

**Аналіз освітньої та/або професійної кваліфікації
доцента кафедри маркетингу Семенди Ольги Володимирівни
за 2022-2026рр.**

Відповідність пунктам статті 38 Ліцензійних умов 1, 2, 3, 4, 8, 12, 14, 19

№	Показник	Фактичні дані
1	Наявність не менше п'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection	1. Семенда О.В. Корман І.І. Методика проведення маркетингових досліджень поведінки споживачів у віртуальному середовищі. <i>«Věda a perspektivy»</i>. 2022. №1(8). С.60-71. DOI: https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-1(8)-60-71 2. Семенда Д.К., Семенда О.В. Роль держави у розвитку підприємництва в Україні. <i>Наукові інновації та передові технології</i>. 2022. №2(4). С.230-239. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-2(4)-230-239 3. 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: 10.32702/2306-6792.2022.3.77 4. Пенькова О.Г., Семенда О.В. Теоретичні основи проведення наукових досліджень здобувачами вищих навчальних закладів: огляд літератури як методологія дослідження. <i>Наукові інновації та передові технології</i>. 2022. №4(6). С.164-176. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-4(6)-164-176 5. Корман І.І., Лементовська В.А., Семенда О.В. Маркетингове дослідження ринку молока та молочних продуктів України. <i>Економіка та держава</i>. 2022. №4. С.62–68. DOI: 10.32702/2306-6806.2022.4.62 6. Пенькова О.Г., Корман І.І., Семенда О.В. Маркетинговий аналіз фармацевтичного ринку України. <i>Інвестиції: практика та досвід</i>. 2022. №9-10. С.16–23. DOI: 10.32702/2306-6814.2022.9-10.16 7. Семенда О.В. Перспективи розвитку підприємницької діяльності у підсистемах логістики. <i>Підприємництво та інновації</i>. 2022. №24. С.108-112. DOI: https://doi.org/10.32782/2415-3583/24.18 8. 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 9. Семенда О.В., Корман І.І. Інструменти лідогенерації в цифровому маркетингу для формування попиту споживачів. <i>Ефективна економіка</i>. 2023. №2. DOI: http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.2.22 10. Семенда Д.К., Семенда О.В. Впровадження цифрового маркетингу на підприємствах

агропромислового комплексу України. *Globalization of scientific knowledge: international cooperation and integration of sciences*. 2023. 599с. С.54-59. DOI 10.36074/grail-of-science.17.03.2023.006

11.Sanakuiev M., Mykhalchenko H., Semenda O., & Vdovichen O. Information marketing: the essence, characteristics, and trends of development. *Futurity Economics&Law*. 2023. №3(1). P.16–27. <https://doi.org/10.57125/FEL.2023.03.25.02>

12.Семенда О.В. Концепція обслуговування споживачів логістичної галузі: переваги, проблеми та способи вирішення. *Економічні горизонти*. 2023. №1(23). С.26-34. [https://doi.org/10.31499/2616-5236.1\(23\).2023.270796](https://doi.org/10.31499/2616-5236.1(23).2023.270796)

13.Семенда О.В. Описове дослідження в маркетингу як основа наукових досліджень. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2023. №8. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-04-01>

14.Корман І.І., Семенда О.В. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку зерна в умовах війни. «Вчені записки». *Збірник наукових праць КНЕУ*. 2023. №31(2). С.107-118. DOI 10.33111/vz_kneu.31.22.02.10.068.074

15.Zrybnieva I., Larina K., Semenda O. Sustainable entrepreneurship: analysis of digital marketing trends in the regional and global dimension. *Futurity Economics&Law*. 2023. №3(2). P.150-170. <https://doi.org/10.57125/FEL.2023.06.25.10>

16.Громик О., Семенда О. Споживання м'яса в Україні: реалії та проблеми розвитку. *Комунальне господарство міст*. 2023. №5(179). С.20–26. <https://doi.org/10.33042/2522-1809-2023-5-179-20-26>

17.Семенда О.В. Аналіз впливу контент-маркетингу на свідомість покоління Z. *Маркетинг і цифрові технології*. 2023. Том 7. № 3. С.156-164. DOI: 10.15276/mdt.7.3.2023.11.

