

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА

«Затверджую»
Проректор з наукової та
інноваційної діяльності, професор
_____ Віктор КАРПЕНКО
« _____ » _____ 2024р.

**Інформація
про наукову та інноваційну діяльність
кафедри маркетингу
за 2024 рік**

Звіти розглянуто і затверджено на засіданні кафедри
(протокол №4 від «12» листопада 2024 року)

Завідувач кафедри маркетингу
д.е.н., професор Оксана ПЕНЬКОВА
« _____ » _____ 2024р.

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.

Викладачі кафедри маркетингу приймають участь у роботі структурних підрозділів університету:

Цимбалюк Ю.А. – декан 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:

<i>№ п/п</i>	<i>Назва</i>	<i>Відповідальний, виконавець (і)</i>
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, декан факультету економіки і підприємництва
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

Інформація про наукову та інноваційну діяльність кафедри маркетингу за 2024 рік

1. Показники публікаційної активності науково-педагогічних працівників кафедри

№	Наукові публікації	Бібліографічний опис	К-ть (од.)
1	Опубліковано монографій, всього одиниць, з них:		0
1.1	– в Україні	-	0
1.2	– за кордоном, мовами країн ОЕСР та/або ЄС	-	0
1.3	– які індексуються у Scopus та/або WoS (в дужках зазначити відповідну н.б. (Scopus/WoS))	-	0
1.4	– з них у відкритому доступі з відповідним посиланням	-	0
2.	Опубліковано розділів монографій, які індексуються у Scopus та/або WoS, всього одиниць, із відповідним посиланням (в дужках зазначити відповідну н.б. (Scopus/WoS))	-	0
3.	Опубліковано статей у періодичних виданнях, всього одиниць, з них:		13
3.1	Статті у журналах, що індексуються наукометрично	1. Penkova O., Kharenko A., Strunhar A., Lementovska V., Korman I. Marketing approaches amid rapid technological shifts: forecasting and flexibility. <i>AD ALTA Journal of Interdisciplinary Research</i> . 2024. VOL.14 No.1, pp.140-145 WOS:001249418100026	3

	ми базами даних - Scopus та/або Web of Science Core Collection	<p>URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10446</p> <p>2. Semenda O., Sokolova Y., Korovina O., Bratko O., Polishchuk I. Using Social Media Analysis to Improve E-commerce Marketing Strategies. <i>International Review of Management and Marketing</i>. 2024. №14(4). pp.61–71. https://doi.org/10.32479/irmm.16196 https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85199105757&origin=inward&txGid=15dcc89c6546c7023f3e0d8a32ec9724</p> <p>URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10333</p> <p>3. Khrapkina V.V., Matukova H.I., Hurman O.M., Korovina O.V., Tsymbalyuk Y.A. Innovative Inclusion of Brand Management of Food Enterprises in the Conditions of World Price Volatility. <i>Future of Food: Journal on Food, Agriculture and Society</i>. 2024. 12 (1). P.51-66. DOI: 10.17170/kobra-202407218428 https://thefutureoffoodjournal.com/article-view/?id=718</p> <p>URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10597</p>	
3.1. 1	– з них із кuartилем Q1 і Q2 на момент опублікування, із відповідним посиланням (в дужках зазначити відповідну н.б. (Scopus/WoS))	-	0
3.1. 2	– з них із кuartилем Q3 і Q4 на момент опублікування із відповідним посиланням (в дужках зазначити відповідну н.б. (Scopus/WoS))	<p>1. Penkova O., Kharenko A., Strunhar A., Lementovska V., Korman I. Marketing approaches amid rapid technological shifts: forecasting and flexibility. <i>AD ALTA Journal of Interdisc Iplinary Research</i>. 2024. VOL.14 No.1, pp.140-145 WOS:001249418100026 (Q3-WoS) URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10446</p> <p>2. Semenda O., Sokolova Y., Korovina O., Bratko O., Polishchuk I. Using Social Media Analysis to Improve E-commerce Marketing Strategies. <i>International Review of Management and Marketing</i>. 2024. №14(4). pp.61–71. https://doi.org/10.32479/irmm.16196 https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85199105757&origin=inward&txGid=15dcc89c6546c7023f3e0d8a32ec9724 (Q3-Scopus) URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10333</p> <p>3. Khrapkina V.V., Matukova H.I., Hurman O.M., Korovina O.V., Tsymbalyuk Y.A. Innovative Inclusion of Brand Management of Food Enterprises in the Conditions of World Price Volatility. <i>Future of Food: Journal on Food, Agriculture and Society</i>. 2024. 12 (1). P.51-66. DOI: 10.17170/kobra-202407218428 https://thefutureoffoodjournal.com/article-view/?id=718 (Q4-Scopus) URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10597</p>	3
3.2	– у фахових наукових виданнях України категорії Б із	1. Семенда, Д.К., Семенда, О.В. Маркетинг вражень: пошук оптимальної стратегії впливу на поведінку споживачів в умовах зміни ціннісних орієнтирів суспільства. <i>Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління</i> . 2024. №11. https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-11-04-01	9

