

Якісний склад науково-педагогічних працівників кафедри Маркетингу та реклами

Прізвище, ім'я, по батькові викладача	Найменування посади (для сумісників - місце основної роботи, найменування посади)	Найменування закладу, який закінчив викладач (рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту)	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Найменування всіх навчальних дисциплін, які закріплені за викладачем, та кількість лекційних годин з кожної навчальної дисципліни	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідна робота, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)	Примітки
1	2	3	4	5	6	7	8
Особи, які працюють за основним місцем роботи							
Бондаренко Валерій Михайлович	Професор	Український транспортний університет (1995р., спеціальність - «Організація перевезень та управління на транспорті», кваліфікація - інженер по організації перевезень і управлінню на автомобільному транспорті);	Доктор економічних наук, спеціальність - 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка», тема дисертації: «Методолого-практичні основи формування та використання сукупного ресурсного потенціалу регіону: проблеми та перспективи», професор кафедри маркетингу та реклами, академік Академії економічних наук України зі спеціальності .	1. Управління дистрибуцією послуг - 52 год. 2. Маркетинговий менеджмент - 6 год. 3. Логістика - 34 год. 4. Торговельний маркетинг - 30 год. Разом: 122 год.	1. Zamkova N., Bondarenko V., Pchelianska G., Artyukh O., Murenko T. Implementation of marketing audit into the sphere of electronic entrepreneurship. International Journal of Management (IJM). Volume 11. Issue 6. June 2020. (Scopus) (обсяг власних - 4 с.). Bondarenko V., Logosha R., Samokhval O., Pavelkiv R., Petrenko O. Entrepreneurship Education of Future Economists in the Process of Preparation. Journal of Entrepreneurship Education. Research Article: 2019. Volume 22. Issue 6. (Scopus) (обсяг власних - 4 с.). Bondarenko V., Martynova L., Chorna N., Sukhorebra T., Segeda S., Evaluation System Formation of Development of Enterprise's Innovative Potential. Academy of strategic Management Journal, Volume 18, Issue 1, 2019. (Scopus) (обсяг власних - 4 с.). Mazur A., Bondarenko V., Mazur S. Organizational reformation of agribusiness entities in Ukraine. Baltic Journal of Economic Studies. V. 4, № 2. Riga: Publishing House «Baltija Publishing», 2018. 316 p. P. 126-133. (Web of Science Core Collection)(обсяг власних - 3 с.). 2. Бондаренко В. М., Бондаренко О.В. Напрями удосконалення підходів до проведення адміністративно-територіальної реформи в рамках зміцнення місцевих бюджетів. Економіка та держава. Київ. ІПК ДСЗУ. 2020. С. 50-54. (фахове видання, Index Copernicus). (фахове видання) (обсяг власних – 3 с.). Бондаренко В. М., Бондаренко О.В. Ефективне використання сільськогосподарських земель як фактор забезпечення сталого розвитку сільських територій. Агросвіт. Дніпро. ДДАЕУ. 2020. С. 12-17. (фахове видання, Index Copernicus) (обсяг власних – 3 с.). Бондаренко В.М., Бондаренко Л.М., Соколюк К.Ю. Формування ринкової системи управління земельними ресурсами . Черкаський державний технологічний університет. 2019. № 53. С. 14-22. (фахове	Вінницький національний технічний університет, посвідчення №08-33-38, тема: «Митна логістика», 2017 р.; University of Central Europe, Academic Society of Michal Baludansy, Jasna-Prasov-Kosice , certificate № 5/03-2019, тема: «Modern teaching methods and innovative technologies in higher education», 2019 р.;	П.п.1. Наукова публікація зазначена у колонці 6. П.п.2. Наукові публікації зазначені в колонці 6. П.п.3. Навчальні посібники і монографії зазначені в колонці 6. П.п.4. Наукове керівництво (консультація) здобувача, який одержав документ про присудження наукового ступеня. П.п.7. Робота у складі експертних рад Національної агенції із забезпечення якості вищої освіти та Акредитаційної комісії: Акредитаційна експертиза підготовки бакалаврів з напрямку підготовки 6.030507 «Маркетинг» в Одеській національній академії харчових технологій, наказ №1089л від 20.05.2015р.; Первинна акредитаційна експертиза підготовки магістрів зі спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» в Одеській національній академії харчових технологій, наказ №194-А від 04.11.2016р.; Первинна акредитаційна експертиза ОПП «Маркетинг» зі спеціальності 075 Маркетинг за другим (магістерським) рівнем вищої освіти в Черкаському державному технологічному університеті, наказ №1711-л від 02.11.2018р.

видання) (обсяг власних – 4 с.).
 Bondarenko V.M., Shevchuk H.V. Problems, development and implementation of the rational marketing structure in enterprises in the fruit and vegetable industry. Ukraine. Economics and Finance. 2018. №9. С.121-131. (фахове видання) (обсяг власних – 3 с.).
 Бондаренко В.М., Дармограй В. Сучасні підходи до розміщення підприємств в системі економіки регіону. Ефективна економіка. 2018. № 7. (електронне фахове видання).
 3. Bondarenko V., Pokynchereda V. Organization and methodical aspects of formation of accounting of information management of human capital of the enterprise. Ukraine in the context of global and national modern servisation processes and digital economy. Monograph, Praha: OKTAN PRINT, 2020, 265 p.P. 102-113. (зарубіжна колективна монографія) (обсяг власних – 6 с.).
 Танасійчук А.М., Поліщук І.І., Громова О.Є., Бондаренко В.М., Гевчук А.В., Поліщук Н.В. Маркетинг. Навчальний посібник. Вінниця. ТОВ «Меркьюрі-Поділля». 2019. 292 с. (лист № 1/11-232-86 від 03.07.2019) (обсяг власних – 60 с.).
 Бондаренко В.М., Поліщук І.І., Шарко В.В. Маркетинговий менеджмент: Навчальний посібник. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2016. 224 с. (навчальний посібник) (обсяг власних – 75 с.).
 Бондаренко В.М., Ковінько О.М., Соколюк К.Ю. Маркетинг інвестицій регіонального розвитку. Монографія. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 280 с. (колективна монографія) (обсяг власних – 90 с.).
 Bondarenko V., Bondarenko L., Mazur A.. Features of marketing approach in forming investment climate of region. Competitiveness of Entrepreneurial Structures: Features and Prospects: Collective monograph. Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom. 2018. P 23 – 32. (зарубіжна колективна монографія) (обсяг власних – 5 с.).
 Бондаренко В.М., Бондаренко Л.М. Особливості формування регіонального ринку цукру. Competitive ability of business organization: estimation methods and enhancement strategies. Collective monograph. Thorpe-Bowker, Melbourne, Australia, 2017. 124 p. P. 4-12. (зарубіжна колективна монографія) (обсяг власних – 5 с.).
 8. Науково-дослідна тема: «Маркетинг в умовах міжнародної диверсифікації»

П.п.8. Дані зазначено в колонці 6.
 П.п.11. Участь в атестації наукових кадрів як офіційного опонента та члена постійної спеціалізованої вченої ради зазначена в колонці 6.
 П.п.13. Методичні видання: Бондаренко В.М., Бондаренко Л.М. Проектування логістичних мереж: Методичні рекомендації до самостійної роботи. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019. 24 с. (обсяг власних – 14 с.); Бондаренко В.М. Митна логістика: Методичні рекомендації до самостійної роботи. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 25 с. Бондаренко В.М. Маркетинговий менеджмент. Методичні рекомендації до самостійної роботи. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019. 26с.
 П.п.15. Науково-популярні та дискусійні публікації з наукової та професійної тематики зазначені в колонці 6.
 П.п.16. Участь у професійному об'єднанні за спеціальністю: Член ГО «Українська Асоціація Маркетингу», Академік Академії економічних наук України зі спеціальності «Маркетинг».

бізнес-діяльності підприємства», 2018-2021.
Державний реєстраційний номер – 0118U003231. Виконавець.
Науково-дослідна тема: «Формування організаційно-економічного механізму ефективного співробітництва у забезпеченні сталого регіонального розвитку», 2018-2020.
Державний реєстраційний номер – 0118U003233. Виконавець.
Науково-дослідна тема: «Інвестиційне забезпечення ресурсного потенціалу підприємства на засадах маркетингу», 2015-2017. Державний реєстраційний номер – 0115U001183. Науковий керівник.

4. Наукове керівництво Козар В.В.(науковий ступінь - к.е.н., тема дисертації: Трудовий потенціал регіону України в євроінтеграційному вимірі, 2017).

11. Офіційний опонент (Жученко А.М.).
Спеціалізована вчена рада Д 52.051.06 Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського, «Концептуальні засади сталого розвитку регіонів України в умовах глобалізації» 2019 р.

Офіційний опонент (Польовська В.В.).
Спеціалізована вчена рада Д 79.051.01 Чернігівського національного технологічного університету, 2016 р.
Офіційний опонент (Кравчук А.О.).
Спеціалізована вчена рада Д 73.052.02 Чернігівського національного технологічного університету, 2015 р.

Член Спеціалізованої вченої ради К 26.055.06 Київського національного торговельно-економічного університету.
Член Спеціалізованої вченої ради Д 79.051.01 Чернігівського національного технологічного університету.

15. Бондаренко В., Коновал В. Роль логістичних систем в управлінні підприємницькою діяльністю. SCIENTIFIC LETTERS OF INTERNATIONAL ACADEMIC SOCIETY OF MICHAL BALUDANSKY»: Научные записки Международного академического общества Михаила Балудянского. 2020. № 8 Том 4. С. 60-63. (обсяг власних - 2 с.).

