

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА


«Затверджено»  
Проректор з наукової та  
інноваційної діяльності, проф.  
Володимир Карпенко  
« 26 » \_\_\_\_\_ 2023 р.



**Інформація  
про наукову та інноваційну діяльність  
кафедри маркетингу  
за 2023 рік**

Звіти розглянуто і затверджено на засіданні кафедри  
(протокол №2 від «28» жовтня 2023 року)

Завідувач кафедри маркетингу  
д.е.н., професор Пенькова О.І.  
« 09 » 10 \_\_\_\_\_ 2023 р.



Умань – 2023

## 1. Узагальнена інформація щодо наукової та науково-технічної діяльності кафедри:

а) коротка довідка про кафедру;

Кафедра маркетингу факультету економіки і підприємництва працює у складі 8 НПП та 1 лаборанта. З них 1 – д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу, 7 - к.е.н., доцентів (з яких 1 - працює з вересня 2023р.).

Викладачі кафедри маркетингу приймають участь у роботі структурних підрозділів університету:

Цимбалюк Ю.А. – заступник декана факультету економіки і підприємництва;

Макушок О.В. – завідувач Міжрегіональним навчально-практичним центром розвитку сільських територій НКЦ "ПОД"

б) основні пріоритетні напрями наукової діяльності:

На кафедрі функціонує навчально-наукова лабораторія «Маркетингові рішення». Лабораторія є навчально-науковим підрозділом Уманського національного університету садівництва. Діяльність лабораторії спрямована на розробку й відстеження результатів реалізації програм і проектів економічного розвитку, надання комплексу різноманітних консультаційних послуг фізичним та юридичним особам, а також інших досліджень науково-прикладного характеру.

в) науково-педагогічні кадри:

№ п/п	Назва	Відповідальний, виконавець (і)
1	Маркетингові механізми забезпечення ефективного розвитку аграрної сфери України (протокол №8 від 18 травня 2021р.)	Пенькова О.Г. д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу
2	Удосконалення інфраструктури аграрного ринку та системи агропромислового маркетингу в умовах євроінтеграції (протокол №8 від 18 травня 2021р.)	Цимбалюк Ю.А. к.е.н., доцент, заступник декана факультету економіки і підприємництва з денної форми навчання
3	Теоретико-методологічні засади формування B2B маркетингу в умовах діджиталізації (протокол №8 від 18 травня 2021р.)	Макушок О.В. к.е.н., доцент, завідувач Міжрегіональним навчально-практичним центром розвитку сільських територій НКЦ "ПОД"
4	Ефективність функціонування та забезпечення розвитку підприємств АПК маркетинговими методами в умовах євроінтеграційних процесів (протокол №8 від 18 травня 2021р.)	Харенко А.О. к.е.н., доцент
5	Маркетингове забезпечення конкурентоспроможності підприємств (протокол №8 від 18 травня 2021р.)	Лементовська В.А. к.е.н., доцент
6	Формування ефективної системи просування продукції на ринку (протокол №8 від 18 травня 2021р.)	Корман І.І. к.е.н., доцент
7	Маркетингові підходи до дослідження та управління поведінкою споживачів (протокол №8 від 18 травня 2021р.)	Семенда О.В. к.е.н., доцент
8	Економічні механізми маркетингу в розвитку аграрних підприємств (протокол №2 від 28 жовтня 2023р.)	Бортник Т.І. к.е.н., доцент

г) кількість виконаних наукових робіт (державна, господарча тематика) та обсяги їх фінансування.

Виконання господарчої тематики кафедрою маркетингу у 2023 р. за договором №3/23 від 19.04.2023 з ПП «ЕнергоСервіс ДСК» на тему: «Обґрунтування напрямів рекламної діяльності ПП «ЕнергоСервіс ДСК» при виході на ринок комерційної нерухомості». Обсяг фінансування – становить 44100,00 грн. (Сорок чотири тисячі сто гривень нуль копійок) з ПДВ.

Керівник теми: доктор економічних наук, професор Пенькова О.Г.

Відповідальні виконавці: кандидат економічних наук, доцент Харенко А.О., кандидат економічних наук, доцент Макушок О.В., кандидат економічних наук, доцент Семенда О.В.

**Метою дослідження** є аналіз стану та тенденцій розвитку використання рекламних технологій на ринках комерційної нерухомості та розробка практичних рекомендацій щодо формування рекламної стратегії підприємства при виході на даний ринок.

**Об'єктом дослідження** є процеси формування і реалізації рекламних стратегій підприємств на ринку комерційної нерухомості.

**Предметом дослідження** є сукупність теоретичних, методичних та прикладних аспектів формування і реалізації рекламних стратегій підприємств.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає в обґрунтуванні методичного підходу до розроблення рекламних стратегій підприємств на ринку комерційної нерухомості, що, на відміну від існуючих, передбачає визначення їх базових елементів та етапів формування на основі аналізу етапу життєвого циклу підприємства на ринку, комплексної оцінки переваг та недоліків різних інструментів просування, з врахуванням практики їх застосування, що дає змогу визначити набір фінансових, організаційних, кадрових та технологічних передумов їх формування та успішної реалізації.

**Практичне значення одержаних результатів.** Пропозиції щодо впровадження окремих напрямів рекламної діяльності можуть використовуватися в практичній діяльності підприємств-учасників ринку комерційної нерухомості. Зокрема, розроблену рекламну стратегію для ПП «ЕнергоСервіс ДСК» на основі комплексного використання рекламних інструментів, дасть змогу ефективно позиціонувати підприємство на локальному ринку комерційної нерухомості м. Умані та Уманського району. Запропоновані авторами підходи дають можливість завоювати та збільшувати ринкову частку підприємства завдяки активному використанню сучасних методів просування послуг на ринку.