18.Семенда Д.К., Семенда О.В. Маркетинг вражень: пошук оптимальної стратегії впливу на поведінку споживачів в умовах зміни ціннісних орієнтирів суспільства. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2024. №11. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-11-04-01>

19.Семенда О.В., Корман І.І. Модель впливу контент-маркетингу на інноваційний потенціал бізнесу. *Підприємництво та інновації*. 2024. №30. С.66-71. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/30.10>

20.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

- 21.Семенда О. Застосування інтегрованої омніканальної стратегії залучення цільової аудиторії у фармацевтичному маркетингу. *Економіка та суспільство*. 2024. №60. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-114>
- 22.Семенда О.В. Вплив цифрових технологій на трансформацію операційних процесів та взаємодію зі споживачами в роздрібній торгівлі. *International scientific journal «Grail of Science»*. 2024. №45. С.168-174. DOI 10.36074/grail-of-science.01.11.2024.018
- 23.Семенда О.В., Корман І.І. Аналіз українського ринку овочів в умовах війни. *International Science Journal of of Management, Economics & Finance*. 2024. Vol.3. No.1. pp.72-80. doi: 10.46299/j.isjmef.20240301.07
24. Семенда О.В., Корман І.І. Аналіз показників соціальних мереж як основа наукових досліджень при створенні маркетингових стратегій. *Актуальні питання економічних наук*. 2025. №7. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14791838>
25. Семенда Д.К., Семенда О.В. Роль і значення логістики в розвитку комерційної діяльності підприємств. *Бізнес-навігатор*. 2025. №1(78). С.87-94. DOI: <https://doi.org/10.32782/business-navigator.78-15>
26. Корман І.І., Семенда О.В., Мазур Ю.П. Вплив цифрових технологій на управління каналами розподілу та логістику в умовах глобальної економіки. *Економіка та суспільство*. 2025. №71. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-28>
27. Семенда О.В., Корман І.І., Макушок О.В. Синергія маркетингового та логістичного управління у розвитку бренду та каналів розподілу. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2025. №18. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2025-18-04-07>
28. Корман І.І., Семенда О.В., Макушок О.В. Інтеграція логістичних процесів у цифрових маркетингових стратегіях електронної комерції. *Наукові праці МАУП. Економічні науки*. 2025. №2(78). С.166-172. DOI: <https://doi.org/10.32689/2523-4536/78-24>
29. Макушок О.В., Корман І.І., Семенда О.В. Стратегії цифрової трансформації B2B-маркетингу: формування клієнтоорієнтованих моделей в умовах глобальної діджиталізації. *Збірник наукових праць Уманського національного університету. Серія «Економічні науки»*. 2025. №106. Ч2. С. 45-55. DOI: 10.32782/2415-8240-2025-106-2-45-55
30. Семенда О.В., Корман І.І. Тенденції та перспективи розвитку ринку соняшникової олії в умовах геополітичної нестабільності. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. 2025. №2(55). С. 121-130. DOI: <https://doi.org/10.32782/2519-884X-2025-55-15>