Бондаренко В.М., Бондаренко Л.М., Пчелянська Г.О. Маркетинговий підхід до формування ефективної стратегії розвитку регіону. Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. 2019. №3. Том 7. С. 20-27. (обсяг власних - 4 с.).

Бондаренко В., Бондаренко Л. Роль і значення транспорту у формуванні господарських систем регіонів. Scientific Letters of Academic Society of Michal

					<p>Baludansky. 2018. №6. Том 4. С. 30-35. (обсяг власних – 5 с.).</p> <p>Бондаренко В.М., Бондаренко Л.М. Формування та розвиток зовнішньоекономічного потенціалу регіону. Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: Збірник наукових праць V Міжнародної науково-практичної конференції. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2017. Ч.2. С.92-101 (обсяг власних – 5 с.).</p>		
<p>Говорко Оксана Володимирівна</p>	<p>Доцент, Начальник відділу реклами та зв'язків з громадськістю</p>	<p>Київський національний торговельно-економічний університет (2002р., спеціальність - «Облік і аудит», кваліфікація - економіст з обліку і аудиту);</p>	<p>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».</p>	<p>1. Маркетинг соціального забезпечення - 28 год. 2. Комп'ютерна графіка в рекламі - 62 год. 3. Реклама в Інтернеті - 34 год. 4. Рекламний креатив - 24 год. Разом: 148 год.</p>	<p>2. Говорко О. В. Ефективність системи забезпечення охорони здоров'я населення України. Інтелект XXI. Національна економіка. 2017. №2. С. 92–97 (фахове видання). Говорко О. В. Вплив охорони здоров'я на якість життя населення. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2017. Вип. 46. С.46–51 (фахове видання). Говорко О. В. Сутність демографічного потенціалу: проблеми теорії та практики. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2017. Вип. 2. Ч. 2. С. 68–74 (фахове видання). Говорко О. В. Система елементів соціально-демографічного потенціалу та їх взаємозв'язок. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Економіка. 2017. № 5(33). С.57-61 (фахове видання). Говорко О. В. Оцінка ефективності системи забезпечення охорони здоров'я населення України. Інтелект XXI. Національна економіка. 2017. Вип. 2. С.92-97(фахове видання). 3. Говорко О. В. Соціальні гарантії у дотриманні європейських стандартів охорони здоров'я. Забезпечення соціального захисту населення в контексті активізації євроінтеграційних процесів : монографія за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. В. М. Нижника. Хмельницький : ХНУ, 2017. 578 с. С.135–148 (колективна монографія) (обсяг власних – 14 с.).</p> <p>15. Говорко О.В. Імідж ЗВО як елемент його конкурентоспроможності. Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: зб. наук. пр. VIII Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 03 черв. 2020 р. Вінниця, 2020. Ч. 3. 256 с Р. 107-115. Говорко О. Якісна освіта – детермінанта</p>	<p>Хмельницький національний університет, сертифікат №5, тема: «Методика викладання економічних дисциплін», 2017 р.;</p>	<p>П.п.2. Наукові публікації зазначені в колонці 6. П.п.3. Монографія зазначена в колонці 6. П.п.10. Організаційна робота зазначена у колонці 2. П.п.15. Науково-популярні та дискусійні публікації з наукової та професійної тематики зазначені в колонці 6. П.п.16. Участь у професійному об'єднанні за спеціальністю: Член ГО «Українська Асоціація Маркетингу»</p>

					<p>приросту людського капіталу країни. Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. Kosice. Slovakia. 2020. Vol. 7. Issue 3. P. 36-39.</p> <p>Говорко О., Мельничук О. Розвиток людського капіталу – стратегічна ціль формування сучасної інноваційної економіки. Scientific Letters of International Academic Society of Mikhail Baludansky. Slovakia. 2019. Volume 7, No. 3/2019. С.30-33 (обсяг власних - 2 с.).</p> <p>Говорко О. Роль реклами у просуванні іміджу закладу вищої освіти на ринку освітніх послуг. International Scientific-Practical Conference Global marketing: analysis and challenges of our time: Conference Proceedings, May 16-17th, 2019. Batumi, Georgia. P. 143-146.</p> <p>Govorko O.V. Problems of forming of modern demographic potential of Ukraine. Scientific Letters of International Academic Society of Mikhail Baludansky. Slovakia. 2015. Volume 3, No. 1/2015. P.44-46</p>		
Головчук Юлія Олександрівна	Доцент	Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (2008р., спеціальність - «Економіка підприємства», кваліфікація - магістр з економіки підприємства, економіст); Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (2019р., спеціальність - «Маркетинг», кваліфікація - магістр); Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (2019р., спеціальність - «Філологія. Германські мови та літератури (переклад включно), перша - англійська», кваліфікація - магістр);	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».	1. Реклама - 30 год. 2. Маркетингові комунікації - 108 год. Разом: 138 год.	1. 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. (Web of Science Core Collection) (обсяг власних – 5 с.). Tanasiichuk A., Hromova O., Holovchuk Y., Serednytska L., Shevchuk A. Market Researches which Are Conducted for Introduction of New Product on the Market. Italy. European Journal of Sustainable Development. 2020. Vol 9, No 2. p. 525-531. (Web of Science Core Collection) (обсяг власних – 3 с.). 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 . (Scopus) (обсяг власних - 4 с.). Tanasiichuk A., Hromova O., Abdullaieva A., Holovchuk Y., Sokoliuk K. Influence of transformational economic processes on marketing management by an international diversified conglomerate enterprise. European journal of sustainable development. European center sustainable development, Italy. 2019. Vol. 8, No 3. P. 448-455. (Web of Science Core Collection) (обсяг власних – 2 с.). 2. Головчук Ю.О., Дибчук Л.В. Маркетинг взаємодіє як важливий елемент конкурентної маркетингової стратегії.	Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, сертифікат НВ №02125094/010-19 БО, тема: «Реклама», 2019 р.; University of Central Europe, Academic Society of Michal Baludansy, Jasna-Prasov-Kosice , certificate № 39/03-2019, тема: «Modern teaching methods and innovative technologies in higher education», 2019 р.; Instytut Badawczo-Rozwojowy Lubelskiego Parku Naukowo Technologicznego, Lublin, Republic of Poland, certificate ES №0969/2020, тема: «International skills development (the webinar) on the theme «The cloud storage service for the online studying on the example of the ZOOM platform»», 2020 р.;	П.п.1. Наукові публікації зазначені в колонці 6. П.п.2. Наукові публікації зазначені в колонці 6. П.п.3. Навчальний посібник і монографії зазначені в колонці 6. П.п.8. Дані зазначено в колонці 6. П.п.13. Методичні видання: Головчук Ю.О. Маркетингові комунікації. Методичні рекомендації до самостійної роботи. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2019. 53 с. Головчук Ю.О. Реклама. Методичні рекомендації до самостійної роботи. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2019. 68 с. Поліщук І.І., Ковінько О.М., Громова О.С., Головчук Ю.О. Маркетингові комунікації. Методичні рекомендації до виконання курсових робіт. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2018.

Причорноморські економічні студії. 2019. №43. С. 89 –92. (фахове видання) (обсяг власних - 3 с.).
Головчук Ю.О., Черноконь С.М. Психологічні аспекти впливу product placement на споживачів. Економіка та суспільство. 2018. №19. С. 342 – 346. (фахове видання) (обсяг власних – 4 с.).
Головчук Ю.О., Стадник В.В., Іжевський П.Г. Маркетинг взаємодії у формуванні та реалізації інноваційного потенціалу підприємства. Ефективна економіка. 2018. №2. (фахове видання). (обсяг власних – 3 с.).
Головчук Ю.О. Маркетингова домінанта розвитку конкурентних переваг підприємства в умовах інформаційної економіки. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2017. №6, Т.1. С. 69–73. (фахове видання).
Головчук Ю.О. Мотиваційні характеристики інноваційного потенціалу промислових підприємств. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2017. Вип. 26. Ч.1. С.128–132. (фахове видання).
З. Пчелянська Г.О., Головчук Ю.О. Теоретико-методичні засади впровадження зеленого маркетингу в умовах екологічних викликів. Особливості соціально-економічного поступу національної економіки в умовах інформаційно-технологічних викликів: колективна монографія / За наук. ред. Квасній Л.Г., Татомир І.Л. Трускавець: Посвіт, 2020. 338 с. С.48-56. (колективна монографія) (обсяг власних - 6 с.).
Holovchuk Yu.O., Stadnik V., Sokolyuk G.O. Institutional component of competitiveness risks and development of socio-economic systems. Poland, Nysa. Business Risk in Changing Dynamics of Global Village 2: Monograph / Edited by Nataliia Marynenko, Pradeep Kumar, Iryna Kramar. Nysa: Publishing Office University of Applied Sciences in Nysa, 2019. 514 p. С. 28-40. (зарубіжна колективна монографія) (обсяг власних - 6 с.).
Holovchuk Y., Stadnyk V., Mukomela-Mykhalets V. The dualism of the objectives of innovation management in the context of the development of competitive advantages of the enterprise. Conceptual aspects management of competitiveness the economic entities: collective monograph I edited by M. Bezpartochnyi, I. Britchenko, in 2 Vol. I Higher School of Social and Economic. - Przeworsk: WSSG, 2019.- Vol. 2.-272 p. – P. 39–48 (зарубіжна колективна монографія) (обсяг

39 с. (обсяг власних – 10 с.).
П.п.14. Керівництво дискусійним клубом «Маркетинг та реклама».;
П.п.15. Науково-популярні та дискусійні публікації з наукової та професійної тематики зазначені в колонці 6.
П.п.16. Участь у професійному об'єднанні за спеціальністю: Член ГО «Українська Асоціація Маркетингу».
П.п.18. Наукове консультування установ, підприємств, організацій: ТОВ «БОН ВОЯЖ ПЛЮС», м. Вінниця, з 2010 р.