	<p><i>відповідним посиланням</i></p>	<p>URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10257</p> <p>2. Семенда О.В., Корман І.І. Модель впливу контент-маркетингу на інноваційний потенціал бізнесу. <i>Підприємництво та інновації</i>. 2024. №30. С.66-71. DOI: https://doi.org/10.32782/2415-3583/30.10</p> <p>URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10300</p> <p>3. Корман І.І., Семенда О.В., Макушок О.В. Маркетингове дослідження українського ринку страхових послуг. <i>Київський економічний науковий журнал</i>. 2024. №4. С.119-126. DOI 10.32782/2786-765X/2024-4-17</p> <p>URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10317</p> <p>4. Семенда О. Застосування інтегрованої омніканальної стратегії залучення цільової аудиторії у фармацевтичному маркетингу. <i>Економіка та суспільство</i>. 2024. №60. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-114</p> <p>URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10318</p> <p>5. Семенда О.В. Вплив цифрових технологій на трансформацію операційних процесів та взаємодію зі споживачами в роздрібній торгівлі. <i>International scientific journal «Grail of Science»</i>. 2024. №45. С.168-174. DOI 10.36074/grail-of-science.01.11.2024.018</p> <p>URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10450</p> <p>6. Пенькова О.Г., Лементовська В.А., Бортник Т.І. Стратегії просування бренду на різних етапах життєвого циклу продукції. <i>Економіка та суспільство</i>. 2024. №66. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-31</p> <p>URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10455</p> <p>7. Пенькова О.Г., Лементовська В.А., Бортник Т.І. Кон'юнктура ринку зерна в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. <i>Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: Економічні науки</i>. 2024. №11 (91). https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-11</p> <p>URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10551</p> <p>8. Нестерчук Ю.О., Власюк С.А., Цимбалюк Ю.А., Ролінський О.В., Гуртовенко А.І. Практичні аспекти діяльності підприємницьких структур як елемент фінансового менеджменту. <i>Збірник наук. праць Уманського національного університету садівництва. Серія «Економічні науки»</i>. 2024. №104. Ч2. С. 132-140. DOI: 10.32782/2415-8240-2024-104-2-132-140. https://journal.udau.edu.ua/assets/files/104.2/13.pdf</p> <p>URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10593</p> <p>9. Цимбалюк Ю.А., Власюк С.А., Полишвайко С.С., Драчук О.В., Заярна К.О. Особливості кредитування аграрного сектору України в умовах воєнного стану. <i>Збірник наук. праць Уманського національного університету садівництва. Серія «Економічні науки»</i>. 2024. №104. Ч2. С.53-61. DOI: 10.32782/2415-8240-2024-104-2-53-61. https://journal.udau.edu.ua/assets/files/104.2/6.pdf</p> <p>URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10595</p>	
3.3	<p>– у відкритому доступі <i>із відповідним посиланням</i></p>	<p>1. Семенда, Д.К., Семенда, О.В. Маркетинг вражень: пошук оптимальної стратегії впливу на поведінку споживачів в умовах зміни ціннісних орієнтирів суспільства. <i>Проблеми сучасних</i></p>	12

		<p><i>трансформацій. Серія: економіка та управління. 2024. №11. https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-11-04-01 URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10257</i></p> <p>2. Семенда О.В., Корман І.І. Модель впливу контент-маркетингу на інноваційний потенціал бізнесу. <i>Підприємництво та інновації. 2024. №30. С.66-71. DOI: https://doi.org/10.32782/2415-3583/30.10 URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10300</i></p> <p>3. Корман І.І., Семенда О.В., Макушок О.В. Маркетингове дослідження українського ринку страхових послуг. Київський економічний науковий журнал. 2024. №4. С.119-126. DOI 10.32782/2786-765X/2024-4-17 URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10317</p> <p>4. Семенда О. Застосування інтегрованої омніканальної стратегії залучення цільової аудиторії у фармацевтичному маркетингу. <i>Економіка та суспільство. 2024. №60. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-114 URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10318</i></p> <p>5. Семенда О.В. Вплив цифрових технологій на трансформацію операційних процесів та взаємодію зі споживачами в роздрібній торгівлі. <i>International scientific journal «Grail of Science». 2024. №45. С.168-174. DOI 10.36074/grail-of-science.01.11.2024.018 URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10450</i></p> <p>6. Пенькова О.Г., Лементовська В.А., Бортник Т.І. Стратегії просування бренду на різних етапах життєвого циклу продукції. <i>Економіка та суспільство. 2024. №66. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-31 URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10455</i></p> <p>7. Пенькова О.Г., Лементовська В.А., Бортник Т.І. Кон'юнктура ринку зерна в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. <i>Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: Економічні науки. 2024. №11 (91). https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-11 URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10551</i></p> <p>8. Нестерчук Ю.О., Власюк С.А., Цимбалюк Ю.А., Ролінський О.В., Гуртовенко А.І. Практичні аспекти діяльності підприємницьких структур як елемент фінансового менеджменту. <i>Збірник наук. праць Уманського національного університету садівництва. Серія «Економічні науки». 2024. №104. Ч2. С. 132-140. DOI: 10.32782/2415-8240-2024-104-2-132-140. https://journal.udau.edu.ua/assets/files/104.2/13.pdf URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10593</i></p> <p>9. Цимбалюк Ю.А., Власюк С.А., Полишвайко С.С., Драчук О.В., Заярна К.О. Особливості кредитування аграрного сектору України в умовах воєнного стану. <i>Збірник наук. праць Уманського національного університету садівництва. Серія «Економічні науки». 2024. №104. Ч2. С.53-61. DOI: 10.32782/2415-8240-2024-104-2-53-61. https://journal.udau.edu.ua/assets/files/104.2/6.pdf URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10595</i></p>	
3.4	– у інших наукових	-	0

	виданнях України		
3.5	– у провідних наукових виданнях за кордоном	1. Семенда О.В., Корман І.І. Аналіз українського ринку овочів в умовах війни. <i>International Science Journal of of Management, Economics & Finance</i> . 2024. Vol.3. No.1. pp.72-80. DOI: 10.46299/j.isjmef.20240301.07 URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10273	1
4.	Опубліковано словників, каталогів, довідників та енциклопедій, з них:		0
4.1	– у відкритому доступі із відповідним посиланням		0
5.	Опубліковано підручники у формі звітності за виконані планові наукові дослідження, рекомендовані Вченою радою УНУС, з них:		0
5.1	– у відкритому доступі із відповідним посиланням		0
6.	Опубліковано навчальних посібників у формі звітності за виконані планові наукові дослідження, рекомендовані Вченою радою УНУС, з них:		0
6.1	– у відкритому доступі з відповідним посиланням		0
7.	Опубліковано набори FAIR-даних**, які мають DOI, з відповідним посиланням		8
8	Опубліковано публікацій у		0

	матеріалах конференцій (Proceedings), які індексуються у Scopus та/або WoS, (в дужках зазначити відповідну н.б. (Scopus/WoS) з них:		
8.1	– у відкритому доступі із відповідним посиланням		0
9	Опубліковано тез доповідей, всього одиниць з них:		27
9.1	– на Міжнародних конференціях за кордоном	-	0
9.2	– на Міжнародних конференціях в Україні	<p>1. Харенко А.О. Окремі аспекти формування позитивного корпоративного іміджу суб'єктів аграрного бізнесу в сучасних умовах: <i>матеріали XIX Міжнародної науково-практичної конференції «Аспекти стабільного розвитку економіки»</i>. (Умань, 27 травня 2024 р.). Умань: УНУС. 2024. С. 136-138. URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10451</p> <p>2. Семенда О.В. Вплив стратегій цифрового маркетингу на прибуток та лояльність споживачів: аналіз та перспективи. <i>Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг: IV Міжнародна науково-практична конференція, 23-24 лютого 2024 р.: [тези доп.]</i>. Рівне: О. Зень, 2024. 287с. С.217-220 URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10314</p> <p>3. Семенда О.В. Роль маркетингу в бізнесі в умовах інноваційної цифрової економіки. <i>Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах: матеріали IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції</i>. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2024. 423с. С.390-393. URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10329</p> <p>4. Семенда О.В. Цифровий маркетинг: можливості та виклики для розвитку підприємництва. <i>Підприємництво та торгівля: сучасний стан і перспективи розвитку: Матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф.</i> (16 трав. 2024 р.) / відп. ред. О.М. Полінкевич, І.В. Кривов'язюк, М.В. Войчук. Електрон. дані. Луцьк: Вежа Друк, 2024. 152 с. С.114-118 URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10332</p> <p>5. Семенда Д.К., Семенда О.В. Підприємництво у воєнний час: виклики та можливості адаптації. <i>Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин, матеріали XIX Міжнародної науково-практичної конференції</i>. Умань. 2024. 235с. С.200-202.</p>	10

