Fedorotsova 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 (Scopus, Web of Science).</p> <p>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).</p> <p>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)).</p> <p>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).</p> <p>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).</p> <p>Танасійчук А.М. Розробка комунікацій бренду в цифровому середовищі. <i>Трансформаційна економіка</i>. № 3 (03) 2023. С.45-50. (фахове видання).</p> <p>Танасійчук А.М., Поліщук І.І. Особливості застосування цифрових технологій у маркетинговій діяльності підприємства. <i>Modern Economics</i>. 2023. № 39(2023). С. 138-145. DOI: https://doi.org/10.31521/modecon.V39(2023)-21. (фахове видання).</p> <p>Танасійчук А.М., Мартинова Л.Б., Сіренко С.О. Міжнародне маркетингове дослідження ринку ефірних олій. <i>Modern Economics</i>. 2021. №27. С. 56-63. DOI: https://doi.org/10.31521/modecon.V27(2021)-26 (фахове видання).</p> <p>Танасійчук А.М., Ковальчук С.В., Мартинова Л.Б. Формування маркетингової стратегії закладів вищої освіти. <i>Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки</i>. 2021. №2. С. 215-221. URL:</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/08/2-2021-EN-39.pdf (фахове видання).</p> <p>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. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/07/2021-1-E%D0%9D-6.pdf (фахове видання).</p> <p>Танасійчук А.М., Середницька Л.П., Добровольська Н.В. Інформаційне забезпечення системи маркетингових досліджень ринку мінеральної води. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. №5. 2021. С.245-251. http://journals.khnu.km.ua/vestnik/?p=8533 (фахове видання).</p> <p>Танасійчук А.М., Середницька Л.П., Добровольська Н.В. Маркетингове забезпечення процесу вивчення купівельних переваг на ринку обігрівальних приладів. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. №6. 2021. С.58-64. http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/01/en-2021-6t1-12.pdf (фахове видання).</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. Економічні науки. 2020. №5. Т.1. С. 218-223. (фахове видання).</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).</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).</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. (фахове видання).</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. (фахове видання).</p> <p>Танасійчук А.М., Дячук М. В., Ваколук А. І. Маркетинговий аналіз ринку олійного насіння та плодівих маслин. Modern</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>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).</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).</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).</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.vernadskyjournals.in.ua/journals/2019/30_6_9_6/30_69_6_2/19.pdf. (фахове видання).</p> <p>Танасійчук А.М., Сіренко С.О., Касько І.А. Маркетингове дослідження ринку книг. Інфраструктура ринку. 2019. №38. С. 244 – 251. URL: http://www.marketinfr.od.ua/journals/2019/38_2019_ukr/40.pdf. (фахове видання).</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).</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).</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).</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).</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-pankova-s-m. (фахове видання).</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).</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. (фахове видання).</p> <p>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).</p> <p>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).</p> <p>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).</p> <p>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).</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</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>власних – 5,0 друк.арк.).</p> <p>П.п. 4. Танасійчук А.М. Рекламний та PR-менеджмент: робоча програма. ОС «магістр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Редакційно- видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2023. 