власних - 6 с.).
Pchelianska G., Dybchuk L., Holovchuk Y.
Logistics infrastructure of the food market.
Organizational-economic mechanism of
management innovative development of
economic entities: collective monograph /
edited by M. Bezpartochnyi, in 3 Vol. / Higher
School of Social and Economic. Przeworsk:
WSSG. 2019. Vol.3. P. 170-179. (зарубіжна
колективна монографія) (обсяг власних - 2
с.).
Головчук Ю.О. Інноваційний потенціал і
конкурентні стратегії: відповідність і
взаємообумовленість в контексті сталого
розвитку промислових виробників.
Менеджмент різноманітності в розвитку
конкурентоспроможності промислових
корпорацій: монографія [За заг. і наук. ред.
д.е.н., проф. В.В. Стадник]. 2017. 290 с. С.
157-172. (колективна монографія) (обсяг
власних – 16 с.).
Головчук Ю.О., Стадник В. В., Гризовська
Л. О. Менеджмент і маркетинг туризму.
Хмельницький : ХНУ, 2020. 355 с. ISBN 978-
966-330-368-0 Рекомендовано Вченою
радою Хмельницького національного
університету як навчальний посібник для
студентів ЗВО (лист № 041/886 від
05.07.2019) (навчальний посібник) (обсяг
власних - 95 с.).

8. Науково-дослідна тема: «Маркетинг
взаємодії в управлінні інноваційною
діяльністю підприємства», 2019-2021.
Державний реєстраційний номер –
0119U100086. Науковий керівник.

П.п.14. Керівництво студентським
дискусійним клубом зазначено в колонці 6.

15. 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. (обсяг власних – 2 с).
Holovchuk Y.O. Marketing aspects of
development of innovative potential of
machinery manufacturing. International
Scientific Conference Modern Economic
Research: Cooperation, Banking, Public
Administration in a Decentralized Environment:
Conference Proceedings, September 26th, 2017.
Kielce, Poland: Baltija Publishing. 184p.
P.113–115.
Головчук Ю.О., Дибчук Л.В. Сучасна
концепція управління маркетингом
підприємства Наука та практика сучасності і

					<p>майбутнього : тези учасників X міжнародної науково-практичної конференції молодих науковців, аспірантів та студентів (17 травня 2017 р.). Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2017. С. 93–95 (обсяг власних – 2 с).</p> <p>Головчук Ю.О. Поведінкові аспекти формування інноваційного потенціалу підприємства. Актуальні проблеми економіки та управління: теоретичні і практичні аспекти : тези доповідей V Міжнародної НПК (Хмельницький-Сатанів, 12-14 травня 2017 р.). Хмельницький: ХНУ, 2017. С. 37–39.</p> <p>Головчук Ю.О. Детермінанти розвитку інноваційного потенціалу промислового підприємства. Сучасні інструменти реалізації практичного менеджменту, маркетингу, логістики і туризму: особливості застосування в глобальному конкурентному середовищі : матеріали IV всеукр. наук-практ. конф., 21–22 квітня 2017 р. Житомир : ЖДТУ, 2017. С. 66–69.</p> <p>Головчук Ю.О. Інтелектуальний капітал в структурі інноваційного потенціалу. Науковий вісник Вінницького кооперативного інституту. Вінниця: ТОВ «Вінницька міська друкарня», 2016. Вип. 6. С. 12–17.</p>		
Громова Ольга Євгенівна	Доцент	Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (2007р., спеціальність - «Менеджмент організацій», кваліфікація - магістр з менеджменту організацій, менеджер-економіст); Вінницький фінансово-економічний університет (2015р., спеціальність - «Фінанси і кредит», кваліфікація - спеціаліст з фінансів і кредиту); Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (2019р., спеціальність - «Маркетинг», кваліфікація - магістр);	Кандидат економічних наук, спеціальність - 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)», тема дисертації: «Мотиваційний механізм активізації інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств», доцент кафедри маркетингу та реклами.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Стратегічний маркетинг - 6 год. 2. Маркетинг інновацій - 26 год. 3. Промисловий маркетинг - 54 год. 4. Маркетинг - 92 год. 5. Транспортно-експедиційна діяльність - 28 год. <p>Разом: 206 год.</p>	<p>1. Hromova O., Tanasiichuk A., 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. (Web of Science) (обсяг власних – 2 с.)</p> <p>Hromova O., Tanasiichuk A., Holovchuk Y., Serebnytska L., Shevchuk A. Market researches which are conducted for introduction of new product on the market. European Journal of Sustainable Development. Rome, Italy. 2020, 9, 2, p. 525-531. (Web of Science) (обсяг власних – 2 с.)</p> <p>Hromova O., Tanasiichuk A., Kovalchuk S., Hryhorenko I., Fedortsova O. Evaluation of the Convergence of International Markets for Agricultural Enterprises of Ukraine under International Diversification Conditions. Italy. European Journal of Sustainable Development. 2020. Vol 9, No 2. p. 467-487. (Web of Science) (обсяг власних – 6 с.)</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. P. 448-455. (Web of Science Core</p>	<p>Університет Суспільних Наук (UNS), м. Лодзь, сертифікат №2017/09/025, тема: «Сучасний університет: міжнародна співпраця і мобільність задля інновацій через проектний підхід», 2017 р.;</p> <p>Вінницький національний технічний університет, посвідчення №08-33-06, тема: «Підвищення рівня викладання дисципліни «Транспортно-експедиційна діяльність»», 2020 р.;</p> <p>Instytut Badawczo-Rozwojowy Lubelskiego Parku Naukowego, 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.;</p>	<p>П.п.1. Наукові публікації зазначені в колонці 6.</p> <p>П.п.2. Наукові публікації тема: «Сучасний університет: міжнародна співпраця і мобільність задля інновацій через проектний підхід», 2017 р.;</p> <p>П.п.3. Навчальні посібники зазначені в колонці 6.</p> <p>П.п.7. Робота у складі експертної групи Національної агенції із забезпечення якості вищої освіти: Експерт з акредитації освітніх програм (Затверджено Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти «26» січня 2021 р.).</p> <p>П.п.8. Дані зазначено в колонці 6.</p> <p>П.п.13. Методичні видання: Громова О. Є. Стратегічний маркетинг: Методичні рекомендації до самостійної роботи. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019. 13 с. Поліщук І.І., Ковінько О.М., Громова</p>

Collection) (обсяг власних – 2 с.).
Hromova O., Polishchuk N., Lopatiuk R.
Lending as motivation for innovative activity of a modern enterprise. Investment Management and Financial Innovations. Volume 15. 2018. Issue No 2. P. 213–221. (фахове видання, SCOPUS) (обсяг власних – 5 с.).
2. Громова О.С., Поліщук І.І., Довгань Ю.В.
Логістизація маркетингової діяльності олійно-жирових підприємств харчової галузі. Регіональна бізнес-економіка та управління. 2020. №1 (65). С.43-50. (фахове видання) (обсяг власних - 3 с.).
Громова О.С., Танасійчук А.М., Сіренко С.О. Засоби просування бренду в умовах рецесії. Ефективна економіка. 2020. № 5. (фахове видання) (обсяг власних – 3 с.).
Громова О. С. Конкурентоспроможність підприємства в контексті її маркетингового забезпечення. Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор», Херсон, 2020. 1 (57). С. 100–104. (фахове видання).
Громова О. С., Касьяненко А. С., Благодущко Т. С. Аналіз умов конкуренції та конкурентних переваг підприємства. Регіональна бізнес-економіка та управління. 2019. № 4/1 (64). С. 121–125. (фахове видання) (обсяг власних – 2 с.).
Громова О. С., Козлов О. Ю. Дослідження використання маркетингових інструментів впливу на поведінку споживачів на прикладі ТОВ «БОМБА-ТУР», м. Вінниця. Інформаційно-аналітичний журнал «Економіка. Фінанси. Право», К., 2019. № 12. С. 26–28. (фахове видання) (обсяг власних – 2 с.).
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. (лист № 1/11-232-86 від 03.07.2019) (обсяг власних – 78 с.).
Громова О. С., Поліщук Н. В., Лобачева І. Ф. Економічний аналіз у схемах і таблицях: Навчальний посібник. Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля». 2018. 220 с. (навчальний посібник) (обсяг власних – 100 с.).
Громова О. С., Поліщук Н. В. Фінансовий аналіз: Навчальний посібник. Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля». 2018. 176 с. (навчальний посібник) (обсяг власних – 98 с.).
Громова О. С., Абдуллаєва А.С., Поліщук Н.В., Лопатюк Р.І. Ситуаційний менеджмент: Навчальний посібник. Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля». 2018. 152 с. (навчальний посібник) (обсяг власних – 76

О. С., Головчук Ю.О.
Маркетингові комунікації: Методичні рекомендації до виконання курсових роботи. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019. 39 с. (обсяг власних - 9 с.). Громова О. С.
Стратегічний маркетинг: Опорний конспект лекцій. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019. 104 с.
П.п.14. Керівництво студентом, який зайняв призове місце зазначено в колонці 6.;
П.п.15. Науково-популярні публікації зазначені у колонці 6.
П.п.16. Участь у професійному об'єднанні за спеціальністю: Член ГО «Українська Асоціація Маркетингу»; член ГО «Об'єднання маркетологів України».