**Рекомендації ПП «Енергосервіс ДСК» щодо напрямів рекламної діяльності при виході на ринок комерційної нерухомості**

1. На організацію рекламної діяльності підприємства при виході на новий ринок, в межах диверсифікації бізнес-діяльності, впливає цілий ряд передумов, основними із яких є фінансові, інформаційні, кадрові та організаційні. З урахуванням локального характеру ринків нерухомості головною передумовою успішної діяльності в цілому та сприйняття рекламних повідомлень клієнтами, зокрема, є сформований імідж підприємства. Аналіз діяльності діючих найбільших агентств нерухомості м. Умань дозволяє зробити висновок, що джерелом динамічного розвитку всіх цих компаній є персонал агентств. Досвід успішної роботи на ринку, стабільна висока якість і надійність послуг, професіоналізм співробітників і сприяння клієнтам у вирішенні повного комплексу питань, супутніх операціям з нерухомістю, закріпили за агентствами статус надійного партнера, що дозволяє їм повною мірою використовувати потенціал WOM-маркетингу. Це повинно бути стратегічним орієнтиром для нових суб'єктів даного бізнесу на довгострокову перспективу.

2. На сьогоднішній день найбільш привабливими споживачами послуг агентств комерційної та житлової нерухомості є організації, що займаються торгівельною та логістичною діяльністю, внутрішньо переміщені особи, студенти. Для охоплення сегмента саме комерційної нерухомості доцільно: поширення інформаційних матеріалів (переваги користування послугами агентства, пріоритети розвитку ринку нерухомості, порівняння характеристик агентства з конкурентами) у місцях збору семінарів, проведення тренінгів, конференцій тощо; поширення засобами direct-mail

інформації безпосередньо на адресу корпоративних клієнтів.

3. Рекламні продукти у сфері нерухомості доцільно розподілити на дві групи. До першої відносяться оголошення, що містять відомості про певний об'єкт, а до другої – які розповідають про перелік та характеристику послуг, що надаються агенцією. Важливим аспектом при створенні рекламного повідомлення є тип аудиторії на яку воно буде спрямовано, мова йде про соціальний статус та фінансові можливості. Для покупців зорієнтованих на економ-клас важливою є інформація про вартість одного метру квадратного та місце розташування об'єкту. Натомість для аудиторії, що цікавиться елітною нерухомістю, акцент робиться на емоційній складовій. В першому випадку рекламний продукт містить зображення пропонованого об'єкту (фото або комп'ютерну модель) та короткі відомості про нього, а в другому – фокусується на філософії елітного житла, активно використовує сторітелінг та інші інструменти, що формують образ престижності стосовно володіння даною нерухомістю.

4. Аналіз ефективності використання різних рекламних інструментів на ринку комерційної нерухомості дозволяє рекомендувати ПП «ЕнергоСервіс ДСК» комплекс заходів на короткострокову перспективу при виході на ринок: створення корпоративного веб-сайту; залучення SMM менеджера; таргетована реклама; SEO; робота з лідерами думок; робота з відгуками; програма лояльності; зовнішня реклама (лайтбокс, білборд). Розрахунок загального бюджету на реалізацію даних заходів за актуальними цінами 2023 року показав необхідність видатків в розмірі 122700 грн.

5. В середньостроковій перспективі, з розвитком бізнесу, доцільно в штаті передбачити маркетолога - відповідальну особу за посадою, до кола обов'язків якої має входити в тому числі і рекламна діяльність. В цій сфері функції повинні охоплювати: формування рекламної стратегії, заснованої на перспективних напрямках подальшого організаційного розвитку та інноваційної діяльності; планування робіт із проведення рекламних кампаній; збір і систематизація інформації про рекламу послуг інших агенцій нерухомості; аналіз впливу діючих і проведених рекламних заходів на зміну попиту на послуги, що надає агенція; роботу з рекламування діючих послуг із метою залучення споживачів; планування участі агентства у виставках, ярмарках; оформлення відповідної документації з оргкомітетами виставок, ярмарків щодо участі у них агенції; підготовку рекламних та інформаційних матеріалів із дотриманням єдиного корпоративного стилю агентства нерухомості; за необхідності підбір і підготовка додаткового персоналу для участі у виставках, ярмарках; оформлення акредитацій, запрошень, перепусток на виставки для керівництва агенції, гостей та ділових партнерів; підготовку проектів угод щодо рекламування послуг агенції зі сторонніми організаціями у випадках повномасштабної реклами у засобах масової інформації тощо; встановлення зв'язків із діловими партнерами і розширення зовнішніх контактів із метою удосконалення рекламної діяльності; складання проектів кошторисів рекламних витрат; розроблення рекламних текстів, ескізів і макетів каталогів, буклетів, проспектів, тощо і підготовка їх для затвердження керівництвом; забезпечення при розробленні рекламних матеріалів дотримання норм суспільної моралі, правил конкурентної боротьби, Закону України «Про рекламу»; розроблення відповідно до єдиного корпоративного стилю сувенірних рекламних продуктів поліграфічного і промислового характеру (блокнотів, календарів, канцелярського приладдя з символікою агенції тощо) для розповсюдження їх під час рекламних кампаній; розроблення планів виставкових стендів; підготовку публікацій, відео- та телевізійних сюжетів, радіорепортажів за підсумками проведених за участю агенції заходів; забезпечення актуальності інформації, яка надається для оприлюднення на сайті; ведення у встановленому порядку оперативної звітності щодо рекламно-виставкової та інформаційної діяльності агенції.

**2. Визначні результати фундаментальних досліджень у галузі природничих, суспільних і гуманітарних наук, зокрема наукові досягнення світового рівня**

-

**3. Найважливіші результати прикладних досліджень, конкурентоспроможні прикладні розробки та новітні технології за пріоритетними напрямками розвитку науки і техніки, обов'язково зазначити підприємства і організації, на яких здійснювалася апробація, випробування, та які можуть бути зацікавлені у їх використанні**

**4. Розробки, які впроваджено у 2023 році за межами УНУС:**

<i>№ з/п</i>	<i>Автори та назва розробки</i>	<i>Важливі показники, які характеризують рівень отриманого наукового результату; переваги над аналогами, економічний, соціальний ефект</i>	<i>Місце впровадження (назва організації, відомча належність, адреса)</i>	<i>Дата акту впровадження</i>	<i>Практичні результати, які отримано (обсяг отриманих коштів, налагоджено співпрацю для подальшої роботи тощо)</i>
1	2	3	4	5	6
-	-	-	-	-	-