		<p>URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10330</p> <p>6. Makushok O.V. Current issues of the development of creative entrepreneurship in Ukraine. <i>Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин, матеріали XIX Міжнародної науково-практичної конференції</i>. 27 травня 2024р. Умань: 2024. С.234-235.</p> <p>URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10458</p> <p>7. Корман І.І. Електронна комерція та її значення для бізнесу. <i>Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин, матеріали XIX Міжнародної науково-практичної конференції</i>. 27 травня 2024 р. Умань : 2024. С.232-233</p> <p>URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10447</p> <p>8. Пенькова О.Г. Оцінки перспектив нарощування обсягу виробництва олійних і зернових культур в Україні. <i>Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин, матеріали XIX Міжнародної науково-практичної конференції</i>. 27 травня 2024 р. Умань: 2024. 235с. С. 123-125.</p> <p>URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10448</p> <p>9. Цимбалюк Ю.А., Драчук О.В., Мороз С.С. Тенденції розвитку валютного ринку України. <i>Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин, матеріали XIX Міжнародної науково-практичної конференції</i>. 27 травня 2024р. Умань: 2024. 235с. С. 56-59.</p> <p>URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10592</p> <p>10. Цимбалюк Ю.А., Кравець Є.П., Кузло І.О. Біржовий товар, його особливості та класифікація у світовій біржовій торгівлі. <i>Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин, матеріали XIX Міжнародної науково-практичної конференції</i>. 27 травня 2024 р. Умань: 2024. 235с. С. 214-216.</p> <p>URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10591</p>	
9.3	– на Всеукраїнських конференціях	<p>1. Харенко А.О. Особистий імідж керівника в діяльності підприємств аграрної сфери: <i>матеріали IX Всеукраїнської науково-практичної конференція «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики»</i>, (Умань, 25 жовтня 2024 р.). Умань, 2024. С. 302-304.</p> <p>URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10449</p> <p>2. Семенда О.В. Інтегрована стратегія лояльності та ціноутворення як засіб формування споживчої цінності. <i>Економіка, обіг, фінанси та маркетинг: аналіз тенденцій та перспектив розвитку: Збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького</i>. Черкаси. 2024. 239с. С.179-182</p> <p>URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10331</p> <p>3. Семенда О.В. Когнітивні принципи впливу на поведінку споживачів в електронній комерції. <i>Матеріали IX Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики»</i> (25 жовтня 2024 року), м. Умань. 307с. С.113-115</p> <p>URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10445</p> <p>4. Макушок О.В. Маркетингові стратегії промислового підприємства в умовах воєнного стану і післявоєнного</p>	17

відновлення: *матеріали IX Всеукраїнської науково-практичної конференція «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики»*, (Умань, 25 жовтня 2024 р.). Умань, 2024. С. 144-148.

URL: <https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10462>

5. Korman I.I. Optimization of logistics chain in distribution: the influence of digital technologies. *Матеріали IX Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики»*, 25 жовтня 2024р. Умань, 2024. С.245-247

URL: <https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10456>

6. Пенькова О.Г. Аналіз кон'юнктури світового ринку кукурудзи. *Матеріали IX Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики»*, 25 жовтня 2024р. Умань, 2024. 307с. С. 97-99.

URL: <https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10452>

7. Цимбалюк Ю.А. Перспективи нарощування експорту української пшениці. *Матеріали IX Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики»*, 25 жовтня 2024р. Умань, 2024. 307с. С. 120-123.

URL: <https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10596>

8. Бортник Т.І. Маркетингова товарна політика вітчизняних сільськогосподарських підприємств на ринку зерна. *Матеріали IX Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики»*, 25 жовтня 2024р. Умань, 2024. с.131-134

URL: <https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10555>

9. Лементовська В.А. Особливості формування комплексу маркетингу в умовах цифрової трансформації банківського сектору. *Матеріали IX Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики»*, 25 жовтня 2024р. Умань, 2024. с.47-50.

URL: <https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10603>

10. Семенда Д.К., Семенда О.В. Адаптація транспортно-логістичної галузі України в умовах війни: виклики та перспективи. *XVI Всеукраїнська наукова конференція «Актуальні питання сучасної економіки»*, 14 листопада 2024 року. м. Умань. 307с. С.179-180

URL: <https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10642>

11. Бортник Т.І., Костенко С.О. Організація комерційної діяльності підприємства через призму маркетингових аспектів. *XVI Всеукраїнська наукова конференція «Актуальні питання сучасної економіки»*, 14 листопада 2024 року. м. Умань. 307с. С.181-184

URL: <https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10643>

12. Цимбалюк Ю.А., Кравець Є.П. Біржовий ринок агропромислової продукції. *XVI Всеукраїнська наукова конференція «Актуальні питання сучасної економіки»*, 14 листопада 2024 року. м. Умань. 307с. С.93-94