26 с.</p> <p>Танасійчук А.М. Рекламний та PR-менеджмент: методичні рекомендації до самостійної роботи. ОС «магістр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2023. 33 с.</p> <p>Танасійчук А.М. Рекламний та PR-менеджмент: завдання для практичних занять. ОС «магістр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2023. 104 с.</p> <p>Танасійчук А.М. Бренд-менеджмент та діджитал-комунікації: робоча програма. ОС «магістр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Вінниця: Редакційно- видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2023. 28 с.</p> <p>Танасійчук А.М. Бренд-менеджмент та діджитал-комунікації: методичні рекомендації до самостійної роботи. ОС «магістр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2023. 127 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 усіх галузей знань та спеціальностей. Вінниця: Редакційно- видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2020. 19 с.</p> <p>Танасійчук А.М. Міжнародний маркетинг: робоча програма. ОС «бакалавр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Вінниця: Редакційно- видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2021. 25 с.</p> <p>Танасійчук А.М. Маркетингові дослідження: робоча програма. ОС «молодший бакалавр», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг». Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2021. 27 с.</p> <p>Танасійчук А.М. Міжнародний маркетинг: опорний конспект. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2020. 196 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</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>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. 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. 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.</p> <p>П.п. 8. Науково-дослідна тема: «Маркетинг в умовах міжнародної диверсифікації бізнес-діяльності підприємства», 2018-2021 рр. Державний реєстраційний номер – 0118U003231. Науковий керівник. Член редакційної колегії міжнародного наукового видання «ЛОГО. Мистецтво наукової думки» ГО «Європейська наукова платформа», з 2019 р. (сертифікат члена редакційної колегії №СРВ-А 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. Член редакційної колегії наукового журналу з економічних наук «Трансформаційна економіка». фахова реєстрація (категорія «Б»): Наказ МОН України від 27.04.2023 року №491.</p> <p>П.п. 10. Державний торговельно-економічний університет, Проєкт Жан Монне 101047657 AERC, сертифікат № 18/4, тема «Адвокатування європейських правил конкуренції», 2023 р. (40 годин/ 1,3 кредити). Українська Асоціація Маркетингу, Індустріальний Гендерний Комітет з Реклами, Фонд Friedrich Ebert Stiftung. Україна, Сертифікат модератора про участь у нетворкінгу «Працюємо заради Миру!» для внутрішньо переміщених осіб, 2022 р. ГО «Українська Асоціація Маркетингу», ГО «Мережа</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>громадських організацій підтримки внутрішньо переміщених осіб в Україні», Міжнародна некомерційна природоохоронна організація «Альянс дикої природи зоопарку Сан-Дієго», м. Каліфорнія, США (San Diego Zoo), 2022 р.</p> <p>ГО «Мережа громадських організацій підтримки ВПО в Україні», Фонд Friedrich Ebert Stiftung, Україна, Сертифікат модератора про участь у нетворкінгу «Працюємо заради Перемоги!» для внутрішньо переміщених осіб, 2023 р.</p> <p>Міністерство освіти і науки України, Українська Асоціація Маркетингу, Науково-методичний центр ВФПО, Науково-дослідний та консультативно-практичний центр бізнесу, маркетингу та права. Тема: «Школа наставників дуальної форми здобуття освіти», сертифікат № СС 38282994/2393-23, 2023 р.</p> <p>Проект «Подаруй дитині свято!» – підтримка дітей ВПО та дітей з малозабезпечених родин.</p> <p>ГО «Українська Асоціація Маркетингу», ГО «Мережа громадських організацій підтримки внутрішньо переміщених осіб в Україні»; Міжнародна мережа «DHL», 2023 р.</p> <p>Проект «Процюємо заради Перемоги!» – підтримка ВПО технічними засобами навчання, облаштування кабінету для проведення навчальних тренінгів з внутрішньо переміщеними особами; ГО «Українська Асоціація Маркетингу», ГО «Мережа громадських організацій підтримки внутрішньо переміщених осіб в Україні»; Міжнародна мережа «DHL», 2023 р.