- | | |
|--|--|
| | <p>31. Семенда О.В. Трансформація маркетингових стратегій та поведінки споживачів в Україні в умовах воєнного часу. <i>Економіка та суспільство</i>. 2025. №75. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-75-51</p> <p>32. Семенда О.В. Стратегії маркетингової адаптації бізнесу в Україні до умов невизначеності. <i>Norwegian Journal of development of the International Science</i>. 2025. №158. С. 21-27. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.15657606</p> <p>33. Семенда О.В., Корман І.І. Даунсайзинг як стратегія цінової адаптації: маркетингові механізми та практики впровадження. <i>Вісник Академії праці, соціальних відносин і туризму. Серія: Економіка, психологія та менеджмент</i>. 2026. №7. DOI: https://doi.org/10.54929/3041-2390-2026-07-04-01</p> <p>34. Семенда О.В., Семенда Д.К. Маркетинговий аналіз трансформації ринку м'яса птиці в Україні. <i>Агросвіт</i>. 2026. №2. С.119-128. DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6792.2026.2.119</p> <p>35. Семенда О.В., Корман І.І. Ринок кави в Україні: маркетинговий аналіз. <i>Інвестиції: практика та досвід</i>. 2026. №2. С.184-191. DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6814.2026.2.184</p> <p>36. Семенда О.В. Фулфілмент-логістика в маркетингу: стратегії успішної комерційної діяльності підприємств. <i>Бізнес-навігатор</i>. 2026. №1(84). С.109-116. DOI: https://doi.org/10.32782/business-navigator.84-17</p> <p>37. Корман І.І., Семенда О.В. Модель оцінки ефективності інфраструктури біржового ринку в умовах цифрової трансформації. <i>Економіка та суспільство</i>. 2026. №84. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-84-14</p> <p>38. Корман І.І., Семенда О.В. Персоналізація маркетингових комунікацій у сегменті здорового харчування: вплив на формування та розвиток лояльності споживачів (на прикладі безлактозної продукції). <i>Економіка та суспільство</i>. 2026. №86. https://doi.org/10.32782/2524-0072/D2026-86-234</p> <p>39.Євсейцева, О., Люльчак, З., Семенда, О., Ярвіс, М., & Пономаренко, І. (2022). Digital-маркетинг як сучасний інструмент просування товарів та послуг у соціальних мережах. <i>Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики</i>, 1(42), 361–370. https://doi.org/10.18371/fcaptp.1.42.2022.3723 (<i>Web of Science/ Scopus</i>)</p> <p>40.Semenda, O., Shevchenko, V., Purhani, S., Kharit, O., & 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 (<i>Scopus</i>)</p> |
|--|--|

		41.Semenda, O., Sokolova, Y., Korovina, O., Bratko, O., & Polishchuk, I. (2024). Using Social Media Analysis to Improve E-commerce Marketing Strategies. <i>International Review of Management and Marketing</i>, 14(4), 61–71. https://doi.org/10.32479/irmm.16196 (Scopus) 42.Semenda, O., Korovina, O., Parfentieva, O., Bazaka, R., Berezivska, O. (2025) Consumer behavior in social media and its impact on e-commerce in Ukraine. <i>Pacific Business Review International</i>. Vol. 17. Issue 11. P.138-150. http://www.pbr.co.in/2025/May11.aspx (<i>Web of Science</i>) 43.Semenda, O., Poveshchenko, M., Makushok, O., Korman, I., & Lementovska, V. (2025). The impact of personalized marketing on the effectiveness of logistics solutions in retail. <i>International Review of Management and Marketing</i>. 15(6). p.149-158. DOI: https://doi.org/10.32479/irmm.20309 (Scopus)
2	Наявність одного патенту на винахід або п'яти деклараційних патентів на винахід чи корисну модель, включаючи секретні, або наявність не менше п'яти свідоцтв про реєстрацію авторського права на твір	Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір: 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: http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.2.22» 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). https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-04-01» 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: 10.32702/2306-6792.2022.3.77» 4. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №122303 від 25.12.2023р. Стаття «Маркетинговий аналіз фармацевтичного ринку України» 5. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №122304 від 25.12.2023р. Стаття «Маркетингове дослідження ринку молока та молочних продуктів України» 6. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №122354 від 26.12.2023р. Стаття «Маркетингове дослідження кон'юнктури ринку зерна в умовах війни» 7. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 145078. (2026). Стаття Аналіз показників соціальних мереж як основа наукових досліджень при створенні маркетингових стратегій. https://sis.nipo.gov.ua/uk/search/detail/1925173/ 8. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 1450772. (2026). Стаття Тенденції та перспективи розвитку ринку соняшникової олії в умовах геополітичної