URL: <https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10641>

		<p>13. Бортник Т.І. Sales Promotion: Methods and Influences in the Modern Market. <i>XVI Всеукраїнська наукова конференція «Актуальні питання сучасної економіки»</i>, 14 листопада 2024 року. м. Умань. 307с. С.188-190 URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10645</p> <p>14. Лементовська В.А. Маркетингові інструменти підвищення конкурентоспроможності на ринку поштових послуг. <i>XVI Всеукраїнська наукова конференція «Актуальні питання сучасної економіки»</i>, 14 листопада 2024 року. м. Умань. 307с. С. С.197-199 URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10646</p> <p>15. Makushok O.V. The impact of digital technologies on marketing activities. <i>XVI Всеукраїнська наукова конференція «Актуальні питання сучасної економіки»</i>, 14 листопада 2024 року. м. Умань. 307с. С. С.184-186 URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10644</p> <p>16. Korman I.I. Impact of COVID-19 on Global Marketing Strategies. <i>XVI Всеукраїнська наукова конференція «Актуальні питання сучасної економіки»</i>, 14 листопада 2024 року. м. Умань. 307с. С.190-192 URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10647</p> <p>17. Харенко А.О. Сегмент біопрепаратів на ринку засобів захисту рослин: світові тенденції та українські реалії. <i>XVI Всеукраїнська наукова конференція «Актуальні питання сучасної економіки»</i>, 14 листопада 2024 року. м. Умань. 307с. С.247-249 URL: https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10640</p>	
9.4	– на інших конференціях, круглих столах тощо.	-	0
10	Методичні розробки, рекомендовані НМК факультету, НМР університету, вченою радою факультету або УНУС	<p>1. Методичні вказівки до проведення семінарських і практичних занять з дисципліни «Агробізнес і маркетинг у галузі» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 203 «Садівництво, плодоовочівництво і виноградарство» освітньої програми «Овочівництво» / О.В. Макушок. Умань: УНУС, 2024. 35 с.</p> <p>2. Методичні вказівки до виконання самостійної роботи з дисципліни «Агробізнес і маркетинг у галузі» здобувачами другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 203 «Садівництво, плодоовочівництво і виноградарство» освітньої програми «Овочівництво»/ О.В. Макушок. Умань: УНУС, 2024. 38 с.</p> <p>3. Методичні вказівки до проведення семінарських і практичних занять та виконання самостійної роботи з дисципліни «Маркетингові комунікації» для студентів факультету економіки і підприємництва ОС «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» / А.О. Харенко. Умань: УНУС, 2024. 166 с.</p> <p>4. Методичні вказівки до проведення семінарських і практичних занять та виконання самостійної роботи з дисципліни «Паблік рілейшнз» здобувачами освітнього ступеня</p>	39

		<p>«Бакалавр» спеціальностей 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво та торгівля», 122 «Комп'ютерні науки» / А.О. Харенко, Т.І. Бортник, В.А. Лементовська. Умань: УНУС, 2024. 83 с.</p> <p>5. Методичні вказівки до проведення семінарських і практичних занять та виконання самостійної роботи з дисципліни «Маркетинг в аграрній сфері» для студентів факультету економіки і підприємництва ОС «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» / А.О. Харенко. Умань: УНУС, 2024. 75 с.</p> <p>6. Методичні вказівки до проведення семінарських і практичних занять та виконання самостійної роботи з дисципліни «Ярмарково-виставкова діяльність» для студентів факультету економіки і підприємництва ОС «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» / А.О. Харенко. Умань: УНУС, 2024. 50 с.</p> <p>7. Логістика і комунікації в захисті рослин: методичні вказівки для підготовки до практичних занять для здобувачів другого (магістерського) рівня) вищої освіти спеціальності 202 <i>Захист і карантин рослин</i> освітньої програми <i>Захист і карантин рослин</i> денної та заочної форми навчання. [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2024. 84с.</p> <p>8. Логістика і комунікації в захисті рослин: методичні вказівки для виконання самостійної роботи здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 202 <i>Захист і карантин рослин</i> освітньої програми <i>Захист і карантин рослин</i> денної та заочної форми навчання. [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2024. 62с.</p> <p>9. Основи наукових досліджень та академічна доброчесність: методичні вказівки до виконання практичних занять здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг». [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2024. 49 с. (2,4 д.а.)</p> <p>10. Основи наукових досліджень та академічна доброчесність: методичні вказівки до виконання самостійної роботи здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг». [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2024. 10 с. (0,5 д.а.)</p> <p>11. Поведінка споживачів: методичні вказівки до виконання курсової роботи здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг». [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2024. 20 с. (0,7 д.а.)</p> <p>12. Поведінка споживачів: методичні вказівки для підготовки до практичних занять здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» перший (бакалаврський) рівень. Умань: УНУС, 2024. 54 с. (2,9 д.а)</p> <p>13. Поведінка споживачів: методичні вказівки до виконання самостійної роботи здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг». [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2024. 11 с. (0,5 д.а)</p> <p>14. Корман І.І. Маркетингові дослідження: методичні рекомендації щодо виконання курсових робіт для здобувачів</p>	
--	--	--	--

	<p>вищої освіти ОП «Маркетинг» ОР перший рівень (бакалаврський). Умань: УНУС. 2024. 25 с.</p> <p>15. Корман І.І. Маркетингові дослідження: методичні рекомендації щодо виконання курсових робіт для здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» ОР початковий (короткий цикл). Умань: УНУС. 2024. 25 с.</p> <p>16. Корман І.І. Маркетингові дослідження: Методичні вказівки для самостійної роботи здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» ОР перший (бакалаврський). Умань: УНУС. 2024. 47 с.</p> <p>17. Корман І.І. Маркетингові дослідження: Методичні вказівки для самостійної роботи здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» ОР початковий (короткий цикл). Умань: УНУС. 2024. 47 с.</p> <p>18. Корман І.І. Маркетингові дослідження: Методичні вказівки для самостійної роботи здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» заочної форми навчання ОР перший (бакалаврський). Умань: УНУС. 2024. 47 с.</p> <p>19. Корман І.І. Маркетингові дослідження: Методичні вказівки для практичних та семінарських занять здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» ОР перший (бакалаврський). Умань: УНУС. 2024. 33 с.</p> <p>20. Корман І.І. Маркетингові дослідження: Методичні вказівки для практичних та семінарських занять здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» ОР початковий (короткий цикл). Умань: УНУС. 2024. 33 с.</p> <p>21. Корман І.І. Збутова політика та мерчандайзинг: методичні вказівки для самостійної роботи здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» початковий (короткий цикл). Умань: УНУС. 2024. 60 с.</p> <p>22. Корман І.І. Збутова політика та мерчандайзинг: методичні вказівки для практичних та семінарських занять здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» початковий (короткий цикл). Умань: УНУС. 2024. 36 с.</p> <p>23. Корман І.І. Управління каналами розподілу: методичні рекомендації щодо виконання курсових робіт для здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» перший рівень (бакалаврський). Умань: УНУС. 2024. 23 с.</p> <p>24. Корман І.І. Управління каналами розподілу: Методичні вказівки для практичних та семінарських занять здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» ОР перший (бакалаврський). Умань: УНУС. 2024. 29 с.</p> <p>25. Корман І.І. Інтернет-маркетинг: Методичні вказівки для самостійної роботи здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» ОР перший (бакалаврський). Умань: УНУС. 2024. 33 с.</p> <p>26. Корман І.І. Інтернет-маркетинг: Методичні вказівки для практичних та семінарських занять здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» ОР перший (бакалаврський). Умань: УНУС. 2024. 10 с.</p> <p>27. Пенькова О.Г. Методичні вказівки для семінарських і практичних занять з навчальної дисципліни «Міжнародний маркетинг» для здобувачів другого (магістерського) рівня</p>	
--	--	--