**5. Інформація про комерціалізацію науково-технічних розробок**

-

**6. Публікації науково-педагогічних працівників кафедри маркетингу за 2023 р.**

<i>№</i>	<i>Наукова публікація</i>	<i>Автори, бібліографічний опис</i>	<i>Друковані аркуші</i>
1.	Монографії, видані в Україні	-	
2.	Монографії, видані за кордоном	-	
3.	Підручники у формі звітності за виконані планові наукові дослідження, рекомендовані вченою радою УНУС	-	
4.	Навчальні посібники у формі звітності за виконані планові наукові дослідження, рекомендовані вченою радою УНУС	-	
5.	Словники, довідники тощо	-	
6.	Методичні розробки, рекомендовані НМК факультету,	-	

	НМР університету, вченою радою факультету або УНУС		
7.	Рекомендації виробництву, рекомендовані НМК факультету, НМР університету, вченою радою факультету, УНУС	-	
8.	Статті у фахових виданнях України	<p>1. Пенькова О.Г., Харенко А.О. Тенденції розвитку рекламних технологій на ринку нерухомості. <i>Зб. наук. праць Уманського національного університету садівництва</i>. Умань, 2023. Вип. 102. Ч. 2. С. 222-234. URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9570">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9570</a></p> <p>2. Пенькова О.Г. Використання посередників при здійсненні збутової діяльності фармацевтичними підприємствами. <i>Інноваційна економіка</i>. 2023. № 1 [93]. С. 131-136. URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9568">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9568</a></p> <p>3. Пенькова О.Г., Харенко А.О. Трансформація маркетингової логістики експорту української продукції рослинництва в умовах повномасштабної війни з РФ. <i>Науковий вісник МДУ. Серія «Економіка»</i>, 2023. Том 10. № 1. С. 37-48. URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9566">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9566</a></p> <p>4. Пенькова О.Г., Харенко А.О. Маркетинговий аналіз середовища функціонування аграрних підприємств. <i>Вісник аграрної науки Причорномор'я</i>, 2023. Том 27. № 2. С. 28-40. URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9567">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9567</a></p> <p>5. Пенькова О.Г. Маркетингова політика розподілу фармацевтичних підприємств. <i>Ефективна економіка</i>. 2023. №5. URL: <a href="https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1547/1557">https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1547/1557</a> URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9571">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9571</a></p> <p>6. Цимбалюк Ю.А., Холявіцька К.С. Перспективи розвитку ринку цінних паперів України в умовах децентралізації влади. <i>Збірник наук. праць Уманського національного університету садівництва</i>. Серія «Економічні науки». 2023. Вип. 102. Ч2. С.194-201. <a href="https://journal.udau.edu.ua/assets/files/102/102.2/18.pdf">https://journal.udau.edu.ua/assets/files/102/102.2/18.pdf</a> URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10161">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10161</a></p> <p>7. Власюк С.А., Цимбалюк Ю.А., Ролінський О.В., Колотуха С.М., Переполка В.Ю.. Банківське кредитування як інструмент забезпечення інвестиційно-інноваційного розвитку підприємницьких структур аграрної сфери. <i>Збірник наук. праць Уманського національного університету садівництва</i>. Серія «Економічні науки». 2023. Вип. 102. Ч2. С.156-167 <a href="https://journal.udau.edu.ua/assets/files/102/102.2/15.pdf">https://journal.udau.edu.ua/assets/files/102/102.2/15.pdf</a></p>	<p>0,7</p> <p>0,7</p> <p>0,7</p> <p>0,7</p> <p>0,7</p> <p>0,7</p> <p>0,7</p>

		<p>URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9764">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9764</a></p> <p>8. Макушок О.В., Корман І.І., Лементовська В.А. Практичні аспекти формування ефективної маркетингової стратегії. <i>Інвестиції: практика та досвід</i>. 2023. № 13 С. 67-72 DOI: <a href="https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.13.67">https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.13.67</a> URL: <a href="https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/1765/1779">https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/1765/1779</a></p> <p>URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9645">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9645</a></p> <p>9. Кожухівська Р.Б., Саковська О.М., Лементовська В.А. Сільський (зелений) туризм як інноваційна форма підприємницької діяльності на Черкащині: маркетинговий аспект. <i>Інтернаука. Сер.: «Економічні науки»</i>. 2023. № 1 (69). С. 115-123. URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9573">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9573</a></p> <p>10. Семенда О.В., Корман І.І. Інструменти лідогенерації в цифровому маркетингу для формування попиту споживачів. <i>Ефективна економіка</i>. 2023. №2. DOI: <a href="http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.2.22">http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.2.22</a> URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9507">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9507</a></p> <p>11. Корман І.І., Семенда О.В. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку зерна в умовах війни. <i>«Вчені записки»</i>. <i>Збірник наукових праць КНЕУ</i>, 2023. №31(2). С.107-118. DOI 10.33111/vz_kneu.31.22.02.10.068.074 URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9542">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9542</a></p> <p>12. Семенда Д.К., Семенда О.В. Маркетинг інновацій на ринку молочної продукції: основні споживчі тенденції. <i>Агросвіт</i>. 2023. №3-4. С.49-55. DOI: 10.32702/2306-6792.2023.3-4.49 URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9506">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9506</a></p> <p>13. Семенда О.В. Концепція обслуговування споживачів логістичної галузі: переваги, проблеми та способи вирішення. <i>Економічні горизонти</i>. 2023. №1(23). С.26-34. <a href="https://doi.org/10.31499/2616-5236.1(23).2023.270796">https://doi.org/10.31499/2616-5236.1(23).2023.270796</a> URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9511">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9511</a></p> <p>14. Семенда, О.В. (2023). Описове дослідження в маркетингу як основа наукових досліджень. <i>Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління</i>, (8). <a href="https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-04-01">https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-04-01</a> URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9521">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9521</a></p> <p>15. Громик О., Семенда О. (2023). СПОЖИВАННЯ М'ЯСА В УКРАЇНІ: РЕАЛІЇ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ. <i>Комунальне господарство міст</i>, 5(179), 20–26. <a href="https://doi.org/10.33042/2522-1809-2023-5-179-20-26">https://doi.org/10.33042/2522-1809-2023-5-179-20-26</a> URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9559">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9559</a></p> <p>16. Семенда О.В. Аналіз впливу контент-маркетингу на свідомість покоління Z. <i>Маркетинг і цифрові технології</i>. Том 7. №3. 2023 С.156-164. DOI: 10.15276/mdt.7.3.2023.11. Доступно за адресою: <a href="https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/322">https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/322</a>. URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9558">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9558</a></p>	<p>0,7</p> <p>0,7</p> <p>1,0</p> <p>0,7</p> <p>0,7</p> <p>0,6</p> <p>0,7</p> <p>0,7</p> <p>0,7</p>
--	--	--	--

