

**Форма для резюме викладача на офіційному сайті
Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ**

ІНФОРМАЦІЙНА КАРТКА ВИКЛАДАЧА	
1. ПІП	Середницька Людмила Петрівна
2. Вчене звання, посада на кафедрі	старший викладач кафедри маркетингу та реклами
3. Адреса персональної робочої електронної пошти	serednuzka@gmail.com/serednuzka@vtei.com.ua
4. Правильна транслітерація прізвища	Serednuzka

РЕЗЮМЕ ВИКЛАДАЧА	
1. Ідентифікатори автора	https://scholar.google.com.ua/citations?user=qZt13oIAAAAJ&hl=uk https://scholar.google.com.ua/citations?user=qZt13oIAAAAJ&hl=uk&oi=sra ORCID https://orcid.org/0000-0002-7730-0963
2. Освіта та кваліфікація	У 1979 р. закінчила Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету за спеціальністю «Товарознавство і організація торгівлі промисловими товарами», класифікація за дипломом – товарознавець вищої кваліфікації. У 1982 р. закінчила Московський орден Дружби народів кооперативний інститут Центроспілки за спеціальністю Технологія торгових процесів, кваліфікація за дипломом Викладач кооперативних технікумів.
3. Підвищення кваліфікації	Підвищення кваліфікації у Вінницькому державному педагогічному університеті ім. Михайла Коцюбинського, кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю. 2019 р. Сертифікат НВ №02125094
4. Міжнародний досвід	
5. Особисті нагороди	
6. Перелік найвагоміших праць	Поліщук І.І., Середницька Л.П., Коновал В.В. Маркетинговий потенціал: стратегічні орієнтири розвитку. Монографія. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТУІ КНТЕУ, 2020. 284 с. Serednyska 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. 525-5312i Doi: 10.14207/ejsd.2020.v9n2p467 Thompson Reuters (Web of Science). Середницька Л.П., Танасійчук А.М., Особливості формування сучасного ринку мінеральної води. Україна. м. Дніпро. «Modern Economics. 2020. №19. С. 178-182. URL: https://modecon.mnau.edu.ua/issue19-2020/tanasychuk.pdf DOI: https://doi.org/10.31521/modecon.V19(2020)-29 (Index Copernicus International SA, Google Scholar, (фахове видання). Середницька Л.П., Головчук Ю.О., Виставково-ярмаркові заходи як складові формування партнерських відносин. Україна, м. Київ. <i>Агросвіт</i> . 2020. № 4. С. 61–98.

URL: <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=3107&i=13> Категорія Б, Scientific Indexing Services (SIS), Google Scholar.

Середницька Л.П., Головчук Ю.О., Інтеграція інформаційно-комунікаційних технологій у систему підвищення якості співпраці підприємств зі споживачами. Україна, м. Харків. Бізнес Інформ.2020. №4. Категорія Б. Index Copernicus, Google Scholar.

Середницька Л.П., Головчук Ю.О. Бенчмаркінг у стратегічному управлінні інноваційним розвитком підприємства., Україна, м. Харків. Бізнес Інформ.2020. № 5. Категорія Б. Index Copernicus, Google Scholar.

Середницька Л.П., Головчук Ю.О. Маркетингова товарна політика - інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства. Україна, м. Київ. *Агросвіт*. 2020. № 1. С. 61–68. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/1_2020/10.pdf Категорія Б. Google Scholar, Index Copernicus, Polska Bibliografia, Naukowa (PBN), НБУ ім. В.І.Вернадського.

Середницька Л.П., Танасійчук А.М., Сіренко С.О., Системний підхід до оцінювання синергійного ефекту від реалізації маркетингової стратегії міжнародної диверсифікації бізнесу. Україна. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. 2019. №5, С. 233-238. Index Copernicus International SA, Google Scholar, (фахове видання).

Середницька Л.П., Танасійчук А.М., 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. Index Copernicus International SA, Google Scholar, (фахове видання)

Середницька Л.П., Ковінько О.М. Науково-практичні підходи до управління маркетинговими витратами в міжнародній діяльності підприємств України. *Причорноморські економічні студії*. м. Одеса. 2019. №39 (49). С. 89 – 94. (фахове видання) (обсяг власних-3с.);

Середницька Л.П. Ковінько О.М. (Танасійчук А.М.) Формування заходів впливу на споживача засобами інноваційного пакування. Інфраструктура ринку. м. Одеса 2019. №28. С. 218 – 223. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/28_2019_ukr/34.pdf (фахове видання) (обсяг власних-3с.)

Середницька Л.П., Танасійчук А.М., Уманець В.О. Гносеологічний аналіз наукових підходів до формування теорії міжнародного маркетингу. Словаччина. Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. 2019. №10. Том 2. С. 30-35. (обсяг власних-2с.)

Середницька Л.П. Мерчандайзинг, як ефективний інструмент впливу на поведінку споживачів. Інфраструктура ринку. 2018. №25. URL: <http://www.market-infr.od.ua/25-2018> (електронне фахове видання) (обсяг власних-6с.)

Середницька Л.П., Ковінько О.М. (Танасійчук А.М.). Інноваційні шляхи впровадження корпоративних зв'язків з громадськістю на підприємстві. *Ефективна економіка*. 2018. № 12. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6752> DOI: 10.32702/2307-2105-2018.12.6 (фахове видання) (обсяг власних-3с.);

Середницька Л.П., Ковінько О.М. Інноваційні напрями сучасної упаковки товару. *Приазовський економічний вісник*. 2018. №2 (07)

	<p>C.58-62.URL:http://rev.kpu.zp.ua/journals (електронне фахове видання)(обсяг власних-2с.)</p> <p>Середницька Л. П. Пріоритетні напрямки розвитку туристичних послуг України. <i>Економіка та суспільство</i>. м. Мукачєво,. 2018.№18. URL:http://economyandsocsety.in.ua/journal-18/25-stati-18/2305-strtdnitska-l-p-gumenna-t-v (електронне фахове видання) (обсяг власних-4с.);</p> <p>Середницька Л.П. Інноваційні технології в логістичній системі. <i>Економіка та суспільство</i>. м. Мукачєво. 2018.№19. URL:http://economyandsocsety.in.ua/journal-19/25-stati-19/2305-strtdnitska-l-p-gumenna-t-v (електронне фахове видання) (обсяг власних-6 с.)</p>
7. Досвід роботи	З 2017 р. по сьогоднішній час працюю у ВТЕІ КНТЕУ, на посаді старшого викладача кафедра маркетингу та реклами