	<p>вищої освіти денної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг», освітньої програми Маркетинг. Умань: УНУС. 2024. 39 с.</p> <p>28. Пенькова О.Г. Методичні вказівки для самостійної роботи з навчальної дисципліни «Міжнародний маркетинг» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти денної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг», освітньої програми Маркетинг. Умань: УНУС. 2024. 17 с.</p> <p>29. Пенькова О.Г. Методичні вказівки для практичних занять та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Міжнародний маркетинг» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти заочної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг», освітньої програми Маркетинг. Умань: УНУС. 2024. 44 с.</p> <p>30. Методичні вказівки для семінарських і практичних занять з навчальної дисципліни «Методологія наукових досліджень з основами методики викладання» для здобувачів вищої освіти денної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг», освітньої програми Маркетинг. . Умань: УНУС. 2024. 26 с.</p> <p>31. Пенькова О.Г. Методичні вказівки для самостійної роботи студентів з навчальної дисципліни «Методологія наукових досліджень з основами методики викладання» для здобувачів вищої освіти денної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг», освітньої програми Маркетинг. . Умань: УНУС. 2024. 49 с</p> <p>32. Методичні вказівки для семінарських, практичних занять та самостійної роботи студентів з навчальної дисципліни «Методологія наукових досліджень з основами методики викладання» для здобувачів вищої освіти заочної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг», освітньої програми Маркетинг. Умань: УНУС. 2024. 54 с.</p> <p>33. Методичні вказівки для семінарських і практичних занять з навчальної дисципліни «Педагогіка та методика викладання економічних дисциплін» для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти. Умань: УНУС. 2024. 16 с.</p> <p>34. Лементовська В.А. Методичні рекомендації для підготовки до практичних занять з дисципліни «Економічний механізм маркетингу» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг». Умань, УНУС. 2024. 19с.</p> <p>35. Лементовська В.А. Методичні рекомендації для виконання самостійної роботи з дисципліни «Економічний механізм маркетингу» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг». Умань, УНУС. 2023.20с.</p> <p>36. Лементовська В.А. Методичні рекомендації для підготовки до практичних занять та виконання самостійної роботи з дисципліни «Економічний механізм маркетингу» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти заочної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг». Умань, УНУС. 2023. 25 с.</p>	
--	--	--

		<p>37. Лементовська В.А. Методичні рекомендації для підготовки до практичних занять з дисципліни «Маркетингова товарна політика» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг». Умань, УНУС. 2024. 51с.</p> <p>38. Лементовська В.А. Методичні рекомендації для виконання самостійної роботи з дисципліни «Маркетингова товарна політика» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг». Умань, УНУС. 2024. 53с.</p> <p>39. Лементовська В.А. Методичні рекомендації для виконання самостійної роботи та практичних занять з дисципліни «Маркетингова товарна політика» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти заочної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг». Умань, УНУС. 2024.66 с.</p>	
11	Рекомендації виробництву, рекомендовані НМК факультету, НМР університету, вченою радою факультету, УНУС	-	0

*Квартиль журналу (Quartile, Q) – наукометричний показник, що відображає рівень цитованості журналу. Обраховується один раз на рік для видань, що входять до Scopus, Web of Science. Дізнатися квартал журналу можна за допомогою ресурсів «SCImago Journal and Country Rank» (Scopus) або «Journal Citation Reports» (Web of Science);

****(FAIR)** (Findable, Accessible, Interoperable, and Reusable) – детальніше: (<https://www.go-fair.org/fair-principles/>)

2. Результати наукової та науково-технічної діяльності

Коротка інформація про виконання господарчої тематики у 2024 р.

<i>Назва роботи</i>	Маркетингові дослідження ринку зернових культур та обґрунтування пропозицій щодо формування маркетингової стратегії ПП «Астрєя»
<i>Науковий керівник</i>	Пенькова О.Г.
<i>Обсяг фінансування, тис. грн.</i>	54200,00 грн. (П'ятдесят чотири тисячі двісті гривень нуль копійок) з ПДВ.
<i>Наукова новизна</i>	Наукова новизна одержаних результатів полягає в обґрунтуванні методичного підходу до оцінки кон'юнктури ринку зерна, що, на відміну від існуючих, передбачає визначення впливу глобальних змін на аграрний сектор та нових споживчих трендів у харчовій промисловості, які впливають на попит на зернові культури, що дозволяють оптимізувати маркетингові витрати при формуванні стратегії сільськогосподарського підприємства – учасника ринку.
<i>Значимість та практичне застосування</i>	Пропозиції щодо оцінки кон'юнктури ринку зерна та ключових драйверів його подальшого розвитку можуть використовуватися в практичній діяльності підприємств-учасників даного ринку. Зокрема, розроблені напрями формування товарної політики та політики просування продукції на ринку для ПП «Астрєя» на

	основі комплексного використання маркетингових інструментів, дасть змогу ефективно позиціонувати підприємство на ринку зерна України. Запропоновані авторами підходи дають можливість завоювати та збільшувати ринкову частку підприємства завдяки оптимізації товарної політики і методів просування продукції на ринку та збалансуванню маркетингових витрат.
<i>Публікації за господарчою тематикою</i>	<p>1. Пенькова О.Г., Лементовська В.А., Бортник Т.І. Кон'юнктура ринку зерна в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. <i>Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: Економічні науки.</i> №11 (91). https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10551</p> <p>2. Пенькова О.Г. Оцінки перспектив нарощування обсягу виробництва олійних і зернових культур в Україні. Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин, <i>матеріали XIX Міжнародної науково-практичної конференції.</i> 27 травня 2024 р. Умань: 2024. 235с. С. 123-125. https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10448</p> <p>3. Пенькова О.Г. Аналіз кон'юнктури світового ринку кукурудзи. <i>Матеріали IX Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики»,</i> 25 жовтня 2024р. Умань, 2024. 307с. С. 97-99. https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10452</p> <p>4. Цимбалюк Ю.А. Перспективи нарощування експорту української пшениці. <i>Матеріали IX Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики»,</i> 25 жовтня 2024р. Умань, 2024. 307с. С. 120-123. https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10596</p> <p>5. Бортник Т.І. Маркетингова товарна політика вітчизняних сільськогосподарських підприємств на ринку зерна. <i>Матеріали IX Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики»,</i> 25 жовтня 2024р. Умань, 2024. 307с. С. 131-133. https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10555</p>
<i>Заходи проведені з демонстрацією наукових досліджень (досягнень) з господарчої тематики</i>	