9.	Статті у інших наукових виданнях України	-	
10.	Статті у зарубіжних наукових виданнях	<p>1. Семенда Д.К., Семенда О.В. Впровадження цифрового маркетингу на підприємствах агропромислового комплексу України. <i>Globalization of scientific knowledge: international cooperation and integration of sciences</i>. 599с. С.54-59. DOI 10.36074/grail-of-science.17.03.2023.006 URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9509">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9509</a></p> <p>2. Sanakuiev, M., Mykhalchenko H., Semenda, O., &amp; Vdovichena, O. (2023). Information marketing: the essence, characteristics, and trends of development. <i>Futurity Economics&amp;Law</i>, 3(1), 16–27. <a href="https://doi.org/10.57125/FEL.2023.03.25.02">https://doi.org/10.57125/FEL.2023.03.25.02</a> URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9514">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9514</a></p> <p>3. Zrybnieva, I., Larina K., Semenda, O. (2023). Sustainable entrepreneurship: analysis of digital marketing trends in the regional and global dimension. <i>Futurity Economics&amp;Law</i>, 3(2). 150-170. <a href="https://doi.org/10.57125/FEL.2023.06.25.10">https://doi.org/10.57125/FEL.2023.06.25.10</a> URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9549">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9549</a></p>	0,4  1,0  1,7
11.	Статті у виданнях, що цитуються у наукометричній базі Scopus	<p>1. Raisa Kozhukhivska, Olena Sakovska, Svitlana Podzihun, Valentyna Lementovska, Ruslana Lopatiuk, and Nataliia Valinkevych Development of Entrepreneurship in the Tourism and Recreation Sphere: <i>Marketing Research, Springer Cham</i>, 2023,10(4),379-389. DOI: <a href="https://doi.org/10.1007/978-3-031-35828-9_33">10.1007/978-3-031-35828-9_33</a> URL:<a href="https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-35828-9_33">https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-35828-9_33</a> URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9356">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9356</a></p> <p>2. Semenda, O., Shevchenko, V., Purhani, S., Kharit, O., &amp; Krasnostanova, N. (2023). Adaptation of Logistics Companies to Functioning under the Restrictions Imposed by Military Operations. <i>WSEAS Transactions on Environment and Development</i>, vol. 19. P.558-570. DOI: 10.37394/232015.2023.19.54 URL: <a href="http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-85162231762&amp;partnerID=MN8TOARS">http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-85162231762&amp;partnerID=MN8TOARS</a> URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9536">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9536</a></p>	0,6  1,5
12.	Статті у виданнях, що цитуються у наукометричній базі Web of Science	<p>1. Zelic V., Dronova T., Penkova O., Kabanova O., Travin V. (2023). Content marketing as an effective component of business promotion. <i>AD ALTA-JOURNAL OF INTERDISCIPLINARY RESEARCH</i>. Vol. 13. №2, 86-93. URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9723">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9723</a></p> <p>2. Сус Т.Й., Стояненко І.В., Пенькова О.Г., Макушок О.В. Оцінка впливу інноваційного потенціалу ресурсозабезпечення на фінансову ефективність аграрного сектора економіки України. <i>Академічний огляд</i>. 2023. № 2(59). С. 113-130. DOI: 10.32342/2074-5354-2023-2-59-8 URL: <a href="https://acadrev.duan.edu.ua/images/PDF/2023/2/9.pdf">https://acadrev.duan.edu.ua/images/PDF/2023/2/9.pdf</a> URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9618">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9618</a></p>	0,7  1,4



13.	Тези доповідей на Міжнародних конференціях за кордоном	<p>1. Makushok O. INTRODUCTION OF MARKETING DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE ECONOMIC ACTIVITY OF ENTERPRISES. <i>The 3th International scientific and practical conference "Theoretical aspects of education development"</i> (January 24 - 27, 2023) Warsaw, Poland. International Science Group. 2023. P.238-244. URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9561">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9561</a></p> <p>2. Semenda O., Korman I. PECULIARITIES OF MARKETING APPLICATIONS IN UKRAINIAN AGRICULTURE. <i>Sustainable Development: Modern Theories and Best Practices: Materials of the Monthly International Scientific and Practical Conference</i> (April 28-29, 2023) / Gen. Edit. Olha Prokopenko, Tallinn: Teadmus OÜ, 2023, 210 p. P.140-142. URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9528">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9528</a></p> <p>3. Семенда О.В. Вплив цифрового маркетингу на поведінку споживачів. <i>Theoretical and empirical scientific research: concept and trends: Collection of scientific papers «ΛΟΓΟΣ» with Proceedings of the V International Scientific and Practical Conference</i>, Oxford, June 23, 2023. P.39-41. DOI 10.36074/logos-23.06.2023.09 URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9538">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9538</a></p> <p>4. Бортник Т.І., Семенда О.В. Цільовий маркетинг для залучення й утримання клієнтів. <i>Modernization of science and its influence on global processes: collection of scientific papers «SCIENTIA» with Proceedings of the IV International Scientific and Theoretical Conference</i>, November 3, 2023. Bern, Swiss Confederation: International Center of Scientific Research. DOI 10.36074/scientia-03.11.2023 C.24-25 URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9911">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9911</a></p>	<p>0,4</p> <p>0,2</p> <p>0,2</p> <p>0,2</p>
14.	Тези доповідей на Міжнародних конференціях в Україні	<p>1. Пенькова О.Г. Специфічні особливості нерухомості як об'єкта рекламування. Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин, матеріали XVIII Міжнародної науково-практичної конференції. 25 травня 2023 р. Умань: 2023. 116с. С. 105-107. URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9569">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9569</a></p> <p>2. Пенькова О.Г. Особливості використання концепції маркетингу території під час війни. <i>Трансформації особистості, суспільства та ринку праці: виклики майбутнього та вплив на освіту. Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції.</i> (20-22 вересня 2023 року, м. Харків, Україна). Харків: ХНУ імені В.Н.Каразіна, 2023. 560с. С. 227-228. URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10132">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10132</a></p> <p>3. Makushok O. V. DEVELOPMENT OF DIGITAL MARKETING IN CONDITIONS GLOBALIZATION. <i>Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин, матеріали XVIII Міжнародної науково-практичної конференції.</i> 25 травня 2023 р. Умань: 2023. С. 103-104. URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9562">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9562</a></p>	<p>0,2</p> <p>0,2</p> <p>0,2</p>