		нестабільності. https://sis.nipo.gov.ua/uk/search/detail/1925174/ 9. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 145171 (2026). Стаття Трансформація маркетингових стратегій та поведінки споживачів в Україні в умовах воєнного часу. https://sis.nipo.gov.ua/uk/search/detail/1925161/ 10. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 145170 (2026). Стаття Стратегії маркетингової адаптації бізнесу в Україні до умов невизначеності. https://sis.nipo.gov.ua/uk/search/detail/1925160/ 11. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 145076. (2026). Стаття Даунсайзинг як стратегія цінової адаптації: маркетингові механізми та практики впровадження. https://sis.nipo.gov.ua/uk/search/detail/1925175/ 12. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 145075 (2026). Стаття Ринок кави в Україні: маркетинговий аналіз. https://sis.nipo.gov.ua/uk/search/detail/1925176/ 13. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №146410 (2026). Стаття Фулфілмент-логістика в маркетингу: стратегії успішної комерційної діяльності підприємств. https://sis.nipo.gov.ua/uk/search/detail/1925165/
3	Наявність виданого підручника чи навчального посібника (включаючи електронні) або монографії (загальним обсягом не менше 5 авторських аркушів), в тому числі видані у співавторстві (обсягом не менше 1,5 авторського аркуша на кожного співавтора)	1. Пенькова О. Г., Цимбалюк Ю. А., Харенко А. О., Корман І. І., Семенда О. В., Бортник Т. І., Лементовська В. А., Макушок О. В. <i>Маркетингові технології в аграрному секторі економіки</i>: монографія. Умань: Видавець «Сочінський М.М.», 2026. 223с. https://doi.org/10.5281/zenodo.18860389 2. Семенда О.В., Пенькова О.Г., Корман І.І. Поведінка споживачів: навчальний посібник. Умань: видавець "Сочінський М.М.". 2026. 272с. https://doi.org/10.5281/zenodo.21216369
4	Наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання, електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій/ робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць загальною кількістю три найменування	1. Цифровий маркетинг: методичні вказівки до виконання самостійної роботи здобувачами другого (магістерського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг» [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2022. 13 с. (0,6 д.а.) 2. Логістика: методичні вказівки для підготовки до практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальностей 075 «Маркетинг» та 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» денної та заочної форми навчання [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2022. 121 с. (4,6 д.а.) 3. Логістика: методичні вказівки до виконання самостійної роботи здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальностей 075 «Маркетинг» та 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» денної форми навчання [уклад.:

О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2022. 59 с. (2,5 д.а)

4. Логістика: методичні вказівки до виконання самостійної роботи здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальностей 075 «Маркетинг» та 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» заочної форми навчання [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2022. 60 с. (2,5 д.а)

5. Маркетинг в соціальних мережах: методичні вказівки для підготовки до практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг». [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2022. 54 с. (2,3 д.а.)

6. Маркетинг в соціальних мережах: методичні вказівки до виконання самостійної роботи здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг». [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2022. 11с. (0,4 д.а.)

7. Стандартизація і сертифікація продукції та послуг: методичні вказівки для підготовки до практичних занять для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2023. 29 с. (1,2 д.а)

8. Стандартизація і сертифікація продукції та послуг: методичні вказівки до виконання самостійної роботи здобувачами другого (магістерського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг» [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2023. 31с. (1,3 д.а.)

9. Логістичний менеджмент: методичні вказівки для підготовки до практичних занять для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2023. 81 с. (3,03 д.а)

10. Логістичний менеджмент: методичні вказівки до виконання самостійної роботи здобувачами другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2023. 39 с. (2,05 д.а.)

11. Основи комерційної діяльності: методичні вказівки для підготовки до практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг». [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2023. 70 с. (2,3 д.а.)

12. Основи комерційної діяльності: методичні вказівки до виконання самостійної роботи здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг». [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2023. 15с. (0,6 д.а.)