с.).
Громова О. С., Поліщук Н. В.
Комунікативний менеджмент: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля», 2017. 148 с. (навчальний посібник) (обсяг власних – 75 с.).

8. Науково-дослідна тема: «Маркетинг взаємодії в управлінні інноваційною діяльністю підприємства», 2019-2021. Державний реєстраційний номер – 0119U100086. Виконавець.

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 .

15. Громова О.Є., Горпинюк Ю.Ю.
Формування та розвиток молодіжного сегменту на ринку праці України. Проблеми та перспективи розвитку економіки України в умовах євроінтеграції : всеукраїнська науково-практична конф., 24 січня 2019 р. : тези доп. Львів, 2019. С. 72–74. (обсяг власних – 2 с.).

Громова О.С., Габрид А. І., Шевчук А. Л.
Міжнародний кодекс рекламної діяльності. Підприємництво, торгівля, маркетинг: стратегії, технології та інновації : II Міжнародна науково-практична Інтернет-конф., 29 травня 2019 р. : тези доп. Київ : КНТЕУ, 2019. С. 37–40. (обсяг власних – 3 с.).

Громова О.С., Шевчук А. Л., Чорна С. І., Боровська О. Г. Формування маркетингового ціноутворення орієнтованого на споживача та розробка програми лояльності споживачів на ТОВ «Вінницька міська друкарня». Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. 2019. №7. Том 3. С. 39-42. (зарубіжне видання) (обсяг власних – 1 с.).

Громова О.С. Інноваційно-інвестиційна діяльність як складова конкурентоспроможності підприємства. Маркетингова концепція діяльності підприємства в сучасних умовах : Збірник наукових праць VIII Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих»: Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького

					торгівельно-економічного інституту КНТЕУ, м. Вінниця, 23 квітня 2019 р. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2019. Вип. 78. С.111-118. Громова О.Є. Маркетинговий підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства. Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: Збірник наукових праць VII Міжнародної науково-практичної конференції. – Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019. Ч.3. С.109-116.	
Довгань Юрій Васильович	Старший викладач	Вінницький державний аграрний університет (2000р., спеціальність - «Менеджмент організацій», кваліфікація - економіст-організатор сільськогосподарського виробництва); Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (2020р., спеціальність - «Маркетинг», кваліфікація - магістр);	1. Маркетинг - 0 год. 2. Моделювання фінансово-господарської діяльності підприємства - 0 год. 3. Логістика - 136 год. Разом: 136 год.	1. Gonchar O., Zamkova N., Polishchuk I., Dovhan Y., Sokolovska V. Oil and Fat Business of Ukraine : Marketing Orientation for Achieving Competitive Advantages. European Journal of Sustainable Development. 2020, Vol. 9, № 4. P. 261–272 (Web of Science). (обсяг власних – 3 с.). Kaletnik H., Lutsiak V., Melnichuk O., Dovhan Y., Malicki M. Organizational basis of the development of innovative functional food products by the Ukrainian enterprises of deep walnut processing. Ukrainian Food Journal. 2019. Volume 8, Issue 1. P. 169 – 180. (Web of Science, фахове видання). (обсяг власних – 3 с.). 2. Довгань Ю.В., Поліщук І.І., Громова О.Є. Логістизація маркетингової діяльності олійно-жирових підприємств харчової галузі. Регіональна бізнес-економіка та управління. 2020. №1 (65). С.43-50. (фахове видання) (обсяг власних – 3 с.). Довгань Ю.В., Поліщук І.І. Маркетингові аспекти управління олійно-жировими підприємствами. Вісник Херсонського національного технічного університету. №2(73). 2020. С.93-100. (фахове видання) (обсяг власних – 4 с.). Красняк О.П., Довгань Ю.В. Маркетингова оцінка напрямів інвестиційно-інноваційної активності підприємств олійно-жирового підкомплексу. Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 12. С. 42–46. (фахове видання) (обсяг власних – 4 с.) Довгань Ю.В. Аналіз фінансового стану як ключовий етап оцінки рівня інвестиційної привабливості підприємства. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики». 2018. № 3. С. 76–90. (фахове видання) (обсяг власних – 4 с.) Красняк О.П., Довгань Ю.В. Маркетингові складові формування та функціонування інфраструктури регіонального ринку цукру. Економіка. Фінанси. Право. 2017. № 12/1. С. 30–34. (фахове видання) (обсяг власних – 2 с.)	Вінницький національний технічний університет, заплановано, 2021 р.; ННВК Всеукраїнський науково-навчальний консорціум, сертифікат №2/2016, тема: «Набуття науково-професійного досвіду формування інноваційного змісту підготовки фахівців з урахуванням науки, техніки і технології та впровадження результатів науково-дослідної роботи у виробництво», 2016 р.; Instytut Badawczo-Rozwojowy Lubelskiego Parku Naukowo-Technologicznego, Lublin, Republic of Poland, certificate 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.;	П.п.1. Наукові публікації зазначені в колонці 6. П.п.2. Наукові публікації зазначені в колонці 6. П.п.3. Навчальний посібник і монографія зазначені в колонці 6. П.п.8. Дані зазначено в колонці 6. П.п.13. Методичні видання: Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Логістика. Методичні рекомендації до самостійної роботи. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 31 с. (обсяг власних – 11 с.). Довгань Ю.В., Луцяк В.В. Маркетингові комунікації. Методичні рекомендації для практичних занять. Вінниця: ВНАУ, 2018. 73 с. (обсяг власних – 53 с.). Довгань Ю.В., Луцяк В.В. Маркетингові комунікації. Методичні рекомендації з організації самостійної роботи студентів. Вінниця: ВНАУ, 2018. 45 с. (обсяг власних – 26 с.). П.п.15. Науково-популярні публікації зазначені у колонці 6. П.п.16. Участь у професійному об'єднанні за спеціальністю: Член ГО «Об'єднання маркетологів України».

3. Довгань Ю.В. Механізм господарсько-економічних відносин в олійно-жировому підкомплексі АПК Вінницької області. Агропромисловий комплекс України: сучасний стан та проблеми розвитку / під ред. д.е.н., проф. Ю. О. Нестерчук. Умань : Видавець «Сочінський М.М.», 2017. С. 131–137. (колективна монографія).
Шаманська О.І., Тітаренко О.М., Довгань Ю.В. Сільськогосподарське дорадництво : навч. посіб. Вінниця : ТОВ «Нілан-ЛТД», 2016. 318 с. (навчальний посібник) (обсяг власних – 106 с.).

8. Науково-дослідна тема: «Маркетинг взаємодії в управлінні інноваційною діяльністю підприємства», 2019-2021. Державний реєстраційний номер – 0119U100086. Виконавець.

15. Поліщук І., Гончар О., Довгань Ю. Особливості моніторингу зовнішнього середовища на засадах маркетингового аналізу. Scientific Letters of International Academic Society of Michal Baludansky. 2020. Volume 8, № 4. С. 60–63. (обсяг власних - 2 с.).
Довгань Ю.В. Сучасні тенденції розвитку ринку інноваційних рослинних олій. Аграрна наука та освіта в умовах євроінтеграції : збірн. наук. прац. міжнар. наук.-практ. конф. Ч.2, 20-21 бер. 2019 р. Кам'янець-Подільський. – Терноп. : Крок, 2019. С. 101–102.
Довгань Ю.В. Використання інструментів цифрового маркетингу для просування інноваційних рослинних олій. Економічний розвиток України в контексті впровадження прогресивних інформаційних технологій та систем управління : матер. II Всеукр. наук.-практ. конф., 25 лют. 2019 р. Київ : ТОВ «ВІПО», 2019. С. 174–176.
Довгань Ю.В. Маркетингові складові інноваційно-інвестиційної активності виробників високоолеїнових рослинних олій. Проблеми і перспективи інноваційного розвитку аграрного сектора економіки в умовах інтеграційних процесів : зб. матер. Міжнар. наук.-практ. конф., 25 жов. 2018 р. Харків : «Діса Плюс», 2018. С. 188–190.
Dovhan Y. Market Conditions of Feedstock Base Formation at the Processing Enterprises of Oil and Fat Industry. Роль інновацій в трансформації образу сучасної науки : матер. II Міжнар. наук.-практ. конф., 28–29 грудня 2018 р. Київ : ГО «Інститут інноваційної освіти»; Науково-навчальний центр прикладної інформатики НАН