</p> <p>П.п. 12. Танасійчук А.М. Перспективи розвитку цифрових технологій у маркетинговій діяльності суб'єктів медіа. <i>Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: зб. наук. пр. XI Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 25 вересня 2023 р. Вінниця, 2023. Ч. 2. С.129-142.</i></p> <p>Танасійчук А.М., Вітова Б.О. Тенденції розвитку фармацевтичної галузі та експортний потенціал вітчизняного ринку. <i>Science and innovation of modern world. Великобританія. Science and Innovation of Modern World. Cognum Publishing House, London, United Kingdom. 2023. 628 p. p.586-596.</i></p> <p>Танасійчук А.М. Методи оцінювання ефективності інтернет-комунікацій підприємств. <i>Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: Збірник наукових праць IX Міжнародної науково-практичної конференції. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ ДТЕУ. 14-16 вересня 2021. Ч.3. С.147-159.</i></p> <p>Танасійчук А.М., Бодак Ю., Варважицька Н. Використання методів міжнародного маркетингу для розвитку туристичних послуг в Україні. <i>Альманах науки. Київ. 2020. № 1 (24). С. 7-11.</i></p> <p>Танасійчук А.М., Громова О.С., Шевчук А. Оцінювання стану та перспектив розвитку експортної діяльності виробників кукурудзи. <i>Scientific Letters of Academic Society of Michal</i></p>
--	--	--	--	--	--

					<p>Baludansky, 2020. №4. Том 7. С. 119-126. (іноземне видання). 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. 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. 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.). 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. 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. 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.</p> <p>П.п. 14. Диплом III місце – XI Всеукраїнський студентський конкурс торговельної реклами (Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, 2023) – Смолінська Є. Диплом I ступеня другий (магістерський) рівень вищої освіти – II етапу Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт зі спеціальності 075 «Маркетинг» за першим (бакалавр) та другим (магістр) рівнями вищої освіти. (Хмельницький кооперативний торговельно-економічних інститут, м. Хмельницький, 2023) – Педорук Д.І. Диплом II ступеня – X Всеукраїнський студентський конкурс торговельної реклами, ДТЕУ. Листопад 2022. – Шуневич В.А. Диплом I ступеня – II етапу V Всеукраїнського конкурсу дипломних робіт (випускних кваліфікаційних робіт) зі спеціальності «Маркетинг». (Хмельницький національний університет, м. Хмельницький, 2022) – Мельник Ю.В. III місце. Мельник Ю.В. «Управління маркетинговою діяльністю підприємства. Шифр: «Упаковка». – II тур Всеукраїнського конкурсу студентів наукових робіт з галузей знань та спеціальностей 2020/2021 н.р. зі спеціальності</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>«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>П.п. 19. Голова ГО Вінницької обласної організації «Українська Асоціація Маркетингу».</p>
--	--	--	--	--	--

						<p>Голова ГО «Мережа громадських організацій підтримки ВПО в Україні».</p> <p>Член правління ГО «Української Асоціації Маркетингу».</p> <p>Член ГО «Вінницька Асоціація Гостинності «Хліб Сіль».</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 групи розробників професійних стандартів за кодом 2419 «Професіонали у сфері маркетингу».</p> <p>Член робочої групи з розробники професійних стандартів за кодом 1234 «Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю», 2419.2 «Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою».</p>
