

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

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

<b>РЕЗЮМЕ ВИКЛАДАЧА</b>	
<b>1. Ідентифікатори автора</b>	<a href="https://scholar.google.com.ua/citations?user=qZt13oIAAAAJ&amp;hl=uk">https://scholar.google.com.ua/citations?user=qZt13oIAAAAJ&amp;hl=uk</a> <a href="https://scholar.google.com.ua/citations?user=qZt13oIAAAAJ&amp;hl=uk&amp;oi=sra">https://scholar.google.com.ua/citations?user=qZt13oIAAAAJ&amp;hl=uk&amp;oi=sra</a> <a href="https://orcid.org/0000-0002-7730-0963">https://orcid.org/0000-0002-7730-0963</a>
<b>2. Освіта та кваліфікація</b>	<p>У 1979 р. закінчила Київський торгово-економічний інститут за спеціальністю «Товарознавство і організація торгівлі промисловими товарами», класифікація – товарознавець вищої кваліфікації.</p> <p>У 1982 р. закінчила Московський орден Дружби народів кооперативний інститут Центроспівки за спеціальністю «Технологія торгових процесів», кваліфікація – викладач кооперативних технікумів.</p>
<b>3. Підвищення кваліфікації</b>	Підвищення кваліфікації у Вінницькому державному педагогічному університеті ім. Михайла Коцюбинського, кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, 2019 р. Сертифікат НВ №02125094
<b>4. Міжнародний досвід</b>	–
<b>5. Особисті нагороди</b>	–
<b>6. Перелік найвагоміших праць</b>	<p><b>1. Монографія:</b> Поліщук І.І., Середницька Л.П., Коновал В.В. Маркетинговий потенціал: стратегічні орієнтири розвитку. Монографія. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТУІ КНТЕУ, 2020. 284 с.</p> <p><b>2. Підручники –</b></p> <p><b>3. Навчальні посібники –</b></p> <p><b>4. Статті у фахових виданнях, матеріали конференцій:</b></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. 525-5312i Doi: 10.14207/ejsd.2020.v9n2p467 Thompson Reuters (Web of Science).</p> <p>2. Середницька Л.П., Танасійчук А.М., Особливості формування сучасного ринку мінеральної води. <i>Modern Economics</i>. 2020. №19. С. 178-182. (фахове видання).</p> <p>3. Середницька Л.П., Головчук Ю.О. Виставково-ярмаркові заходи як складові формування партнерських відносин. Україна.</p>

	<p><i>Агросвіт</i>. 2020. № 4. С. 61–98. (фахове видання).</p> <p>4. Середницька Л.П., Головчук Ю.О., Інтеграція інформаційно-комунікаційних технологій у систему підвищення якості співпраці підприємств зі споживачами. Україна. <i>Бізнес Інформ</i>. 2020. №4. (електронне фахове видання).</p> <p>5. Середницька Л.П., Головчук Ю.О. Бенчмаркінг у стратегічному управлінні інноваційним розвитком підприємства., <i>Бізнес Інформ</i>. 2020. № 5. (електронне фахове видання).</p> <p>6. Середницька Л.П., Головчук Ю.О. Маркетингова товарна політика - інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства. <i>Агросвіт</i>. 2020. № 1. С. 61–68 (фахове видання).</p> <p>7. 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: Економічні науки. 2019. №5. С. 233-238. (фахове видання).</p> <p>8. Середницька Л.П., Танасійчук А.М. Світовий досвід розвитку екологічно чистої упаковки товарів. <i>Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського</i>. Серія: Економіка і управління. Том 30 (69). № 6, 2019 Частина 2. С. 94-98. (фахове видання).</p> <p>9. 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). С. 89 – 94. (фахове видання) (обсяг власних-3с. );</p> <p>10. Середницька Л.П., Ковінько О.М. (Танасійчук А.М.) Формування заходів впливу на споживача засобами інноваційного пакування. <i>Інфраструктура ринку</i>. 2019. №28. С. 218 – 223. (фахове видання) (обсяг власних-3с. )</p> <p>11. Середницька Л.П., Танасійчук А.М., Уманець В.О. Гносеологічний аналіз наукових підходів до формування теорії міжнародного маркетингу. Словаччина. <i>Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky</i>. 2019. №10. Том 2. С. 30-35. (обсяг власних-2с. ).</p> <p>12. Середницька Л.П. Мерчандайзинг, як ефективний інструмент впливу на поведінку споживачів. <i>Інфраструктура ринку</i>. 2018. №25. (електронне фахове видання) (обсяг власних-6с.).</p> <p>13. Середницька Л.П., Ковінько О.М. (Танасійчук А.М.). Інноваційні шляхи впровадження корпоративних зв'язків з громадськістю на підприємстві. <i>Ефективна економіка</i>. 2018. № 12. (фахове видання) (обсяг власних-3с.);</p> <p>14. Середницька Л.П., Ковінько О.М. Інноваційні напрями сучасної упаковки товару. <i>Приазовський економічний вісник</i>. 2018. №2 (07) С.58-62. (електронне фахове видання)(обсяг власних-2с. )</p> <p>15. Середницька Л.П. Пріоритетні напрямки розвитку туристичних послуг України. <i>Економіка та суспільство</i>, 2018. №18. (електронне фахове видання) (обсяг власних-4с.);</p> <p>16. Середницька Л.П. Інноваційні технології в логістичній системі. <i>Економіка та суспільство</i>. 2018.№19. (електронне фахове видання) (обсяг власних-6 с.)</p>
<p><b>7. Досвід роботи</b></p>	<p>З 2017 р. по сьогоднішній час працюю у ВТЕІ КНТЕУ на посаді старшого викладача кафедра маркетингу та реклами</p>