Коновал Вікторія Вікторівна	Старший викладач	Вінницький інститут економіки Тернопільського національного економічного університету (2013р., спеціальність - «Економіка підприємства», кваліфікація - магістр з економіки підприємства);	Кандидат економічних наук, спеціальність - 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)», тема дисертації: «Управління виробничим потенціалом підприємства (на прикладі підприємств легкої промисловості)».	Разом: 0 год.	України. 2018. С. 109–111. 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. (обсяг власних – 82 с.). Konoval V.V., Buga N.Yu., Bralatan V.P. Marketing means to enhance the competitiveness of enterprises of light industry. Економіка та суспільство. 2017. №9. С.53-63. (фахове видання) (обсяг власних – 4 с.). Коновал В.В. Управління виробничим потенціалом підприємств легкої промисловості засобами краудсорсингу. Економіка та суспільство. Мукачево: Мукачівський державний університет, 2016. № 3. С.220-225. (фахове видання). 8. Науково-дослідна тема: «Розвиток маркетингового потенціалу підприємства», 2016-2018. Державний реєстраційний номер – 0116U003745. Відповідальний виконавець. Бондаренко В., Коновал В. Роль логістичних систем в управлінні підприємницькою діяльністю. SCIENTIFIC LETTERS OF INTERNATIONAL ACADEMIC SOCIETY OF MICHAL BALUDANSKY»: Научные записки Международного академического общества Михаила Балудянского. 2020. № 8 Том 4. С. 60-63 (зарубіжне видання) (обсяг власних – 2 с.). Поліщук І.І., Гончар О.І., Коновал В.В., Соколюк К.Ю. Застосування краудсорсингових технологій в маркетинговому менеджменті підприємства. Словаччина. Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. 2019. №3. Том 7. С. 84-88. (зарубіжне видання) (обсяг власних – 2 с.).	Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, заплановано, тема: «Методика викладання маркетингових дисциплін», 2021 р.;	П.п.3. Монографія зазначена у колонці 6. П.п.8. Дані зазначено в колонці 6. П.п.13. Методичні видання: Коновал В.В. Організація виставкової діяльності: Завдання до практичних занять. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2016. 67 с.; Коновал В.В., Шлапак О.А. Маркетинг: Завдання до практичних занять з елементами ділової гри. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2016. 60 с. (обсяг власних – 30 с.); Бондаренко В.М., Коновал В.В. Міжнародна логістика: Завдання до практичних занять з елементами ділової гри. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2016. 55 с. (обсяг власних – 30 с.).
Луценко Олександра Ігорівна	Асистент, фахівець відділу реклами та зв'язків з громадськістю	Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського (2019р., спеціальність - «Професійна освіта (Комп'ютерні технології)», кваліфікація - фахівець з комп'ютерних технологій в управлінні та навчанні. Викладач комп'ютерних технологій);		1. Реклама в Інтернеті - 0 год. 2. Комп'ютерна графіка в рекламі - 0 год. Разом: 0 год.	Ільїна О. І. Хмарні технології в освітній діяльності. Теорія і практика smart навчання у професійній освіті : матеріали I Всеукраїнської веб-конференції, Вінниця, 16 травня 2017 р. ВДПУ ім. М. Коцюбинського ред.кол.: Р. С. Гуревич [та інші]. Вінниця, 2017. С. 66-69. Режим доступу: http://qoo.by/2bbI Ільїна О. І. Використання електронного тестування для контролю якості знань студентів. Актуальні проблеми сучасної науки і наукових досліджень : зб. наук. пр. Вип. 4 (8) /редкол. : Р. С. Гуревич (голова) [та ін.]; Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського. Вінниця : ТОВ фірма «Планер», 2016. С. 36-42. Шахіна І. Ю., Ільїна О. І. Організація	Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, тема: «Методика викладання дисциплін IT-сфери», заплановано, 2021 р.;	П.п.Відсутні пункти активності відповідно до п.28 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності.

					контролю якості знань студентів із використанням електронного тестування. Фізико-математична освіта : науковий журнал. Вип. 4 (10). Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка, Фізико-математичний факультет редкол.: О.В. Семеніхіна (гол.ред.) [та ін.]. Суми : [СумДПУ ім. А.С. Макаренка], 2016. С. 152-157. (обсяг власних - 3 с.)		
Поліщук Ірина Ігорівна	Завідувач кафедри, професор	Вінницький інститут регіональної економіки та управління (2003р., спеціальність - «Облік і аудит», кваліфікація - бухгалтер-економіст); Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (2019р., спеціальність - «Маркетинг», кваліфікація - магістр);	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», доцент кафедри маркетингу та реклами, академік Академії економічних наук України зі спеціальності .	1. Управління лояльністю споживачів - 6 год. 2. Моделювання фінансово-господарської діяльності підприємства - 0 год. 3. Маркетингова товарна та цінова політики - 42 год. 4. Маркетинг - 98 год. 5. Ризики в маркетингу - 4 год. Разом: 150 год.	1. 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 (Deggenndorf, Germany, 16-18 Sept., 2020). IEEE, 2020. P.647-650 (Scopus) (обсяг власних – 1 с.). Gonchar O., Zamkova N., Polishchuk I., Dovhan Yu., Sokolovska V. Oil and Fat Business of Ukraine: Marketing Orientation for Achieving Competitive Advantages. European Journal of Sustainable Development, 2020, 9, 4, P. 261-272. (Web of Science) (обсяг власних – 3 с.). Gonchar O.I., Polishchuk I.I. Synergic approach in marketing potential management of the enterprise. Науковий вісник Полісся. 2017. №3(11). С. 29-33. (фахове видання, Web of Science) (обсяг власних – 3 с.). Поліщук І.І. Фактори розвитку маркетингового потенціалу підприємства. Науковий вісник Полісся. 2016. № 2 (6). С. 97 – 102. (фахове видання, Web of Science). 2. Поліщук І.І., Громова О.Є., Довгань Ю.В. Логістизація маркетингової діяльності олійно-жирових підприємств харчової галузі. Регіональна бізнес-економіка та управління. 2020. №1 (65). С.43-50. (фахове видання) (обсяг власних – 3 с.). Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Маркетингові аспекти управління олійно-жировими підприємствами. Вісник Херсонського національного технічного університету. №2(73). 2020. С.93-100. (фахове видання) (обсяг власних – 4 с.). Поліщук І.І., Ліпковська К.А., Сівакова К.О. Моніторинг маркетингової діяльності підприємства. Інфраструктура ринку. 2019. Випуск 32. С. 184–191. (фахове видання) (обсяг власних – 3 с.) 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	Instytut Miedzynarodowej Wspolotary Akademickiej I Naukowej, IIASC – Інститут Міжнародної Академічної та Наукової Співпраці, WSDSAC Wyższe Seminarium Duchowne. Stowarzyszenia Apostolstwa Katolickiego, Польща, Варшава, сертифікат KW-122020/021, тема: «Наукове стажування «Академічна добросесність», 2020 р.; Вінницький національний технічний університет, заплановано, 2021 р.; 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.;	П.п.1. Наукові публікації зазначені в колонці 6. П.п.2. Наукові публікації зазначені в колонці 6. П.п.3. Навчальні посібники, монографії зазначені в колонці 6. П.п.7. Робота у складі експертної групи Національної агенції із забезпечення якості вищої освіти: Експерт з акредитації освітніх програм (Затверджено Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти «08» листопада 2019 р). П.п.8. Дані зазначено в колонці 6. П.п.10. Організаційна робота зазначена у колонці 2. П.п.11. Участь в атестації наукових кадрів як офіційного опонента та члена постійної спеціалізованої вченої ради зазначена в колонці 6. П.п.13. Методичні видання: Поліщук І.І., Соколюк К.Ю. Маркетинг. Методичні рекомендації до самостійної роботи. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019. 27 с. (обсяг власних – 15 с.). Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Логістика. Методичні рекомендації до самостійної роботи. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 31 с. (обсяг власних – 20 с.). Поліщук І.І., Соколюк

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).
Поліщук І.І. Міжнародна інтеграція і розвиток маркетингового потенціалу промислових підприємств. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Економічні науки. 2017. №4. С. 152-158. (фахове видання).
Поліщук І.І., Мала А.Л. Маркетингові ризики застосування інновацій на вітчизняних машинобудівних підприємствах. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. №9. С.392-395. (фахове видання) (обсяг власних – 2 с.).
З. Танасійчук А.М., Поліщук І.І., Громова О.Є., Бондаренко В.М., Гевчук А.В., Поліщук Н.В. Маркетинг. Навчальний посібник. Вінниця. ТОВ «Меркьюрі-Поділля». 2019. 292 с. (лист № 1/11-232-86 від 03.07.2019) (обсяг власних – 70 с.).
Замкова Н.Л., Поліщук І.І., Буга Н.Ю., Соколюк К.Ю. Поведінка споживачів. Навчальний посібник. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2018. 200 с. (навчальний посібник) (обсяг власних – 50 с.).
Бондаренко В.М., Поліщук І.І., Шарко В.В. Маркетинговий менеджмент: Навчальний посібник. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2016. 224 с. (навчальний посібник) (обсяг власних – 75 с.).
Поліщук І.І., Коновал В.В., Середницька Л.П. Маркетинговий потенціал: стратегічні орієнтири розвитку: монографія. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 284 с. (обсяг власних – 120 с.).
Поліщук І.І. Маркетинговий потенціал в системі управління підприємством. Монографія. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2018. 353 с. (монографія).
Поліщук І.І. Позиціонування маркетингового потенціалу в системі управління підприємством. Структурна модернізація економіки: прогностичні сценарії та перспективи розвитку регіону. Монографія / за заг. ред. М. В. Шарко. Херсон : ПП Вишемирський В.С., 2018. С. 189–197. (колективна монографія).
Поліщук І.І. Теоретичні засади управління маркетинговим потенціалом підприємства в

К.Ю. Моделювання фінансово-господарської діяльності підприємства: Завдання до лабораторних занять. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019. 78 с. (обсяг власних – 60 с.).
П.п.14. Керівництво студентом, який зайняв призове місце зазначено в колонці 6.;
П.п.15. Науково-популярні та дискусійні публікації з наукової та професійної тематики зазначені в колонці 6
П.п.16. Участь у професійному об'єднанні за спеціальністю: Член ГО «Українська Асоціація Маркетингу», Член ГО «Об'єднання маркетологів України», Академік Академії економічних наук України зі спеціальності «Маркетинг».