3. Інноваційна спрямованість результатів наукових, науково-технічних робіт

№	Наукова публікація	Автори, бібліографічний опис
1	Патенти на винахід	-
2	Патенти на корисну модель	-
3	Авторське свідоцтво, право, сертифікат, технологічна інструкція, ДСТУ тощо (наявність копії в НДЧ обов'язкова)	-

4. Розробки (акти впровадження НДР) (відповідно до таблиці):

<i>№ з/п</i>	<i>Автори та назва розробки</i>	<i>Місце впровадження (назва організації, відомча належність, адреса)</i>	<i>Дата акту впровадження</i>
1	2	3	4
-	-	-	-

5. Інформація про комерціалізацію науково-технічних розробок (коротко описати результати)**6. Членство науково-педагогічних працівників кафедри маркетингу у спецрадах (у т.ч. разових), експертних радах, редколегіях наукових збірників (журналів)**

<i>№</i>	<i>ПІБ</i>	<i>Член якої спецради (назва установи, при якій функціонує, шифр, спеціальність, яку представляє), експертної ради, редколегії (назва збірника (журналу), установа, якою видається)</i>
1	2	3
1	Семенда О.В.	Член редколегії наукового журналу «Актуальні питання економічних наук» (ISSN 3041-2129 online), Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика https://a-economics.com.ua/index.php/home/about/editorialTeam
2	Харенко А.О.	Член редколегії наукового журналу «Збірник наукових праць Уманського НУС» (ISSN 2415-8240 (Online), ISSN 0134-6393 (Print)), Уманський національний університет садівництва https://journal.udau.edu.ua/redakczjna-kolegya.html

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

<i>№</i>	<i>ПІБ науково-педагогічного працівника (опонента, рецензента)</i>	<i>ПІБ дисертанта, науковий ступінь, на який претендував, за якою спеціальністю, шифр спецради, установа при якій функціонує спецрада (чи функціонувала разова рада)</i>
1	2	3
-	-	-

8. Укладено договорів кафедрою маркетингу про наукове співробітництво з вітчизняними та закордонними організаціями (ЗВО, фірми тощо)

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

9. Проведено кафедрою 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», 17 квітня 2024 р.	До участі в семінарі долучилися НПП кафедри маркетингу, здобувачі ОП «Маркетинг». Запрошені спікери заходу: - Євген МОРГУН - підприємець та власник інтернет-магазину «Black street» (https://black-street.com.ua/ua/) - Марк ЮЛІ-АНТОЛА - фермер з Фінляндії
2	Секційне засідання кафедри маркетингу Всеукраїнської студентської наукової конференції, приуроченої 160-річчю від дня народження видатного науковця у галузі біологічних наук, професора Й.К. Пачоського 25 квітня 2024 року	У конференції брали участь здобувачі ОР «молодший бакалавр», ОР «бакалавр» та ОР «магістр» спеціальності 075 «Маркетинг». Всього в роботі секції взяли участь 7 студентів.
3	Секційне засідання ХІХ Міжнародної науково-практичної конференції «Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин», 27 травня 2024 року	У конференції брали участь здобувачі спеціальності 075 «Маркетинг» та викладачі кафедри маркетингу. Всього в роботі секції взяли участь 7 викладачів кафедри маркетингу.
4	ІХ Всеукраїнська науково-практична конференція кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 25 жовтня 2024 р.	В рамках конференції було представлено доповіді учасників із українських закладів вищої освіти: Вінницький кооперативний інститут, ВСП «Уманський фаховий коледж технологій та бізнесу» УНУС, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», Державний біотехнологічний університет, Державний торговельно-економічний університет, Дніпровський державний університет внутрішніх справ, Дніпропетровський науково-дослідний інститут судових експертиз, кафедра геодезії, картографії і кадастру Уманського НУС, кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності УНУС, Криворізький національний університет, Львівський національний університет імені Івана Франка, Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут", Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Національний університет "Чернігівська політехніка", Національний університет водного господарства та

		<p>природокористування, Поліський національний університет, Приватне акціонерне товариство «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна Академія управління персоналом», Університет митної справи та фінансів, Харківський технологічний університет «ШАГ», Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького.</p> <p>Зібрано і опубліковано збірник 112 тез доповідей.</p>
--	--	--

10. 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	Семенда О.В.	IV Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг», 23-24 лютого 2024 р., Рівне: Рівненський державний гуманітарний університет	публікація
2	Пенькова О.Г. Цимбалюк Ю.А. Макушок О.В. Харенко А.О. Лементовська В.А. Бортник Т.І. Корман І.І. Семенда О.В.	Науково-практичний семінар «Роль маркетингу в розвитку підприємницької діяльності», 17 квітня 2024 р., Умань: УНУС	доповідь
3	Семенда О.В.	IV Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах», 26 квітня 2024 р., Дніпро: Університет митної справи та фінансів	публікація
4	Семенда О.В.	IV Міжнародна науково-практична конференція «Підприємництво та торгівля: сучасний стан і перспективи розвитку», 16 травня 2024 р., Луцьк: Луцький національний технічний університет	публікація
5	Пенькова О.Г.	INTERNATIONAL INTERDISCIPLINARY SCIENTIFIC CONFERENCE „ECONOMY AND SOCIETY IN THE 21ST CENTURY”. Zarządzania CIECHANÓW, 22 maja 2024	доповідь

6	Пенькова О.Г. Цимбалюк Ю.А. Макушок О.В. Харенко А.О. Лементовська В.А. Бортник Т.І. Корман І.І. Семенда О.В.	XIX Міжнародна науково-практична конференція «Аспекти стабільного розвитку економіки», 27 травня 2024 р., Умань: УНУС	публікація
7	Семенда О.В.	Всеукраїнська науково-практична конференція «Економіка, облік, фінанси та маркетинг: аналіз тенденцій та перспектив розвитку», 6 червня 2024 р., Черкаси: Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького	публікація
8	Пенькова О.Г. Цимбалюк Ю.А. Макушок О.В. Харенко А.О. Лементовська В.А. Бортник Т.І. Корман І.І. Семенда О.В.	IX Всеукраїнська науково-практична конференція «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», Умань, 25 жовтня 2024 р., Умань: УНУС	публікація
9	Цимбалюк Ю.А. Макушок О.В. Харенко А.О. Лементовська В.А. Бортник Т.І. Корман І.І. Семенда О.В.	XVI Всеукраїнська наукова конференція «Актуальні питання сучасної економіки», 14 листопада 2024 р., Умань: УНУС	публікація

11. Участь науково-педагогічних працівників кафедри у виставках

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

12. Відомості про науково-дослідну роботу та інноваційну діяльність студентів, аспірантів, молодих учених (коротко описати, навести дані щодо ефективності аспірантури, наукового керівництва, захистів дисертацій, тощо).