	<p>4. Макушок О.В. Marketing Digitalization of business subjects. <i>Трансформації особистості, суспільства та ринку праці: виклики майбутнього та вплив на освіту: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (20-22 вересня 2023 року, Україна, м. Харків). Харків: ХНУ імені В.Н.Каразіна, 2023. 560 с. С.60-61</i>  URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10126">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10126</a></p>	0,2
	<p>5. Семенда О.В., Корман І.І. Роль digital-маркетингу для розвитку підприємництва. <i>Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку</i> [Електронний ресурс]: 36. матеріалів VIII Міжнар. наук.-практ. конференції. К.: КНЕУ, 2023. 478с. С.305-309  URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9531">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9531</a></p>	0,3
	<p>6. Мазур Ю.П., Корман І.І., Пархоменко Л.А. Перспективи автоматизації сільськогосподарського виробництва. <i>Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції (заочна форма) «Формування та перспективи розвитку підприємницьких структур в рамках інтеграції до європейського простору» (21 березня 2023). Полтава, 2023. – 415 с.</i>  URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9785">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9785</a></p>	0,1
	<p>7. Корман І.І. MARKETING IN INSURANCE. Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин. <i>Матеріали XVIII Міжнародної науково-практичної конференції. 25 травня 2023 р. Умань : 2023. 116 с. С.101-103.</i>  URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/items/a442ad65-293c-4fda-97d5-92fc8307865f">https://lib.udau.edu.ua/items/a442ad65-293c-4fda-97d5-92fc8307865f</a></p>	0,1
	<p>8. Корман І.І. Логістика у страхуванні. <i>Трансформації особистості, суспільства та ринку праці: виклики майбутнього та вплив на освіту: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (20-22 вересня 2023 року, Україна, м. Харків). Харків: ХНУ імені В.Н.Каразіна, 2023. 560 с. С.247-248</i>  URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10162">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10162</a></p>	0,2
	<p>9. Семенда Д.К., Семенда О.В. Можливості підтримки якості та конкурентоспроможності в агропромисловому комплексі. <i>Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин, матеріали XVIII Міжнародної науково-практичної конференції. 25 травня 2023 р. Умань: 2023. 116с. С.107-108</i>  URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9540">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9540</a></p>	0,1
	<p>10. Семенда О.В. Трансформація маркетингу в умовах цифровізації: теоретичні та практичні аспекти. <i>Трансформації особистості, суспільства та ринку праці: виклики майбутнього та вплив на освіту: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (20-22 вересня 2023 року, Україна, м. Харків). Харків: ХНУ імені В.Н.Каразіна, 2023. 560 с. С.168-169</i>  URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10125">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10125</a></p>	0,2

15.	Тези доповідей на Всеукраїнських конференціях	<p>1. Пенькова О.Г. Особливості реферального маркетингу. <i>Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 25 жовтня 2023р. Умань. 2023. 275 с. С. 31-33.</i>  URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9724">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9724</a></p> <p>2. Макушок О.В. Маркетингова стратегія у формуванні конкурентоспроможності підприємства. <i>Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 25 жовтня 2023 р. Умань. 2023. С. 164-168</i>  URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9711">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9711</a></p> <p>3. Корман І.І., Семенда О.В., Мазур Ю.П. Лідогенерація як складова CRM. Концептуальні засади формування ефективних механізмів менеджменту та логістики в агропродовольчій сфері. <i>Збірник матеріалів II Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції, 23 березня 2023р. /Уманський національний університет садівництва, Умань: Редакційно-видавничий відділ УНУС, 2023. 171 с. С.64-66</i>  URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9529">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9529</a></p> <p>4. Корман І.І. Маркетингове дослідження страхового ринку України. <i>Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 25 жовтня 2023 р. Умань: УНУС, 2023. С.115-118</i>  URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9786">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9786</a></p> <p>5. Семенда О.В. Цифрова трансформація елементів класичного комплексу маркетингу. <i>Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики» (25 жовтня 2023 року), м. Умань. 275с. С.40-43</i>  URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9710">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9710</a></p>	<p>0,2</p> <p>0,3</p> <p>0,2</p> <p>0,1</p> <p>0,2</p>
16.	Тези доповідей інших конференцій, круглих столів тощо	-	
17.	Патенти на винахід	-	
18.	Патенти на корисну модель	-	

19.	Авторське свідоцтво, право, сертифікат, ТУ, ДСТУ тощо	<p>1. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №118670 від 02.05.2023. Стаття «Семенда О.В., Корман І.І. Інструменти лідогенерації в цифровому маркетингу для формування попиту споживачів. <i>Ефективна економіка</i>. 2023. №2. DOI: <a href="http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.2.22">http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.2.22</a>»</p> <p>2. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №119823 від 16.06.2023. Стаття «Семенда, О.В. (2023). Описове дослідження в маркетингу як основа наукових досліджень. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління, (8). <a href="https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-04-01">https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-04-01</a>»</p> <p>3. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №119824 від 16.06.2023. Стаття «Семенда Д.К., Корман І.І., Семенда О.В. Оцінка кон'юнктури та споживчих переваг на ринку сиру України. <i>Агросвіт</i>. 2022. № 3. С. 77–88. DOI: <a href="http://doi.org/10.32702/2306-6792.2022.3.77">10.32702/2306-6792.2022.3.77</a>»</p>	
20.	Впровадження результатів наукової роботи у виробництво (наявність копії в НДЧ обов'язкова)	№ акта, число, назва впровадження	

**7. Членство науково-педагогічних працівників кафедри маркетингу у спецрадах (у.т.ч. разових), експертних радах, редколегіях наукових збірників (журналів)**

№	ПІБ	Член якої спецради (назва установи, при якій функціонує, шифр, спеціальність, яку представляє), експертної ради, редколегії (назва збірника (журналу), установа, якою видається)
1	2	3
1	Пенькова О.Г.	Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини. 073 Менеджмент. ДФ 74.053.032.