сучасних умовах. Монографія / за заг. ред. Г. М. Тарасюк. Житомир : ЖДТУ, 2017. С. 132–140. (колективна монографія).
Polishchuk I.I. Management of marketing potential of the enterprise as an anti-crisis means of influence on final results of its activities. Socio-economic problems of management: theory and practice. Collective monograph. Verlag SWG imex GmbH, Nürnberg, Deutschland, 2016. 92 p. С. 63-72. (закордонна колективна монографія).
Поліщук І. Клієнтоорієнтований підхід в управлінні маркетинговим потенціалом промислових підприємств. Education and economics: knowledge-education-development. Monograph (Second edition, revised and expanded) / ed. by M. Voynarenko, T. Trocikowski. Wloclawek-Kaniewo, 2016. P. 180–184. (закордонна колективна монографія).

8. Науково-дослідна тема: «Маркетинг в умовах міжнародної диверсифікації бізнес-діяльності підприємства», 2018-2021. Державний реєстраційний номер 0118U003231. Відповідальний виконавець.
Науково-дослідна тема: «Розвиток маркетингового потенціалу підприємства», 2016-2018. Державний реєстраційний номер – 0116U003745. Науковий керівник.
Науково-дослідна тема: «Моніторингова діяльність підприємства на ринку послуг зв'язку», 2015. Державний реєстраційний номер – 0114U001548. Науковий керівник.

14. III Всеукраїнський конкурс дипломних робіт (випускних кваліфікаційних робіт) зі спеціальності «Маркетинг». (Хмельницький національний університет, м. Хмельницький, 2020) – Богацька І. – Диплом III ступеня.
II Всеукраїнський конкурс дипломних робіт (випускних кваліфікаційних робіт) зі спеціальності «Маркетинг» (Хмельницький національний університет, м.Хмельницький, 13 квітня 2018) – Блажкевич Т.В. – Диплом III ступеня.
Всеукраїнський конкурс наукових студентських робіт з маркетингової логістики – Маковей О.І. – Диплом за III місце, 2017 р.
Всеукраїнський конкурс дипломних робіт студентів ВНЗ зі спеціальності «Маркетинг» – Іскри Т.І. – Диплом за II ступеня, 2017 р.

11. Офіційний опонент (Педан М.Л.).
Спеціалізована вчена рада Хмельницького національного університету, «Стратегічний маркетинг ЗЕД підприємства на сегментних ринках СOT» 2020 р.

					<p>Офіційний опонент (Панькова К.В.). Спеціалізована вчена рада Хмельницького національного університету, «Формування системи інформаційного забезпечення маркетингової діяльності підприємства» 2018 р.</p> <p>Офіційний опонент (Войнаренко С.М.). Спеціалізована вчена рада Одеського національного політехнічного університету, «Формування рекламної стратегії в маркетинговій політиці підприємств мобільного зв'язку» 2016 р.</p> <p>15. Поліщук І., Гончар О., Довгань Ю. Особливості моніторингу зовнішнього середовища на засадах маркетингового аналізу. Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. Словаччина. 2020. №8. Том 4. С. 60-63. (обсяг власних - 2 с.) Поліщук І.І., Гончар О.І., Буга Н.Ю., Соколюк К.Ю. Удосконалення організації маркетингових досліджень в управлінні потенціалом промислового підприємства. Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. 2018. №6. Т. 4. С.122-128. (обсяг власних – 3с.) Поліщук І.І. Комплаєнс підхід в управлінні маркетинговим потенціалом підприємства. Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України : тези доп. XIII міжнар. наук.-практ. конф. (Хмельницький – Кам.-Подільський, 29 листоп. – 1 груд. 2018 р.). Хмельницький : ХНУ, 2018. С. 223–225. Поліщук І.І. Оцінювання в системі в управлінні маркетинговим потенціалом підприємства. Управління соціально-економічним розвитком держави та регіонів : зб. матеріалів XII Міжнар. наук.-практ. конф., (Запоріжжя, 26–27 квіт. 2018 р.). Запоріжжя : ЗНУ, 2018. С. 356–358. Поліщук І.І. Інструменти маркетингового потенціалу у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. Інформація та соціум : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (Вінниця, 8 черв. 2018 р.). Вінниця: ДНУім. В.Стуса (м. Вінниця). С. 34–39.</p>		
Пчелянська Галина Олегівна	Доцент	Вінницький державний аграрний університет (2003р., спеціальність - «Менеджмент організацій», кваліфікація - менеджер-економіст);	Кандидат економічних наук, спеціальність - 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством», тема дисертації: «Інфраструктура аграрного ринку у формуванні цін на сільськогосподарську	1. Маркетингова товарна та цінова політики - 22 год. 2. Логістичний менеджмент - 28 год. 3. Маркетинговий аналіз - 8 год. 4. Маркетингова цінова політика - 74 год. Разом: 132 год.	1. 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 . (Scopus) (обсяг власних - 4 с.). 2. Пчелянська Г.О., Головчук Ю.О. Вплив інституційних факторів на маркетингове	Instytut Badawczo-Rozwojowy Lubelskiego Parku Naukowo Technologicznego, Lublin, Republic of Poland, certificate ES №0968/2020, тема: «International skills development (the webinar) on the theme «The cloud storage service for the online	П.п.1.Наукова публікація зазначена у колонці 6. П.п.2. Наукові публікації зазначені в колонці 6. П.п.3. Монографія зазначена у колонці 3. П.п.4. Наукове керівництво здобувачем наукового ступеня зазначено у колонці 6.

продукцію», доцент кафедри аграрного менеджменту.

ціноутворення органічної продукції Причорноморські економічні студії. 2020. Вип.49. С.83-87. (фахове видання) (обсяг власних - 3 с.).
Пчелянська Г.О., Дибчук Л.В. Маркетингового-логістична модель дистрибуції на продовольчому ринку. Проблеми економіки. 2019. №3. С.20-31. (фахове видання)(обсяг власних - 6 с.).
Пчелянська Г.О. Маркетингові підходи до формування агропродовольчого ринку. Бізнес Інформ. 2019. №2. С. 202–208. (фахове видання).
Пчелянська Г.О. Формування інфраструктури продовольчої безпеки. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2018. №4. С. 68-81 (фахове видання).
Пчелянська Г.О. Роль України у формуванні світової продовольчої безпеки. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2017. №12. С. 80-90. (фахове видання).
3. Pchelianska G., Dybchuk L., Holovchuk Y. Logistics infrastructure of the food market. Organizational-economic mechanism of management innovative development of economic entities: collective monograph / edited by M. Bezpartochnyi, in 3 Vol. / Higher School of Social and Economic. Przeworsk: WSSG. 2019. Vol.3. P. 170-179. (зарубіжна колективна монографія) (обсяг власних – 5 с.).
8. Науково-дослідна тема: «Маркетинг взаємодії в управлінні інноваційною діяльністю підприємства», 2019-2021. Державний реєстраційний номер – 0119U100086. Виконавець.
14. IV Міжнародний конкурс наукових студентських робіт з логістики - Тисленко Г.Є. Диплом за III місце, 2020 р.
4. Наукове керівництво Кошельник В.М., науковий ступінь - к.е.н., тема дисертації: Розвиток сільськогосподарських підприємств в умовах трансформації відносин власності, 2015.
15. Пчелянська Г.О. Маркетингова концепція збалансованого розвитку та її значення в сучасних умовах розвитку ринку. Напрями економічного зростання та інноваційного розвитку підприємства. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених 16 квітня 2020 р. Кропивницький : РВЛ ЦНТУ, 2020. С.49-

studying on the example of the ZOOM platform»», 2020 р.;
Вінницький національний технічний університет, посвідчення №08-33-03, тема: «Логістичний менеджмент», 2019 р.;
University of Central Europe, Academic Society of Michal Baludansy, Jasna-Presov-Kosice , certificate № 48/03-2019, тема: «Modern teaching methods and innovative technologies in higher education», 2019 р.;

П.п.8. Дані зазначено в колонці 6.
П.п.13. Методичні видання: Пчелянська Г.О. Логістичний менеджмент. Методичні рекомендації до самостійної роботи. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2019. 34 с. Пчелянська Г.О. Логістичний менеджмент. Завдання до практичних занять . Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2019. 70 с. Пчелянська Г.О. Маркетинговий аналіз. Методичні рекомендації до самостійної роботи. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 33 с.
П.п.14. Керівництво студентом, який зайняв призове місце зазначено в колонці 6.;
П.п.15. Науково-популярні та дискусійні публікації з наукової та професійної тематики зазначені в колонці 6.
П.п.16. Участь у професійному об'єднанні за спеціальністю: Член ГО «Українська Асоціація Маркетингу».