Пенькова О.Г.	<p>Керівництво НДР здобувачів освіти: з підготовкою наукової статті:</p> <p>1. Рябокучма А. С., Рябокучма В. С., Кравець Є. П. Маркетингова безпека як складова економічної безпеки сільськогосподарських підприємств. <i>Міжнародний науковий журнал «ІНТЕРНАУКА». Серія: «Економічні науки»</i>. 2024. № 5 (85). Т. 2. С. 125-131.</p> <p>2. Богачук Ю. С., Ткачук Д. С. Конкурентні переваги аграрних підприємств як основа їх конкурентоспроможності. <i>Міжнародний науковий журнал «ІНТЕРНАУКА». Серія: «Економічні науки»</i>. 2024. №6 (86). Т. 2. С. 139-144.</p>
---------------	--

	<p style="text-align: center;"><i>тези доповіді:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ямковенко І.Р. Сучасні світові тренди розвитку digital-маркетингу. <i>Збірник студентських наукових праць Уманського національного університету садівництва</i>. Факультет економіки і підприємництва / Редкол.: О.О.Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань: 2024. С. 189-191. 2. Вовна Є.А. Трансформація маркетингової діяльності українського бізнесу під час повномасштабної війни. <i>Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики»</i>, 25 жовтня 2024р. Умань, 2024. 307с. С.42-44.
Макушок О.В.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Родіна А.О. Вплив штучного інтелекту на маркетингову діяльність промислових підприємств. <i>Збірник студентських наукових праць Уманського національного університету садівництва</i>. Факультет економіки і підприємництва / Редкол.: О.О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань: 2024. С.183-186. 2. Тиндюк А. М. Актуальні тенденції розвитку комунікацій в системі маркетингу// <i>Економіка, обіг, фінанси та маркетинг: аналіз тенденцій та перспектив розвитку: Збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького</i>. Черкаси: 2024. С. 189-192. 3. Богданов Я. Р. Сучасні тренди розвитку електронної комерції в умовах диджиталізації суспільства // <i>Економіка, обіг, фінанси та маркетинг: аналіз тенденцій та перспектив розвитку: Збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького</i>. Черкаси: 2024. С. 158-161. 4. Куролап М.О. Реклама як маркетинговий інструмент: матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференція «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», (Умань, 25 жовтня 2024 р.). Умань, 2024. С. 144-148. 5. Личманюк В.В. Сучасний погляд на маркетингову стратегію та зміцнення конкурентних переваг фірми: матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференція «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», (Умань, 25 жовтня 2024 р.). Умань, 2024. С. 140-142. 6. Лукашук К.О. Аспекти формування комплексу маркетингу підприємства для забезпечення стійкості на ринку: матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференція «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», (Умань, 25 жовтня 2024 р.). Умань, 2024. С. 91-94. 7. Моргун Є.В. Вплив контент-маркетингу на поведінку споживача: матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференція «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», (Умань, 25 жовтня 2024 р.). Умань, 2024. С. 287-289. 8. Ротаєнко С.О. Теоретичні основи маркетингових ризиків: матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференція «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», (Умань, 25 жовтня 2024 р.). Умань, 2024. С. 51-56. 9. Чупрун Б.С. Тенденції розвитку маркетингу в умовах невизначеності: матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференція «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», (Умань, 25 жовтня 2024 р.). Умань, 2024. С. 162-164.

	<p>10. Швед К.О. Управління маркетинговою діяльністю аграрних підприємств в умовах воєнного стану: матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференція «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», (Умань, 25 жовтня 2024 р.). Умань, 2024. С. 54-59.</p> <p>11. Шквира І.А. Соціально-етичний маркетинг у бізнесі: переваги та виклики: матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференція «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», (Умань, 25 жовтня 2024 р.). Умань, 2024. С. 227-232.</p>
Харенко А.О.	<p>1. Бойко Я.М. Трансформація комунікаційних стратегій фірм під впливом кризових ситуацій в Україні: Збірник студентських наукових праць Уманського національного університету садівництва. Факультет економіки і підприємництва / Редкол.: О.О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань: 2024. С. 168-170.</p> <p>2. Бабій М.М. Виклики воєнного часу перед елеваторним господарством України: матеріали ХІХ Міжнародної науково-практичної конференції «Аспекти стабільного розвитку економіки». (Умань, 27 травня 2024 р.). Умань: УНУС. 2024. С. 96-99.</p> <p>3. Бабій М.М. Підходи до ціноутворення та формування доходів елеваторними підприємствами України під час війни: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «ЕКОНОМІКА, ОБЛІК, ФІНАНСИ ТА МАРКЕТИНГ: АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ». (Черкаси, 06 червня 2024 р.). С. 3-6.</p> <p>4. Грама А.В. Адаптація логістичної складової системи розподілу продукції українських товаровиробників до реалей воєнного стану: матеріали ХІХ Міжнародної науково-практичної конференції «Аспекти стабільного розвитку економіки». (Умань, 27 травня 2024 р.). Умань: УНУС. 2024. С. 107-108.</p> <p>5. Грама А.В., Швець О.А. Вплив логістичних витрат на конкурентоспроможність виробників продукції рослинництва України : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «ЕКОНОМІКА, ОБЛІК, ФІНАНСИ ТА МАРКЕТИНГ: АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ». (Черкаси, 06 червня 2024 р.). С. 9-13.</p> <p>6. Швець О.А. Вплив воєнних дій в Україні на рівень та спрямованість конкурентної боротьби між аграрними товаровиробниками: матеріали ХІХ Міжнародної науково-практичної конференції «Аспекти стабільного розвитку економіки». (Умань, 27 травня 2024 р.). Умань: УНУС. 2024. С. 140-142.</p> <p>7. Крижановська А.Г. Сучасні тренди упаковки в електронній комерції : матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференція «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», (Умань, 25 жовтня 2024 р.). Умань, 2024. С. 85-87.</p> <p>8. Горяк Д.О. Актуальність системи інформаційного забезпечення аграрних товаровиробників на державному рівні в сучасних умовах: матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференція «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», (Умань, 25 жовтня 2024 р.). Умань, 2024. С. 17-19.</p> <p>9. Леус М.В. Розвиток комунікаційної складової постачальників ресурсів в аграрній сфері: матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференція «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», (Умань, 25 жовтня 2024 р.). Умань, 2024. С. 275-277.</p>