13. Логістика і комунікації в захисті рослин: методичні вказівки для підготовки до практичних занять для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 202 *Захист і карантин рослин* освітньої програми *Захист і карантин рослин* денної та заочної форми навчання. [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2024.

		84с. 14.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. 15. 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.) 16. 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.) 17. 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.) 18. 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.) 19.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.) 20. Маркетинг в соціальних мережах: методичні вказівки для підготовки до практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг» денної та заочної форми навчання. [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУ. 2025. 58 с. (2,5д.а.) 21.Маркетинг в соціальних мережах: методичні вказівки до виконання самостійної роботи здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг» денної та заочної форми навчання. [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУ. 2025. 47 с. (1,6д.а.)
8	Виконання функцій (повноважень, обов'язків) наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або	1. Відповідальний виконавець наукового проекту за господарчою тематикою за договором №3/23 від 19.04.2023 з ПП «ЕнергоСервіс ДСК» на тему: «Обґрунтування напрямів рекламної діяльності ПП «ЕнергоСервіс ДСК» (2023 рік)

	головного редактора/члена редакційної колегії/експерта (рецензента) наукового видання, включеного до переліку фахових видань України, або іноземного наукового видання, що індексується в бібліографічних базах	2. 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
12	Наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультаційних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій	1. Семенда О.В. Маркетингова стратегія підприємства на основі аналізу поведінки споживачів. <i>Scientific Collection «InterConf»</i>, (95): with the Proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Conference «Scientific Goals and Purposes in XXI Century» (January 19-20, 2022). Seattle, USA: ProQuest LLC, 2022. 915p. P.114-119. DOI 10.51582/interconf.19-20.01.2022.010 2. Семенда О.В. Аналіз внутрішнього середовища рітейлу України під час воєнного стану. <i>Interdisciplinary research: scientific horizons and perspectives: Collection of scientific papers «SCIENTIA» with Proceedings of the III International Scientific and Theoretical Conference</i> (Vol. 1), May 6, 2022. Vilnius, Republic of Lithuania: European Scientific Platform. C.26-28. DOI: https://doi.org/10.36074/scientia-06.05.2022 3. Семенда О.В. Мобільна комерція: основні аспекти. <i>Scientific Collection «InterConf»</i>, (108): with the Proceedings of the 5 th International Scientific and Practical Conference «Experimental and Theoretical Research in Modern Science» (May 16-18, 2022). Kishinev, Moldova: Giperion Editura, 2022. 303 p. P.30-34. Available at: https://interconf.top/documents/2022.05.16-18.pdf 4. Семенда О.В. Поведінка споживачів в digital-середовищі. <i>Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин, матеріали XVII Міжнародної науково-практичної конференції</i>. 26 травня 2022 р. Умань: 2022. 221с. С.67-69 5. Семенда О.В. Оцінка лояльності споживачів. <i>Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Розвиток фінансово-кредитних систем: виклики сьогодення»</i>, 6-7 червня 2022р. Уманський НУС. Умань. 176 с. С.126-128 6. Семенда О.В. Маркетингові стратегії задоволення потреб споживачів в логістиці. <i>Матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики»</i>, 25 жовтня 2022р. Умань: УНУС, 2022. 185с. С.149-152 7. Семенда О.В. Оцінка діяльності складу на основі збалансованої системи показників в логістиці. <i>Матеріали XIV Всеукраїнської наукової конференції за міжнародною участю</i>