**8. Опонування (рецензування) науково-педагогічними працівниками кафедри маркетингу дисертацій**

№	ПІБ науково-педагогічного працівника (опонента, рецензента)	ПІБ дисертанта, науковий ступінь, на який претендував, за якою спеціальністю, шифр спецради, установа при якій функціонує спецрада (чи функціонувала разова рада)
1	2	3
1	Пенькова О.Г.	Гарматюк Олена Валентинівна. Доктор філософії за спеціальністю 073 Менеджмент. ДФ 74.053.032. Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини.

**9. Укладено договори кафедри маркетингу про наукове співробітництво з вітчизняними та закордонними організаціями (ЗВО, фірми тощо)**

№	Країна	Повна назва організації (ЗВО, фірми тощо) та наукові напрями співробітництва (наявність копії договору в науково-дослідній частині обов'язкова!)
1	2	3
-	-	-

**10. Проведено кафедри маркетингу наукових заходів**

№	Назва заходу (Міжнародні, Всеукраїнські й інші конференції, круглі столи, семінари тощо), дата проведення	Співорганізатори та кількість учасників
1	2	3
1.	Науково-практичний семінар «Роль маркетингу в розвитку підприємницької діяльності», 18 квітня 2023р.	До участі в семінарі долучилися НПП кафедри маркетингу, здобувачі ОП «Маркетинг» та запрошені стейкхолдери – Бутко Наталія Валеріївна - к.е.н., доцент Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького та Бортник Надія Юріївна – менеджер по роботі з клієнтами рекламного агентства.
2.	Секційне засідання кафедри маркетингу Всеукраїнської студентської наукової онлайн-конференції, приуроченої 100-річчю від дня народження українського вченого в галузі агрономії, професора Івана Маркіяновича Карасюка, 20 квітня 2023р.	У конференції брали участь здобувачі ОР «молодший бакалавр», ОР «бакалавр» та ОР «магістр» спеціальності 075 «Маркетинг». Всього в роботі секції взяли участь 16 студентів.
3.	Секційне засідання XVIII Міжнародної науково-практичної конференції «Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин», 26 травня 2023 року	У конференції брали участь здобувачі спеціальності 075 «Маркетинг» та викладачі кафедри маркетингу. Всього в роботі секції взяли участь 8 студентів та 7 викладачів кафедри маркетингу.
4.	VIII Всеукраїнська науково-практична конференція кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 25 жовтня 2023 р.	У конференції взяли участь представники Уманського національного університету садівництва, Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького, Державного торговельно-економічного університету, Вінницького кооперативного інституту, Львівського національного університету імені Івана Франка, Національного університету «Львівська політехніка», Національного аерокосмічного університету імені М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України», Рівненського національного університету водного господарства та

		природокористування, Західноукраїнського національного університету, Сумського державного університету, Національного авіаційного університету, ДВНЗ «Донецький національний технічний університет», м.Луцьк, Державного податкового університету, Університету митної справи та фінансів, ВСП Уманського фахового коледжу технологій та бізнесу УНУС. Зібрано і опубліковано збірник 99 тез доповідей.
5.	Круглий стіл «Актуальні напрямки розвитку маркетингу в Україні», 9 листопада 2023р.	До участі в заході долучилися НПП кафедри маркетингу, здобувачі ОП «Маркетинг» та стейкхолдери. Всього у заході взяли участь 48 осіб.

### 11. Участь науково-педагогічних працівників кафедри маркетингу у наукових заходах

№	ПІБ	Назва заходу (Міжнародні конференції, Всеукраїнські конференції, семінари, круглі столи) дата проведення, місце проведення, установа	Вид участі (доповідь, публікація)
1	2	3	4
1.	Пенькова О.Г. Цимбалюк Ю.А. Макушок О.В. Харенко А.О. Лементовська В.А. Корман І.І. Семенда О.В.	Науково-практичний семінар «Роль маркетингу в розвитку підприємницької діяльності», 18 квітня 2023 р.	доповідь
2.	Пенькова О.Г. Цимбалюк Ю.А. Макушок О.В. Харенко А.О. Лементовська В.А. Корман І.І. Семенда О.В.	XVIII Міжнародна науково-практична конференція «Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин», 25 травня 2023 року	доповідь, публікація
3.	Корман І.І. Семенда О.В.	VIII Міжнар. наук.-практ. конференція Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку, Київ, КНЕУ, 31.03.2023.	публікація
4.	Макушок О.В.	Участь у науково-практичній конференції «Європейські орієнтири публічного управління» 12 травня 2023 року в рамках Тижня Європи	доповідь
5.	Корман І.І. Семенда О.В.	Monthly International Scientific and Practical Conference Sustainable Development: Modern Theories and Best Practices (Tallinn, Estonia, April 28-29, 2023)	публікація
6.	Лементовська В.А.	Міжнародний соціально-економічний форум.	доповідь