	<p>10. Луценко І.О. Трансформація просування консалтингових послуг в кризових умовах: матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференція «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», (Умань, 25 жовтня 2024 р.). Умань, 2024. С. 278-280.</p> <p>11. Бабій М.М. Впровадження концепції маркетингу партнерських відносин в діяльності елеваторних підприємств України: матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференція «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», (Умань, 25 жовтня 2024 р.). Умань, 2024. С. 129-131.</p> <p>12. Грама А.В. Залізничний транспорт у логістичному ланцюгу зернових і олійних культур в Україні: місце та виклики: матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференція «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», (Умань, 25 жовтня 2024 р.). Умань, 2024. С. 236-239.</p> <p>13. Швець О.А. Актуальність стратегічного планування для забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств України: матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференція «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», (Умань, 25 жовтня 2024 р.). Умань, 2024. С. 164-166.</p> <p>14. Бабій М.М. Впровадження системи НАССР на українських елеваторах: доцільність, механізм, проблеми та стан. <i>XVI Всеукраїнська наукова конференція «Актуальні питання сучасної економіки», 14 листопада 2024 р., Умань: УНУС .С.207-209</i></p>
<p>Лементовська В.А.</p>	<p>1. Войчук М. С. Штучний інтелект як рушійна сила інновацій у маркетингу. <i>Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 25 жовтня 2024р.</i> Умань, 2024. с.187-189</p> <p>2. Злиденна П.С. Маркетинг туристичних подій: особливості та інструменти просування. <i>Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 25 жовтня 2024р.</i> Умань, 2024. с.270-273</p> <p>1. Василенко І.С. диплом переможця ІІ ступеня Всеукраїнський конкурс кваліфікаційних робіт зі спеціальності 075 «Маркетинг» за першим (бакалавр) та другим (магістер) рівнями вищої освіти.</p>
<p>Корман І.І.</p>	<p>1. Дерлеменко М.О. Вплив соціальних медіа на споживчу поведінку. Збірник студентських наукових праць Уманського національного університету садівництва. Факультет економіки і підприємництва / Редкол.: О.О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань: 2024. С. 171-173 (12 к-ма група)</p> <p>2. Бойко Я.М. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ТОВ «БІХАЙВ». Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 25 жовтня 2024 р. Умань, 2024. С.38-42 (21м-ма група)</p> <p>3. Давидчук Я.В. ІНТЕГРАЦІЯ ОН-ЛАЙН ТА ОФФ-ЛАЙН КАНАЛІВ РОЗПОДІЛУ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ. Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 25 жовтня 2024 р. Умань, 2024. С.239-243 (41-ма група)</p> <p>4. Кочергін Є.О. ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТПЛЕЙСІВ ЯК АЛЬТЕРНАТИВНИХ КАНАЛІВ РОЗПОДІЛУ. Матеріали ІХ</p>

	<p>Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 25 жовтня 2024 р. Умань, 2024. С. 247-252 (22к-ма група)</p> <p>5. Ярмоленко І. П. МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ФРУКТІВ. Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 25 жовтня 2024р. Умань, 2024. С. 126-129 (21к-ма група).</p>
Семенда О.В.	<p><i>Всеукраїнська студентська наукова конференція, приурочена 160-річчю від дня народження видатного науковця у галузі біологічних наук, професора Й.К. Пачоського 25 квітня 2024 року</i></p> <p>Худеев А.В. Контент-маркетинг: інструмент для залучення та утримання споживачів в епоху цифрової трансформації. <i>Збірник студентських наукових праць Уманського національного університету садівництва. Факультет економіки і підприємництва / Редкол.: О.О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань: 2024. 249с. С.186-189.</i> https://ef.udau.edu.ua/assets/files/2023-2024/nauka/zbirnik-stud-nauk-prac-unus-25.04.2024-.pdf</p> <p><i>Міжнародна студентська конференція</i></p> <p>1. Худеев А.В. Адаптація маркетингу до змін у поведінці споживачів у цифрову епоху. <i>Концепт науки XXI: стратегії, методи та наукові інструменти: матеріали V Міжнародної студентської наукової конференції</i>, м. Кривий Ріг, 29 березня, 2024 рік / ГО «Молодіжна наукова ліга». Вінниця: ТОВ «УКРЛОГОС Груп», 2024. 134с. С.37-39. DOI 10.62732/liga-inter-29.03.2024 https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10315</p> <p>2. Дерлеменко М.О. Досягнення конкурентних переваг у логістиці шляхом застосування інноваційних технологічних рішень. <i>Концепт науки XXI: стратегії, методи та наукові інструменти: матеріали V Міжнародної студентської наукової конференції</i>, м. Кривий Ріг, 29 березня, 2024 рік / ГО «Молодіжна наукова ліга». Вінниця: ТОВ «УКРЛОГОС Груп», 2024. 134с. С. 40-41. DOI 10.62732/liga-inter-29.03.2024 https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10316</p> <p><i>ІХ Всеукраїнська науково-практична конференція «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики» (25 жовтня 2024 року), м. Умань:</i></p> <p>1. Галайко В.О. Теоретичний аспект значення та важливості розуміння поведінки споживачів. <i>Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики» (25 жовтня 2024 року)</i>, м. Умань. 307с. С.14-17</p> <p>2. Бринько А.М. Фактори впливу на поведінку споживачів: теоретичний аспект. <i>Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики» (25 жовтня 2024 року)</i>, м. Умань. 307с.С.12-14</p> <p>3. Мілев Д.В. Тенденції, проблеми та перспективи розвитку ринку соняшникової олії в Україні. <i>Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики» (25 жовтня 2024 року)</i>, м. Умань. 307с. С.283-286</p>
Бортник Т.І.	<p>Марченко Б.М. Сторітелінг як важлива складова сучасних інтегрованих маркетингових комунікацій фірми. <i>Збірник студентських наукових</i></p>

	<i>праць Уманського національного університету садівництва. Факультет економіки і підприємництва / Редкол.: О.О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань: 2024. 249с. С.178-181</i>
--	---