- «Актуальні питання сучасної економіки», 15 листопада 2022 року. Умань: УНУС, 2022.
8. Semenda O., Korman I. PECULIARITIES OF MARKETING APPLICATIONS IN UKRAINIAN AGRICULTURE. *Sustainable Development: Modern Theories and Best Practices: Materials of the Monthly International Scientific and Practical Conference* (April 28-29, 2023) / Gen. Edit. Olha Prokopenko, Tallinn: Teadmus OÜ, 2023, 210 p. P.140-142.
9. Семенда О.В., Корман І.І. Роль digital-маркетингу для розвитку підприємництва. *Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку* [Електронний ресурс]: 36 матеріалів VIII Міжнар. наук.-практ. конференції. К.: КНЕУ, 2023. 478с. С.305-309
10. Семенда О.В. Вплив цифрового маркетингу на поведінку споживачів. *Theoretical and empirical scientific research: concept and trends: Collection of scientific papers «ΛΟΓΟΣ» with Proceedings of the V International Scientific and Practical Conference*, Oxford, June 23, 2023. P.39-41. DOI 10.36074/logos-23.06.2023.09
11. Семенда Д.К., Семенда О.В. Можливості підтримки якості та конкурентоспроможності в агропромисловому комплексі. *Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин, матеріали XVIII Міжнародної науково-практичної конференції*. 25 травня 2023 р. Умань: 2023. 116с. С.107-108
12. Бортник Т.І., Семенда О.В. Цільовий маркетинг для залучення й утримання клієнтів. *Modernization of science and its influence on global processes: collection of scientific papers «SCIENTIA» with Proceedings of the IV International Scientific and Theoretical Conference*, November 3, 2023. Bern, Swiss Confederation: International Center of Scientific Research. DOI 10.36074/scientia-03.11.2023 С.24-25
13. [Семенда О.В.](#) Трансформація маркетингу в умовах цифровізації: теоретичні та практичні аспекти. *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
14. [Семенда Д.К.](#), Семенда О.В. Роль маркетингу в підприємницькій діяльності. *Актуальні питання сучасної економіки: матеріали XV Всеукраїнської наукової конференції за міжнародною участю*, 15 листопада 2023 р. Умань: УНУС. 2023. 320с. С.192-194
15. Семенда О.В., Поліщук А.Д. Вибір логістичного посередника в ланцюгах поставок. *Актуальні питання сучасної економіки: матеріали XV Всеукраїнської наукової конференції за міжнародною участю*, 15 листопада 2023 р. Умань: УНУС. 2023. 320с.

C.195-197

16. Семенда О.В. Вплив стратегій цифрового маркетингу на прибуток та лояльність споживачів: аналіз та перспективи. *Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг: IV Міжнародна науково-практична конференція*, 23-24 лютого 2024 р.: [тези доп.]. Рівне: О. Зень, 2024. 287с. С.217-220

17. Семенда О.В. Роль маркетингу в бізнесі в умовах інноваційної цифрової економіки. *Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах: матеріали IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції*. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2024. 423с. С.390-393.

18. Семенда О.В. Цифровий маркетинг: можливості та виклики для розвитку підприємництва. *Підприємництво та торгівля: сучасний стан і перспективи розвитку: Матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф.* (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

19. Семенда Д.К., Семенда О.В. Підприємництво у воєнний час: виклики та можливості адаптації. *Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин, матеріали XIX Міжнародної науково-практичної конференції*. Умань. 2024. 235с. С.200-202.

20. Семенда О.В. Інтегрована стратегія лояльності та ціноутворення як засіб формування споживчої цінності. *Економіка, обіг, фінанси та маркетинг: аналіз тенденцій та перспектив розвитку: Збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького*. Черкаси. 2024. 239с. С.179-182

21. [Семенда О.В.](#) Когнітивні принципи впливу на поведінку споживачів в електронній комерції. *Матеріали IX Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики»* (25 жовтня 2024 року), м. Умань. 307с. С.113-115

22. 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

23. Семенда О.В. Маркетингові інструменти підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств в умовах нестабільного ринку. *Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин, матеріали XX Міжнародної науково-практичної*

конференції. Умань. 2025. 237с. С. 87-90. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15752169>

24. Корман І.І., Семенда О.В. Оптимізація «останньої милі» в онлайн-торгівлі: досвід українських маркетплейсів. *Менеджмент, маркетинг, логістика: тренди та подолання викликів: збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених, аспірантів, студентів (м. Житомир, 12 листопада 2025 року)*. Житомир: Вид-во «Поліський національний університет», 2025. 435с. С.77-80