		Компетенції майбутнього. 18 травня 2023. Познань	
7.	Макушок О.В. Корман І.І. Семенда О.В.	Участь у круглому столі «Використання штучного інтелекту в освіті: CHATGPT і більше» 14 червня 2023 р.	доповідь
8.	Макушок О.В.	Участь у форумі «ДИСТАНЦІЙНА ОСВІТА МАЙБУТНЬОГО: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ» 20-23 червня 2023 р.	доповідь
9.	Семенда О.В.	V International Scientific and Practical Conference, Oxford, 23 June 2023	публікація
10.	Лементовська В.А.	3rd Internthional Conference on corporation management (ICCM-2023), June 29. 2023. Estonia	доповідь
11.	Пенькова О.Г. Цимбалюк Ю.А. Макушок О.В. Харенко А.О. Лементовська В.А. Корман І.І. Семенда О.В.	Міжнародна науково-практична конференція «Трансформації особистості, суспільства та ринку праці: виклики майбутнього та вплив на освіту», 20-22 вересня 2023 р.	публікація
12.	Пенькова О.Г. Макушок О.В. Харенко А.О. Лементовська В.А. Корман І.І. Семенда О.В. Бортник Т.І.	VIII Всеукраїнська науково-практична конференція кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 25 жовтня 2023р.	доповідь, публікація
13.	Бортник Т.І. Семенда О.В.	IV International Scientific and Theoretical Conference, November 3, 2023. Bern, Swiss Confederation	публікація
14.	Пенькова О.Г. Цимбалюк Ю.А. Макушок О.В. Харенко А.О. Лементовська В.А. Корман І.І. Семенда О.В. Бортник Т.І.	Круглий стіл «Актуальні напрямки розвитку маркетингу в Україні», 9 листопада 2023р.	доповідь

#### 12. Участь науково-педагогічних працівників кафедри у виставках

№	ПІБ	Назва Міжнародної, Всеукраїнської, обласної виставки	Дата участі і місце проведення
1	2	3	4
-	-	-	-

**13. Відомості про науково-дослідну роботу та інноваційну діяльність студентів, аспірантів, молодих учених**

Пенькова О.Г.	Петрук Л. Л. Тенденції розвитку ринку комбікормів в Україні. Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах: матеріали III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції 20 квітня 2023. Т 1. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2023. 401 с. С. 242-244.
Цимбалюк Ю.А.	<p>1. Мамай В.О., Інвестиційне забезпечення інфраструктури сільських територій. <i>Матер. XVIII Міжнародної науково-практичної конференції «Аспекти стабільного розвитку економіки»</i>. 25 травня 2023 р. Умань: 2023. С. 59-61</p> <p>2. Кравець Є.П., Формування інфраструктури біржового ринку агропромислової продукції. <i>Матер. XVIII Міжнародної науково-практичної конференції «Аспекти стабільного розвитку економіки»</i>. 25 травня 2023 р. Умань: 2023. С.112-113.</p> <p>3. Лебідь І.Ю. Роль маркетингового механізму у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. <i>Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики» (25 жовтня 2023 року)</i>, м. Умань. 275с. С.21-23</p>
Макушок О.В.	<p>1. Туз І.А. Напрями удосконалення управління маркетингом на ринках B2B // Збірник студентських наукових праць Уманського національного університету садівництва. Факультет економіки і підприємництва / Редкол.: О.О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань: 2023. С.165-166.</p> <p>2. Britan S.V. Organization of marketing activities in the field of medical services// Збірник студентських наукових праць Уманського національного університету садівництва. Факультет економіки і підприємництва / Редкол.: О.О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань: 2023. С.128-131.</p> <p>3. Лукашенко І.О. Формування маркетингової стратегії підприємства в мережі Інтернет // Збірник студентських наукових праць Уманського національного університету садівництва. Факультет економіки і підприємництва / Редкол.: О.О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань: 2023. С.146-148.</p> <p>4. Saltanovskyi V.V. Strategic and tactical aspects of marketing service // Збірник студентських наукових праць Уманського національного університету садівництва. Факультет економіки і підприємництва / Редкол.: О.О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань: 2023. С.154-156.</p> <p>5. Жерносекова А.Д. Застосування квіз-інструментів у маркетингу//Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 25 жовтня 2023 р. Умань. 2023. С. 195-197.</p> <p>6. Моргун Є.В. Брендінг – ключовий успіх компанії //Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 25 жовтня 2023 р. Умань. 2023. С. 260-262.</p> <p>7. Швед К.О. Дослідження ринку будівельних послуг у маркетингу фірми //Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 25 жовтня 2023 р. Умань. 2023. С. 90-92,</p>



	<p>8. Шквира І.А. Новітні підходи до оцінювання ефективності рекламних кампаній //Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 25 жовтня 2023 р. Умань. 2023. С. 222-224.</p> <p>9. Ярошенко Д.В Найпопулярніші соцмережі у період російсько-української війни //Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 25 жовтня 2023 р. Умань. 2023. С. 151-153.</p>
Харенко А.О.	<p>1. Зіновкін Б.К. Маркетинг освітніх послуг в Україні // Збірник студентських наукових праць Уманського національного університету садівництва. Факультет економіки і підприємництва / Редкол.: О.О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань: 2023. С. 136-139.</p> <p>2. Марціянко О.В. Транспортування зерна залізницею та його місце в логістичному ланцюзі // Збірник студентських наукових праць Уманського національного університету садівництва. Факультет економіки і підприємництва / Редкол.: О.О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань: 2023. С. 148-150.</p> <p>3. Осадченко І.В. Особливості маркетингу в сфері юридичних послуг // Збірник студентських наукових праць Уманського національного університету садівництва. Факультет економіки і підприємництва / Редкол.: О.О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань: 2023. С. 150-152.</p> <p>4. Ткачук С.І. Тіньовий сектор в аграрному бізнесі та його вплив на реалізацію соціальної відповідальності товаровиробників // Збірник студентських наукових праць Уманського національного університету садівництва. Факультет економіки і підприємництва / Редкол.: О.О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань: 2023. С. 162-164.</p> <p>5. Коваленко В.О. Теоретичні основи формування асортиментної політики підприємств // матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики» (25 жовтня 2023 року), м. Умань: 2023. С. 58-62.</p>
Лементовська В.А.	<p>1. Василенко І.С. "Greenwashing" або зелений камуфляж - маніпулювання свідомістю споживачів. // Всеукраїнська студентська наукова конференція, приурочена 135 річчю від дня народження видатного вченого і педагога у галузі селекції і насінництва Івана Максимовича Єремєєва, 31 травня 2023 року. Умань: «Візаві». 2023.с.131-133.</p> <p>2. Заярна К. О. Зміни цін на свинину на ринку України в умовах воєнного стану//Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 25 жовтня 2023р. Умань. с. 251-253.</p> <p>3. Заярна К. О. Цінові зміни на курячі яйця в умовах воєнного стану//Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 25 жовтня 2023р. Умань. с. 253-255</p> <p>4. Левченко О.О. Сезонні ціни та їх вплив на повсякденні покупки // //Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток</p>