					<p>51. Пчелянська Г.О. Маркетинговий підхід до визначення поведінки споживачів. Наука та освіта в дослідженнях молодих учених [Електронне видання] : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. для студентів, аспірантів, докторантів, молод. учених, Харків, 14 трав. 2020 р., Харків. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди ; [редкол.: Ю. Д. Бойчук (голов. ред) та ін.]. Харків, 2020. С.285-287.</p> <p>Пчелянська Г.О. Розвиток інтернет-маркетингу в ринкових умовах. Інституціональне забезпечення розвитку споживчого ринку регіону: Міжнародна науково-практична конференція викладачів та практичних працівників, Вінниця, 22 квітня 2020 р.: [редкол.: Л.А. Прищук [та ін.]. Вінниця: Вінницький кооперативний інститут, 2020. С.99-101.</p> <p>Пчелянська Г.О. «Зелений маркетинг» на ринку органічної продукції в умовах євроінтеграції. Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: Збірник наукових праць VI Міжнародної науково-практичної конференції. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019. Ч3. С. 126-155.</p> <p>Пчелянська Г.О. Маркетингово-логістичний підхід до управління підприємством в сучасних умовах. Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій: матеріалів II Всеук. наук.-практ. Інтернет-конф. (1 листопада 2019 р.). Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2019. 220 с. С.179-181.</p>	
Середницька Людмила Петрівна	Старший викладач	Київський торгово-економічний інститут (1979р., спеціальність - «Товарознавство і організація торгівлі промисловими товарами», кваліфікація - товарознавець вищої категорії); Педагогический факультет Московского ордена Дружбы народов кооперативного института Центросоюза (1982р., спеціальність - «Технология торговых процессов», кваліфікація - преподаватель кооперативного техникума);	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ярмаркова та виставкова діяльність - 4 год. 2. Управління продажем та мерчандайзинг - 102 год. 3. Маркетинг послуг - 66 год. 4. Маркетингова товарна та цінова політики - 0 год. 5. Маркетингова товарна політика - 2 год. <p>Разом: 174 год.</p>	<p>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. 525-5 312 Doi: 10.14207/ejsd.2020.v9n2p467 Thompson Reuters (Web of Science).</p> <p>2. Середницька Л.П., Ковінько О.М. Інноваційні напрямки сучасної упаковки товару. Приазовський економічний вісник. 2018. № 2 (07). С. 58 – 62. (фахове видання) (обсяг власних – 2 с.).</p> <p>Середницька Л.П., Чорноконь С.М. Мерчандайзинг, як ефективний інструмент впливу на поведінку споживачів. Інфраструктура ринку. 2018. № 25. С.556-561. (обсяг власних – 3 с.).</p> <p>Середницька Л.П., Гуменна Т.В. Пріоритетні напрямки розвитку туристичних послуг України. Економіка та суспільство. 2018. № 18. С.695-701. (фахове видання) (обсяг власних – 3 с.).</p>	<p>Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, сертифікат НВ №02125294/001-19 БО, тема: «Реклама», 2019 р.;</p>	<p>П.п.1. Наукова публікація зазначена у колонці 6.</p> <p>П.п.2. Наукові публікації зазначені в колонці 6.</p> <p>П.п.3. Монографія зазначена у колонці 6.</p> <p>П.п.8. Дані зазначено в колонці 6.</p> <p>П.п.13. Методичні видання: Середницька Л.П. Мерчандайзинг. Завдання до практичних занять. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2018. 62 с. Середницька Л.П., Пчелянська Г.О. Маркетингова товарна та цінова політики. Методичні рекомендації до самостійної роботи. Вінниця: Видавничо-редакційний</p>

Середницька Л.П., Волинець В.В. Інноваційні технології в логістичній системі. Економіка та суспільство. 2018. № 19. С.617-621. (фахове видання) (обсяг власних – 3 с.).
Середницька Л.П., Гега Р.В. Виставково-ярмаркова діяльність в системі маркетингових комунікацій. Економіка та суспільство. 2017. №13. С. 716-721. (фахове видання) (обсяг власних – 4 с.).
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. (обсяг власних – 82 с.).

8. Науково-дослідна тема: «Маркетинг взаємодії в управлінні інноваційною діяльністю підприємства», 2019-2021. Державний реєстраційний номер – 0119U100086. Виконавець.
Науково-дослідна тема: «Розвиток маркетингового потенціалу підприємства», 2016-2018. Державний реєстраційний номер – 0116U003745. Виконавець.

14. Керівництво науковим гуртком «Маркетингові інновації».

15. 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.
Ковінько О.М., Мудрик О.П., Середницька Л.П. Інституціональні основи розвитку теорії міжнародних маркетингових досліджень. Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky, 2017. №5. Випуск 6. С.111-116 (обсяг власних – 2 с.).
Середницька Л.П., Косолапова О.В. Мерчандайзинг як невід’ємна складова сучасної торгівлі. Менеджмент XXI століття: сучасні моделі, стратегії, технології: IV Всеукраїнська науково-практична Інтернет-конференція, 2017. Хмельницький: Хмельницький національний університет. С. 22-24. (обсяг власних – 2 с.).
Середницька Л.П., Маслюк Ю.В. Сучасний стан та перспективи розвитку маркетингової діяльності закладів ресторанного господарства. Молодий вчений. 2017. №10 (50). С. 750-754. (обсяг власних – 3 с.).
Середницька Л.П., Гудима Н.В. Мерчандайзинг як інструмент впливу на

відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 48 с. Середницька Л.П. Управління продажем та мерчандайзинг. Методичні рекомендації до самостійної роботи. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2020. 42.
П.п.14. Керівництво студентським науковим гуртком зазначено в колонці 6.;
П.п.15. Науково-популярні та дискусійні публікації з наукової та професійної тематики зазначені в колонці 6.
П.п.16. Участь у професійному об’єднанні за спеціальністю: Член ГО «Українська Асоціація Маркетингу».

					покупця. Молодий вчений. 2017. №10 (50). С. 1045-1048. (обсяг власних – 2 с.).		
Скорук Олена Петрівна	Доцент	Вінницький державний сільськогосподарський інститут (1997р., спеціальність - «Аграрний менеджмент», кваліфікація - економіст-організатор сільськогосподарського виробництва); Вінницький державний сільськогосподарський інститут (1999р., спеціальність - «Менеджмент організацій», кваліфікація - магістр з менеджменту);	Кандидат економічних наук, спеціальність - 08.02.03 «Організація управління, планування і регулювання економікою», тема дисертації: «Управління трудовими ресурсами в сільському господарстві регіону», доцент кафедри організації агробізнесу.	1. Маркетинг - 78 год. 2. Кризові комунікації - 22 год. 3. Медіапланування - 30 год. 4. Маркетингова товарна політика - 64 год. Разом: 194 год.	Скорук О.П. Можливості виробництва та доцільність вико-ристання біоетанолу в Україні. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2019. № 6. С.49-55 (фахове видання). Скорук О.П. Виробництво та перспективи використання ринку біопалива у Вінницькій області. Облік і фінанси. №2. 2017. С.153 - 162. (фахове видання). Скорук О.П. Проведення розрахунку ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств. Всеукраїнський науково-виробничий журнал: Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики». Вип. 9 (25). 2017. С. 148-160 (фахове видання). Скорук О.П. Майданик І.С. Формування стратегії управління потенціалом біоресурсів підприємств регіону. Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Економіка, Фінанси, Менеджмент: актуальні питання науки та практики». Вип 8(12). 2016. С. 63-72 (фахове видання) (обсяг власних – 5 с.) З. Калетник Г.М., Скорук О.П., Токарчук Д.М. Організація і економіка використання біоресурсів 2-ге видання, перероблене і доповнене: підручник. Вінниця: РВВВ ВНАУ, 2020. 448 с. (підручник) (обсяг власних-170с.) Калетник Г.М., Скорук О.П., Токарчук Д.М. Організація і економіка використання біоресурсів: підручник. Вінниця: РВВВ ВНАУ, 2018. 297 с. (підручник) (обсяг власних-145с.) Скорук О.П. Організаційно-економічні засади організації біопаливного виробництва у Вінницькій області. Соціально-гуманітарні науки та управління в умовах глобалізаційних проблем сучасного людства: монографія. Кіровоград: ПП «Ексклюзив систем», 2016. С. 184-220. (колективна монографія).	Всеукраїнський науково-навчальний консорціум, сертифікат №2/2017, тема: «Науково-практичний досвід формування інноваційного змісту підготовки фахівців з урахуванням досягнень науки, техніки і технології та впровадження результатів науково-дослідної роботи у виробництво», 2017 р.;	П.п.3. Підручники і монографія зазначені в колонці 6. П.п.13. Методичні видання: Скорук О.П. Аграрна політика та земельні відносини. Методичні вказівки до виконання практичних робіт для студентів інженерно-технологічного факультету спеціальності 208 «Агроінженерія» форма навчання денна та заочна. Вінниця: ОЦ ВНАУ, 2019. 118 с. Скорук О.П. Інженерний менеджмент. Методичні вказівки до виконання самостійної роботи для студентів інженерно-технологічного факультету спеціальності 208 «Агроінженерія» форма навчання денна та заочна. Вінниця: ОЦ ВНАУ, 2019. 34 с. Скорук О.П. Інженерний менеджмент. Методичні вказівки до виконання практичних робіт для студентів інженерно-технологічного факультету спеціальності 208 «Агроінженерія» форма навчання денна та заочна. Вінниця: ОЦ ВНАУ, 2019. 166 с.
Танасійчук Альона Миколаївна	Професор, керівник Бізнес школи ВТЕІ КНТЕУ	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 -	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», доцент кафедри	1. Міжнародний маркетинг - 44 год. 2. Маркетингові дослідження - 108 год. 3. Рекламний та PR-менеджмент - 10 год. 4. Бренд-менеджмент - 6 год. 5. Аутсорсинг в маркетингу - 4 год. Разом: 172 год.	1. 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. (Thompson Reuters -Web of Science; іноземне видання) (обсяг власних – 2 с.). Tanasiichuk A., Kovalchuk Sv., Hromova O., Hryhorenko I., Fedortsova O. Evaluation of the Convergence of International Markets for Agricultural Enterprises of Ukraine under International Diversification Conditions. Italy.	Instituto Miedzynarodowej Wspolotacy Akademickiej I Naukowej, IIASC – Інститут Міжнародної Академічної та Наукової Співпраці, WSDSAC Wyzsze Seminarium Duchowne. Stowarzyszenia Apostolstwa Katolickiego, Польща, Варшава, сертифікат, тема: «Наукове стажування «Академічна добросесність: виклики сучасності», 2019	П.п.1. Наукові публікації зазначені в колонці 6. П.п.2. Наукові публікації зазначені в колонці 6. П.п.3. Навчальний посібник і монографія зазначені в колонці 6. П.п.7. Робота у складі експертної групи Національної агенції із забезпечення якості вищої освіти: Експерт з акредитації освітніх

бухгалтер-економіст);

товарознавства та маркетингу.

