

**Аналіз освітньої та/або професійної кваліфікації
доцента кафедри маркетингу Харенка Андрія Олександровича
за 2022-2026 рр.**

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

№	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.Penkova, O., Kharenko, A., Lementovska, V., Bortnyk, T., & Hrabek, Y. (2026). Countering greenwashing: The impact of brand transparency on consumer loyalty in the digital age. <i>OIDA International Journal of Sustainable Development</i>, 19(7), 119-126. https://doi.org/10.64211/oidaijsd190710 (Scopus) 2.Penkova, O., Kharenko, A., Strunhar, A., Lementovska, V., Korman, I. (2024). Marketing approaches amid rapid technological shifts: forecasting and flexibility. <i>AD ALTA Journal of Interdisciplinary Research</i>, 14(1), pp.140-145. URL: https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/140142/papers/A_27.pdf (Web of Science) 3.Penkova, O., Kharenko, A. (2023) Transformation of marketing logistics for the export of ukrainian crop production in the context of a full-scale war with the russian federation. <i>Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series Economics</i>, 10(1), pp. 37-48. URL: DOI: 10.52566/msu-econ1.2023.037 (Web of Science, Scopus) 4.Penkova, O., Zakharchuk, O., Blahun, I., Berher, A., Nechytailo, V., Kharenko, A.. (2022). Price Monitoring Automation with Marketing Forecasting Methods. <i>IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security</i>, 22(9), pp 471-480. URL: https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2022.22.9.61 (Web of Science) 5.Леметовська В.А., Пенькова О.Г. Харенко А. О. Економічні інструменти маркетингу в системі управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств. <i>Наукові перспективи</i>. 2026. № 3 (69). С.2560-2574. https://doi.org/10.52058/2708-7530-2026-3(69)-2560-2573 6.Харенко А. О., Леметовська В. А., Бортник Т. І. Маркетингове забезпечення конкурентоспроможності надавачів юридичних послуг // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2025. № 12. https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-12-11747 7.Новак І. М., Соколюк С. Ю., Коротєєв М. А., Харенко А. О. Геопросторовий підхід до оцінки аграрних ризиків та ефективності страхування в Україні. <i>Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". 2025. № 10. https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-10-11465</i> 8.Харенко А. О., Бортник Т. І. Забезпечення розвитку аграрних виробників овочевої продукції на засадах маркетингу. <i>Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". 2025. № 10. https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-10-11466</i> 9.Харенко А.О. Трансформація маркетингових стратегій страхових компаній в умовах сучасного ринку: зб. наук. праць Уманського національного університету. Умань : Видавець «Сочінський М. М.», 2025. Випуск 106. Ч. 2: Економічні науки. С. 77-89. DOI: 10.32782/2415-8240-2025-106-2-77-89. 10.Прокопчук О. Т., Харенко А. О., Гумен О. В., Мирошніченко М. М., Клименко В.О., Жарун Р. Ф. Цифрові трансформації та інноваційні рішення на ринку страхових послуг України : зб. наук. праць Уманського національного університету садівництва. Умань : Видавець «Сочінський М. М.», 2024. Випуск 105. Ч. 2: Економічні науки. С. 106-115. DOI: 10.32782/2415-8240-2024-105-2-106-115. 11.Пенькова О.Г., Харенко А.О. Тенденції розвитку рекламних технологій на ринку нерухомості // Зб. наук. праць Уманського національного університету садівництва. Умань, 2023. Вип. 102. Ч. 2. С. 222-234. URL: https://journal.udau.edu.ua/assets/files/102/102.2/19.pdf

		12.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 : https://bsagriculture.com.ua/uk/journals/tom-27-2-2023/marketingovy-analiz-seredovishcha-funktsionuvannya-agrarnikh-pidpriyemstv 13.Прокопчук О.Т. Пенькова О.Г., Харенко А.О. Теоретичні засади управління маркетинговою діяльністю у страховому бізнесі // <i>Зб. наук. праць Уманського національного університету садівництва</i>. Умань, 2022. Вип. 101. Ч. 2. С. 120-130. URL : https://journal.udau.edu.ua/assets/files/101.2/12.pdf 14.Пенькова О.Г., Харенко А.О., Лементовська В.А. Економічний механізм маркетингу вітчизняних середніх підприємств аграрного бізнесу // <i>Зб. наук. праць Уманського національного університету садівництва</i>. Умань, 2022. Вип. 100. Ч. 2. С. 311-319. URL : https://lib.udau.edu.ua/items/df3f87c1-4e75-460b-8393-940d2b6abd00 15. Пенькова О.Г., Харенко А.О. Практика застосування концепції соціально відповідального маркетингу міжнародними компаніями під час російсько-української війни // <i>Науковий вісник Одеського національного університету</i>. № 2 (92). Т. 27. Серія „Економічні науки”. 2022. С. 44-48. URL : https://lib.udau.edu.ua/items/143265c3-f947-43a2-ab4c-1539ac1c16f8
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. Маркетингові технології в аграрному секторі економіки: монографія / О.Г. Пенькова, Ю.А. Цимбалюк, А.О. Харенко, І.І. Корман, О.В. Семенда, Т.І. Бортник, В.А. Лементовська, О.В. Макушок. Умань: Видавець «Сочінський М. М.», 2026. 223 с.
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.Методичні вказівки для підготовки до семінарських/практичних занять та виконання самостійної роботи і ІНДЗ з дисципліни «Аграрний маркетинг» студентами факультету економіки і підприємництва ОС «Магістр» спеціальності D5 Маркетинг / А.О. Харенко. Умань: УНУ, 2025. 158 с. 2.Методичні вказівки для підготовки до семінарських і практичних занять та виконання самостійної роботи з дисципліни «Товарна інноваційна політика» студентами факультету економіки і підприємництва ОС «Магістр» спеціальності D5 Маркетинг / А.О. Харенко. Умань: УНУ, 2025. 69 с. 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.
8	Виконання функцій (повноважень, обов'язків) наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або головного редактора/члена редакційної колегії/експерта (рецензента) наукового видання, включеного до переліку фахових видань України, або іноземного наукового видання, що індексується в бібліографічних базах	1. Відповідальний виконавець наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ФГ «Агрофірма «Базис» Уманського району Черкаської області (2022 та 2025 роки) 2. Відповідальний виконавець наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ПП «ЕнергоСервіс ДСК» м. Умань Черкаської області (2023 рік)
19	Діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях	Членство в Українській асоціації маркетингу (сертифікат № 577 від 30.03.2021 р.)