	<p>маркетингу в Україні: від теорії до практики», 25 жовтня 2023р. Умань. с. 24-26.</p> <p>5. Чорна І.І. Типи аккаунтів у соціальних мережах «ІНСТАГРАМ» та основні інструменти їх ведення //Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 25 жовтня 2023р. Умань. с.220-222.</p> <p>Підготовка студента-переможця Всеукраїнського конкурсу наукових робіт і олімпіад.(Диплом 3-го ступеня на конкурсі кваліфікаційних робіт з маркетингу на базі ХТЕІ. Випусник - Розводовський Максим)</p>
Корман І.І.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Семенда Я.О. Прихований маркетинг в галузі охорони здоров'я. Матеріали Всеукраїнської студентської наукової онлайн-конференції, приуроченої 100-річчю від дня народження українського вченого в галузі агрономії, професора Івана Маркіяновича Карасюка</li> <li>2. Стрільчук В.І. Sales promotion: content and measures. Матеріали Всеукраїнської студентської наукової онлайн-конференції, приуроченої 100-річчю від дня народження українського вченого в галузі агрономії, професора Івана Маркіяновича Карасюка</li> <li>3. Ковальчук І.В., Майборода В.М. Assortment as the basis of product policy of manufacturing company. Матеріали Всеукраїнської студентської наукової онлайн-конференції, приуроченої 100-річчю від дня народження українського вченого в галузі агрономії, професора Івана Маркіяновича Карасюка</li> <li>4. Давидчук Я.В. Стимулювання збуту та його роль у сучасному маркетингу. Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 25 жовтня 2023 р. Умань: УНУС, 2023. С.14-16</li> <li>5. Ковальчук С.А. Особливості встановлення цін на послуги підприємств АПК. Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 25 жовтня 2023 р. Умань: УНУС, 2023. С.255-258</li> <li>6. Ковальчук І.В. Стратегічне управління асортиментом: ключ до бізнес-Ефективності. Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 25 жовтня 2023 р. Умань: УНУС, 2023. С. 18-21</li> <li>7. Семенда Я.О. Контент-маркетинг в медичній сфері. Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 25 жовтня 2023 р. Умань: УНУС, 2023. С. 78-81</li> <li>8. Скрипник В.А. Екологічний маркетинг: стратегія сталого розвитку та екологічної відповідальності. Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 25 жовтня 2023 р. Умань: УНУС, 2023. С. 43-45.</li> </ol>
Семенда О.В.	<i>Всеукраїнська студентська наукова онлайн-конференція, приурочена 100-</i>

*річчю від дня народження українського вченого в галузі агрономії, професора Івана Маркіяновича Карасюка (20 квітня 2023р.), м.Умань:*

1. Дрозд А.Д. Шляхи формування ефективної логістики овочевого ринку України. Збірник студентських наукових праць Уманського національного університету садівництва. Факультет економіки і підприємництва / Редкол.: О.О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань: 2023. 215 с. С.133-136.
2. Коваленко О.В. Сучасні тенденції управління логістикою. Збірник студентських наукових праць Уманського національного університету садівництва. Факультет економіки і підприємництва / Редкол.: О.О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань: 2023. 215 с. С.136-139.
3. Струмінський В.Ю. Особливості системи функціонування фармацевтичної галузі України. Збірник студентських наукових праць Уманського національного університету садівництва. Факультет економіки і підприємництва / Редкол.: О.О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань: 2023. 215 с. С.157-159.
4. Баданюк В.Ю. Особливості поведінки споживачів на продовольчому ринку. Збірник студентських наукових праць Уманського національного університету садівництва. Факультет економіки і підприємництва / Редкол.: О.О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань: 2023. 215 с. С.126-128.
5. Корман В.О. Сувенірна продукція як засіб створення іміджу країни. Збірник студентських наукових праць Уманського національного університету садівництва. Факультет економіки і підприємництва / Редкол.: О.О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань: 2023. 215 с. С.141-143.

*VIII Всеукраїнська науково-практична конференція «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики» (25 жовтня 2023 року), м. Умань:*

1. Баданюк В.Ю. Тенденції контент-маркетингу в епоху цифровізації. *Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики» (25 жовтня 2023 року), м. Умань. 275с. С.97-99*
2. Зіновкін Б.К. Особливості стратегії маркетингу транспортних компаній. *Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики» (25 жовтня 2023 року), м. Умань. 275с. С.229-232*
3. Пехтерев Я.О. Розробка та впровадження на ринок нового продукту. *Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики» (25 жовтня 2023 року), м. Умань. 275с. С. 37-39*
4. Корман В.О. Копірайтинг як напрям маркетингової діяльності. *Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики» (25 жовтня 2023 року), м. Умань. 275с. С.202-205*
5. Олійник А.В. Основні аспекти маркетингової діяльності підприємств аграрної сфери. *Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики» (25 жовтня 2023 року), м. Умань. 275с. С.27-31*
6. Поліщук А.Д. Маркетплейс як бізнес-модель посередництва. *Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики» (25 жовтня 2023 року), м. Умань. 275с. С.75-78*

**14. Наукові підрозділи, їх напрями діяльності, робота з замовниками**

-

**15. Наукове та науково-технічне співробітництво із закордонними та вітчизняними організаціями**

-

**16. Інформація про наукову та науково-технічну діяльність, що здійснювалась спільно з науковими установами Національної академії наук України та національних галузевих академій наук (до 20 рядків)**

-

**17. Заходи, здійснені спільно з облдержадміністрацією, спрямовані на підвищення рівня ефективності роботи науковців для вирішення регіональних потреб (до 20 рядків)**

-

**18. Заключна частина**

Пропонуємо проводити консультування НПП і аспірантів щодо можливостей участі у міжнародних грантових програмах та закордонних стажуваннях на регулярній основі.

**Завідувач кафедри**

\_\_\_\_\_ **О.Г.Пенькова**

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ **2023р.**