European Journal of Sustainable Development. 2020. Vol 9, No 2. p. 467-487 (Thompson Reuters -Web of Science; іноземне видання) (обсяг власних – 2 с.).
Stoyan Radev Koev, Moroz I., Mushynska N., Kovin'ko O. (Tanasiichuk A.), Kovalchuk Sv. Features of building a managerial career based on entrepreneurship education. Journal of Entrepreneurship Education. 2019 Vol: 22 Issue: 1S. URL: <https://www.abacademies.org/articles/Features-of-building-a-managerial-career-1528-2651-22-S1-360.pdf>. (Scopus) (обсяг власних – 2 с.).
Tanasiichuk A., Hromova O., Abdullaieva A., Holovchuk Y., Sokoliuk K. Influence of transformational economic processes on marketing management by an international diversified conglomerate enterprise. European journal of sustainable development. European center sustainable development, Italy. 2019. Vol. 8, No 3. P. 448-455. (Web of Science Core Collection) (обсяг власних – 2 с.).
Танасійчук А.М. (Ковінько О.М.). Програма маркетингу як передумова міжнародної диверсифікації бізнес-діяльності аграрних підприємств України. Науковий вісник Полісся. №2(6). Чернігів: ЧНТУ, 2017. С. 97-102. (фахове видання, Web of Science).
2. Танасійчук А.М., Сіренко С.О., Пневський В.В. Формування стратегії просування бренду засобами цифрового маркетингу. Україна. м. Дніпро. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2020. № 24. С. 161 – 167. (фахове видання) (Index Copernicus) (обсяг власних – 4 с.).
Танасійчук А.М., Шуневич В.А. Маркетингові дослідження ринку корейської косметики в Україні. Україна. м. Дніпро. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2020. №25. С. 292 – 299. (фахове видання) (Index Copernicus) (обсяг власних – 5 с.).
Танасійчук А.М., Дячук М. В., Ваколюк А. І. Маркетинговий аналіз ринку олійного насіння та плодкових маслин. Україна. м. Дніпро. Modern Economics. 2019. №18. С. 197-201. (фахове видання) (Index Copernicus) (обсяг власних – 3 с.).
Танасійчук А.М., Середницька Л.П., Габрид А.І. Особливості формування сучасного ринку мінеральної води. Україна. м. Дніпро. Modern Economics. 2020. №19. С. 178-182. (фахове видання) (Index Copernicus) (фахове видання) (обсяг власних - 3 с.).
Танасійчук А.М., Сіренко С.О., Громова О.Є. Засоби просування бренду в умовах рецесії. Ефективна економіка. 2020. № 5. (фахове видання) (Index Copernicus) (обсяг власних – 3 с.).

р.;
Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, сертифікат НВ №02125094/046-18 БО, тема: «Некомерційна реклама», 2018 р.;

програма (Затверджено Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти «26» січня 2021 р).
П.п.8. Дані зазначено в колонці 6.
П.п.10. Організаційна робота зазначена у колонці 2.
П.п.13. Методичні видання: Танасійчук А.М. (Ковінько О.М.) Бренд-менеджмент: Методичні рекомендації до самостійної роботи. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 84 с.; Танасійчук А.М. (Ковінько О.М.) Бренд-менеджмент: Завдання до практичних занять. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 69 с. Танасійчук А.М. (Ковінько О.М.) Маркетингові дослідження. Опорний концепт. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2017. 62 с.
П.п.14. Керівництво студентами, які зайняли призові місця зазначено в колонці 6.;
П.п.15. Науково-популярні та дискусійні публікації з наукової та професійної тематики зазначені в колонці 6.
П.п.16. Участь у професійному об'єднанні за спеціальністю: Голова ГО Вінницької обласної організації «Українська Асоціація Маркетингу», Голова Вінницького Регіонального Представництва Індустріального Гендерного Комітету з Реклами, Член Експертної ради з питань запобігання та протидії дискримінації за ознакою статі при

3. Танасійчук А.М., Поліщук І.І., Громова О.Є., Бондаренко В.М., Гевчук А.В., Поліщук Н.В. Маркетинг. Навчальний посібник. Вінниця. ТОВ «Меркьюрі-Поділля». 2019. 292 с. (лист № 1/11-232-86 від 03.07.2019) (обсяг власних – 60 с.).
 Бондаренко В.М., Танасійчук А.М. (Ковінько О.М.), Соколюк К.Ю. Маркетинг інвестицій регіонального розвитку. Монографія. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 280 с. (монографія) (обсяг власних – 90 с.).
 Танасійчук А.М. (Ковінько О.М.) Маркетинг в умовах міжнародної диверсифікації бізнес-діяльності: Монографія. К.: КНЕУ, 2017. 423 с. (монографія).

8. Науково-дослідна тема: «Маркетинг в умовах міжнародної диверсифікації бізнес-діяльності підприємства», 2018-2021. Державний реєстраційний номер - 0118U003231. Науковий керівник.

14. XV Український студентський фестиваль реклами (листопад 2020р.) - Вдовцов Р.І. - Диплом III ступеня
 Всеукраїнський конкурс наукових робіт з маркетингу (ТНЕУ, м.Тернопіль, 12 квітня 2019р.) – Берцун І.С. – Диплом III ступеня
 III Всеукраїнський конкурс дипломних робіт (випускних кваліфікаційних робіт) зі спеціальності «Маркетинг» (Хмельницький національний університет, м. Хмельницький, 13 квітня 2019) – Барчук О. – Диплом III ступеня
 Олімпіада з спеціальності «Маркетинг» (Одеський національний технічний університет, м. Одеса, 4-5 квітня 2019) – Пневський В. – Диплом III ступеня
 II Всеукраїнський конкурс дипломних робіт (випускних кваліфікаційних робіт) зі спеціальності «Маркетинг» (Хмельницький національний університет, м.Хмельницький, 13 квітня 2018) – Танасієнко О.В. – Диплом III ступеня.
 6 Всеукраїнський студентський конкурс торговельної реклами (м. Київ 7 листопада 2018 року) – Солоднюк Ю., Герасимов Д. – Диплом II ступеня.
 8 Регіональний конкурс рекламних проєктів (м. Хмельницький, 15 листопада 2018 року) – Бензелюк К., Гуменна Т., Захарук К., Марченко В., Корнієнко О. – Диплом I ступеня.
 8 Регіональний конкурс рекламних проєктів (м. Хмельницький, 15 листопада 2018 року) – Солоднюк Ю.О., Герасимов Д.І. – Диплом

Департаменті соціальної та молодіжної політики Вінницької обласної державної адміністрації, експерт з оцінювання реклами. Експерт Вінницького Регіонального Представництва Індустріального Гендерного Комітету з Реклами з оцінки наявності порушення «Стандарту недискримінаційної реклами» в рекламній продукції. Голова робочої групи з розробки професійних стандартів за кодом 2419 «Професіонали у сфері маркетингу»: «Рекламист». Член журі Всеукраїнського конкурсу дипломних робіт з маркетингу. Член ГО «Української Асоціації Маркетингу». Член редакційної колегії №СРВ-А 2617-7064.05 міжнародного наукового журналу «ЛОГО. Мистецтво наукової думки» ГО «Європейська наукова платформа»; Рецензент видання Академії Міжнародного бізнесу (Academy of International Business (AIB)), міжнародного журналу «Journal of International Business Policy».

I ступеня.

Керівник Бізнес-школи ВТЕІ КНТЕУ.

15. Танасійчук А.М., Середницька Л.П., Уманець В.О. Гносеологічний аналіз наукових підходів до формування теорії міжнародного маркетингу. Словаччина. Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. 2019. №4. Том 7. С. 104-110. (обсяг власних – 2 с.).

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 – 2 с.).

Танасійчук А.М. (Ковінько О.М.) Діяльність Вінницького Регіонального представництва ІПКР. Маркетинг в Україні. Київ. Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана. УАМ. 2019. № 1 (112). С. 61-62

Танасійчук А.М. (Ковінько О.М.), Осаволук І.В., Маценко А.А. Аналіз розвитку інтернет-реклами в Україні. Молодий вчений. 2017. №12. С. 136-139. (обсяг власних – 2 с.).

Танасійчук А.М. (Ковінько О.М.)

Конвергенція як передумова виходу товарів на нові ринки. Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: Збірник наукових праць IV Міжнародної науково-практичної конференції. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2016. Ч.2. С.29-41.