25. Семенда О.В. Маркетинг відносин як основа лояльності споживачів у довгостроковій перспективі. *Матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики»*, 29 жовтня 2025 р., м. Умань. 282с. С.37-41. URL: <https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/11042>

26. Семенда О.В. Інтеграція маркетингу та логістики в управлінні ланцюгами поставок як фактор формування лояльності споживачів. *Актуальні питання сучасної економіки: матеріали XVII Всеукраїнської наукової конференції*, 13 листопада 2025р. Умань: УНУ. 2025. 300 с. С.189-192. URL: <https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/11050>

27. Semenda O. Changes in consumer behavior in B2B sales. *International Scientific Conference The Global Financial Architecture: Current Challenges and Directions for Reform: Conference Proceedings (April 3–4, 2026. Klaipeda, Lithuania)*. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 154 p. P.110-112. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-676-8-31>

28. Семенда О.В. Диференційний підхід до управління запасами у сільськогосподарському виробництві. *Grail of Science: Матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції «An integrated approach to science modernization: methods, models and multidisciplinary»*. №65. 2026. С. 512-515. DOI: 10.36074/grail-of-science.03.04.2026.055

29. Семенда О.В. Цифрова трансформація маркетингу в умовах сталого розвитку. *Інтеграція науки, технологій та економіки для сталого розвитку: матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 17-18 квітня 2026 р.)*. Львів-Торунь: Liha-Pres, 2026. 206 с. С. 163-167. DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-605-1-31>

30. Семенда О.В. Електронна комерція та логістика продуктового ринку: трансформація каналів збуту. *Матеріали XVIII міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингове забезпечення продуктового ринку» (м. Полтава, 14 травня 2026 року)*. Полтава: ПДАУ. 2026. 240 с. С.190-193.

31. Семенда О.В., Семенда Д.К. Цифрова трансформація логістики як чинник підвищення цінності для споживача. *Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах*

		<i>ринкових відносин, матеріали XXI Міжнародної науково-практичної конференції, приуроченої 50-річчю факультету економіки, підприємництва та інформаційних технологій. Умань: УНУ. 2026. 484с. С.216-220. https://doi.org/10.5281/zenodo.21278486</i>
14	Керівництво студентом, який зайняв призове місце на I або II етапі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або робота у складі організаційного комітету / журі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком / проблемною групою; керівництво студентом, який став призером або лауреатом Міжнародних, Всеукраїнських мистецьких конкурсів, фестивалів та проєктів, робота у складі організаційного комітету або у складі журі міжнародних, всеукраїнських мистецьких конкурсів, інших культурно-мистецьких проєктів (для забезпечення провадження освітньої діяльності на третьому (освітньо-творчому) рівні); керівництво здобувачем, який став призером або лауреатом міжнародних мистецьких конкурсів, фестивалів, віднесених до Європейської або Всесвітньої (Світової) асоціації мистецьких конкурсів, фестивалів, робота у складі організаційного комітету або у складі журі зазначених мистецьких конкурсів, фестивалів); керівництво студентом, який брав участь в Олімпійських, Паралімпійських іграх, Всесвітній та Всеукраїнській Універсіаді, чемпіонаті світу, Європи, Європейських іграх, етапах Кубка світу та Європи, чемпіонаті	Призер I туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з напряму «Маркетинг»: Зіновкін Б.К., 2023р. – диплом 2-го ступеня.

	України; виконання обов'язків тренера, помічника тренера національної збірної команди України з видів спорту; виконання обов'язків головного секретаря, головного судді, судді міжнародних та всеукраїнських змагань; керівництво спортивною делегацією; робота у складі організаційного комітету, суддівського корпусу	
19	Діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях	Членство в Українській асоціації маркетингу (сертифікат № 597 від 02.06.2021 р.)