Шемчишена Аліна Сергіївна	Старший викладач	<p>Національна академія внутрішніх справ (2011 р., спеціальність «Правознавство», кваліфікація – юрист);</p> <p>Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського (2013 р., спеціальність - «Журналістика», кваліфікація – бакалавр журналістики);</p> <p>Львівський національний університет імені Івана Франка (2014 р., спеціальність - «Журналістика», кваліфікація –</p>	–	<p>Позаштатна журналістка сайту «24 канал» – 09.2020 – до 03.2022.</p> <p>Старший викладач кафедри журналістики Донецького національного університету імені Василя Стуса – 09.2016 – до 09.2021.</p> <p>Прессекретар Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського – 01.2015 – до 10.2015.</p> <p>Позаштатна кореспондентка сайту i-vin.info – 09.2014 – до 01.2015.</p> <p>Позаштатна кореспондентка газети «33 канал» та сайту «20 хвилин» – 10.2013 – до 05.2014.</p>	<p>КНУ імені Тараса Шевченка спільно з ПРООН, Уповноваженим ВР з прав людини, Комісією Журналістської Етики, сертифікат № 045/115, тема: «Академія з прав людини для журналістів та журналісток», 2017 – 2018 рр., 6 кред.;</p> <p>Житомирський державний університет імені Івана Франка, сертифікат, тема: «Практикум «Журналіст сучасних медіа», 2017 – 2018 рр., 4 кред.</p>	<p>П.п. 1. Rudchenko (Shemchysheva) A., Boretskyi V., Chornodon M., Rodyhin K., Yermakova I. Personal Determinants Of Social Competence Of Future Journalists. International journal of scientific and technology research, Volume 9, Issue 04, April 2020. P. 2017–2020. http://doi: 10.18535/ijstrm (Scopus)</p> <p>Шемчишена (Рудченко) А.С. Російський наратив про «українських фашистів» в публікаціях українських медіа. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2020. Випуск 47. С. 171–178. Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2020. Issue 47. P. 171–178. (фахове видання)</p> <p>Шемчишена (Рудченко) А.С. Національний міф як різновид мови ворожнечі в українських інтернет-медіа. Наукові записки Інституту журналістики. Том 2 (71), 2018. Scientific Notes of the Institute of Journalism, 2018. С. 44–55. (фахове видання)</p> <p>П.п. 3. Шемчишена (Рудченко) А., Шендеровський К. Права людини та передумови висвітлення українськими журналістами медіатем мигрантів, шукачів притулку, біженців, внутрішніх переселенців. Права людини та мас-медіа в Україні: Збірник конспектів лекцій. К. Київ: Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка. 2018. С. 156–175.</p> <p>Шемчишена (Рудченко) А., Глушко А. Інтегрований підхід у викладанні: цінності прав людини в журналістиці. Права людини та медіадіяльність: Збірник навчальних програм викладачів і викладачок журналістики / За ред. Шендеровського К. Київ: Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2018. С. 111–126.</p> <p>Шемчишена (Рудченко) А. С. Інфографіка та динамічна візуалізація як тренд сучасних конвергентних ЗМІ. Кросмедіа:</p>

		магістр журналістики)				<p>контент, технології, перспективи : колективна моногр. / за заг. р. д. н. із соц. ком. В. Е. Шевченко; Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Київ: Кафедра мультимедійних технологій і медіа дизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. с. 75-83.</p> <p>П.п. 12. Шемчишена А.С. Методи поширення пропаганди у соціальних мережах під час інформаційної війни. <i>Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України</i>: зб. наук. пр. XI Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 25 вересня 2023 р. Вінниця, 2023. Ч. 2. С.142-150.</p> <p>Шемчишена (Рудченко) А.С. Ознаки колоніальності в сучасному українському медіадискурсі (на прикладі онлайн-медіа). <i>Chasopismo «KOMUNIKACJA I KONTEKSTY Ї»</i>, Częstochowa, 2018. С. 145–156.</p> <p>Шемчишена (Рудченко) А.С. Концепт українця в нових медіа: постколоніальний контекст. Шевченківська весна. Секція: журналістика : матеріали XVI Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених, 2018. С. 163–166.</p> <p>Шемчишена (Рудченко) А.С. Комунікаційні технології на базі кліпового мислення: візуальний аспект. Міжнародний науковий Інтернет-симпозіум: «Гра в бісер: комунікаційні ігри сучасності», м. Луцьк, секція «Масова комунікація», 30.01 – 5.02.2017 р. URL: https://symposium2017.nethouse.ua/services/</p> <p>Шемчишена (Рудченко) А.С. Урбаністичний медіаконтент у соціальних медіа. Медіаконтент: види, форми подачі та особливості сприйняття : Матеріали конференції для студентів та молодих науковців (Київ, 4 квітня 2017 р.) Київ. : Інститут журналістики, 2017. С. 61–65.</p> <p>Шемчишена (Рудченко) А.С. Українські урбаністичні онлайн-медіа. Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції для студентів та аспірантів «Актуальні проблеми розвитку засобів масової комунікації в сучасній Україні». Вінниця: ДонНУ, 2017. С. 27–29.</p> <p>Шемчишена (Рудченко) А.С. Візуалізація як тренд у сучасних конвергентних медіа. Матеріали наукової конференції професорсько-викладацького складу, наукових працівників і здобувачів наукового ступеня за підсумками науково-дослідної роботи за період 2015–2016 рр. (15–18 травня 2017 р.): у 2-х томах. Том 2. Вінниця: Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2017. С. 140 – 142.</p> <p>Шемчишена (Рудченко) А.С. «Постколоніальний міф в українських нових медіа». Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції для студентів та аспірантів «Актуальні проблеми розвитку засобів масової комунікації в сучасній Україні» / упорядник: Рудченко А.С. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2018. 72 с. С. 40 – 43.</p>
--	--	-----------------------	--	--	--	--

						<p>П.п. 19. Співзасновниця ГО «Благодійний фонд «Майбутнє молоді України».</p> <p>Співзасновниця ГО «Українська перспектива».</p> <p>Член Національної спілки журналістів України.</p> <p>П.п. 20. Досвід практичної роботи за спеціальністю – 10 років.</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 ДТЕУ – 09.2018 – до 09.2023.	DigIn.Net 2 (German-Ukrainian Digital Innovation Network 2), Anhalt University of Applied Sciences, м. Кетен, Німеччина, certificate № DN 202311469, тема: «Digital Future: Blended Learning», 2023 р., 6 кред.	<p>П.п. 4. Якушевська О.В. Територіальний маркетинг: робоча програма. Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2023. 24 с.</p> <p>Якушевська О.В. Територіальний маркетинг: методичні рекомендації до самостійної роботи. Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2023. 22 с.</p> <p>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.</p> <p>Якушевська О.В. (Говорко О.В.), Луценко О.І. Реклама в Інтернеті: робоча програма. Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 33 с.</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 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. Передумови використання теорії маркетингу в територіальному управлінні. <i>Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України</i>: зб. наук. пр. XI Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 25 вересня 2023 р. Вінниця, 2023. Ч. 2. С.150-164. Govorko O.V., Hladii I.O., Kuznetsova S., Dziuba O.M., Maister L.A. Social audit of expenditure on the internally displaced persons due to the armed conflict in the east of Ukraine: current necessity Ukraine. <i>Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice</i>. 2021. 3(38). p. 191-202. (Web of Science, фахове видання).</p> <p>Якушевська О.В. (Говорко О.В.) Імідж ЗВО як елемент його конкурентоспроможності. <i>Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України</i>: 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. <i>Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky</i>. Kosice. Slovakia. 2020. Vol. 7. Issue 3. P. 36-39.</p> <p>Якушевська О.В. (Говорко О.В.), Мельничук О. Розвиток</p>

					<p>людського капіталу – стратегічна ціль формування сучасної інноваційної економіки. <i>Scientific Letters of International Academic Society of Mikhail Baludansky. Slovakia.</i> 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. <i>International Scientific-Practical Conference Global marketing: analysis and challenges of our time: Conference Proceedings, May 16-17th, 2019. Batumi, Georgia.</i> P. 143-146.</p> <p>П.п. 14. II етап 9-Харківського студентського фестивалю реклами (Харківський національний економічний університет ім.Семена Кузнеця, м. Харків, 2023) – Олійник Є. – Диплом III місце.</p> <p>II етап XI Всеукраїнського студентського конкурсу торговельної реклами (Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, 2023) – Олійник Є. – Диплом I місце.</p> <p>П.п. 19. Член ГО «Українська Асоціація Маркетингу». Член ГО «Вінницька асоціація гостинності «ХлібСіль».</p> <p>П.п. 20. Досвід практичної роботи за спеціальністю – 7 р.</p>
--	--	--	--	--	--