

**Аналіз освітньої та/або професійної кваліфікації  
завідувача кафедри маркетингу Пенькової О.Г.  
за 2019-2023 рр.**

Відповідність пунктам № 1, 4, 7, 8, 14, 19 статті 38 Ліцензійних умов

№	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	<p>1. Penkova O., Zakharchuk O., Blahun I., Berher A., Nechytailo V., Kharenko A. (2022). Price monitoring automation with marketing forecasting methods. International Journal of Computer Science and Network Security. VOL.22. №9. pp. 471-480. URL: <a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9225">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9225</a>. (Web of Science)</p> <p>2. Penkova, O., Lementovska, V., Sokovnina, D., Korman, I., &amp; Semenda, O. (2021). Developing a marketing strategy to improve the market activities of agricultural and processing enterprises, using the policy of “Goodvalley” as an example. Scientific Horizons, 24(11), 92-100. DOI: 10.48077/scihor.24(11).2021.92-100/ URL: <a href="http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9175">http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9175</a> (Scopus)</p> <p>3. Penkova O., Kharenko A., Lementovska V., Poberezhets I., Nehanov V. (2021). The Influence of Raw Material Factors and Demand Factors on the Formation of Supply of Products by Milk-processing Enterprises on the Regional Market: Ukrainian Experience // The Importance of New Technologies and Entrepreneurship in Business Development: In The Context of Economic Diversity in Developing Countries. 2021. pp 594-603. (URL : <a href="https://www.springerprofessional.de/en/the-influence-of-raw-material-factors-and-demand-factors-on-the-/18960312">https://www.springerprofessional.de/en/the-influence-of-raw-material-factors-and-demand-factors-on-the-/18960312</a>) (Scopus)</p> <p>4. Braslavskaya O. V., Penkova O. H., Plets I. I., Sus T. Y., Biloshkurska N. V., Biloshkurskyi M. V. (2020), “Management of the higher education institutions innovative potential: formalization and evaluation”, Revista Inclusiones. Vol: 7 num 4. 624-645. URL: <a href="http://revistainclusiones.org/pdf18/42%20VOL%207%20NUM%20OCTUBREDICIEMBRE2020%20REVISINCLUS.pdf">http://revistainclusiones.org/pdf18/42%20VOL%207%20NUM%20OCTUBREDICIEMBRE2020%20REVISINCLUS.pdf</a> (Web of Science).</p> <p>5. Сус Т.Й., Стояненко І.В., Пенькова О.Г., Макушок О.В. Оцінка впливу інноваційного потенціалу ресурсозабезпечення на фінансову ефективність аграрного сектора економіки України. Академічний огляд. 2023. № 2 (59). С. 113-130. DOI:10.32342/2074-5354-2023-2-59-8.</p> <p>6. Пенькова О.Г., Харенко А.О. Маркетинговий аналіз середовища функціонування аграрних підприємств // Вісник аграрної науки Причорномор'я, 2023. Том 27. № 2. С. 28-40. URL: <a href="https://bsagriculture.com.ua/uk/journals/tom-27-2-2023/marketingovy-analiz-seredovishcha-funktsionuvannya-agrarnikh-pidpriyemstv">https://bsagriculture.com.ua/uk/journals/tom-27-2-2023/marketingovy-analiz-seredovishcha-funktsionuvannya-agrarnikh-pidpriyemstv</a></p>

		<p>7. Пенькова О. Г. Використання посередників при здійсненні збутової діяльності фармацевтичними підприємствами. Інноваційна економіка. 2023. № 1 [93]. С. 131-136. URL: <a href="http://inneco.org/index.php/innecoua/article/view/1024">http://inneco.org/index.php/innecoua/article/view/1024</a></p> <p>8. Пенькова О. Г. Маркетингова політика розподілу фармацевтичних підприємств. Ефективна економіка. 2023. № 5. URL: <a href="https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1547/1557">https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1547/1557</a></p> <p>9. Пенькова О.Г., Харенко А.О. Тенденції розвитку рекламних технологій на ринку нерухомості // 36. наук. праць Уманського національного університету садівництва. Умань, 2023. Вип. 102. Ч. 2. С. 222-234. URL: <a href="https://journal.udau.edu.ua/arxiv-nomerv/2023/vipusk-102-chastina-2/tendencii-rozvitku-reklamnih-tehnologij-na-rinku-neruhomosti.html">https://journal.udau.edu.ua/arxiv-nomerv/2023/vipusk-102-chastina-2/tendencii-rozvitku-reklamnih-tehnologij-na-rinku-neruhomosti.html</a></p> <p>10. Пенькова О. Г., Харенко А. О. Трансформація маркетингової логістики експорту української продукції рослинництва в умовах повномасштабної війни з рф. Науковий вісник МДУ. Серія "Економіка", 2023. Том 10, № 1. С. 37-48. URL: <a href="https://economics-msu.com.ua/uk/journals/tom-10-1-2023/transformatiya-marketingovoyi-logistiki-eksportu-ukrayinskoyi-produktsiyi-roslinnitstva-v-umovakh-rovnomasshtabnoyi-viyni-z-rf">https://economics-msu.com.ua/uk/journals/tom-10-1-2023/transformatiya-marketingovoyi-logistiki-eksportu-ukrayinskoyi-produktsiyi-roslinnitstva-v-umovakh-rovnomasshtabnoyi-viyni-z-rf</a></p> <p>11. Прокопчук О. Т., Пенькова О. Г., Харенко А. О. Теоретичні засади управління маркетинговою діяльністю у страховому бізнесі. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва / Редкол.: О. О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань : Видавець «Сочінський М. М.», 2022. Вип. 101. Ч. 2 : Економічні науки. С. 120-130. URL: <a href="https://journal.udau.edu.ua/arxiv-nomerv/2022/vipusk-101-chastina-2/teoretichni-zasadi-upravlinnya-marketingovoyu-diyalnistyu-u-strahovomu-biznesi.html">https://journal.udau.edu.ua/arxiv-nomerv/2022/vipusk-101-chastina-2/teoretichni-zasadi-upravlinnya-marketingovoyu-diyalnistyu-u-strahovomu-biznesi.html</a></p> <p>12. Пенькова О.Г., Корман І.І., Семенда О.В. Маркетинговий аналіз фармацевтичного ринку України. Інвестиції: практика та досвід. 2022. № 9-10. С. 16–23. DOI: 10.32702/2306-6814.2022.9-10.16 URL: <a href="http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9206">http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9206</a></p> <p>13. Пенькова О.Г., Семенда О.В. Теоретичні основи проведення наукових досліджень здобувачами вищих навчальних закладів: огляд літератури як методологія дослідження. Наукові інновації та передові технології. № 4(6). 2022. С.164-176. DOI: <a href="https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-4(6)-164-176">https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-4(6)-164-176</a> URL: <a href="http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9178">http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9178</a></p> <p>14. Пенькова О.Г., Харенко А.О. Практика застосування концепції соціально відповідального маркетингу міжнародними компаніями під час російсько-української війни. Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. 2022. Т.27. Вип. 2 (92). С. 44-49. URL:<a href="https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9283">https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9283</a></p> <p>15. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Лементовська В.А. Економічний механізм маркетингу вітчизняних середніх підприємств аграрного бізнесу. Збірник наук. праць Уманського національного університету</p>
--	--	---

		<p>садівництва. Умань, 2022. Вип. 100. Ч. 2. С. 311 – 319. URL:<a href="https://journal.udau.edu.ua/assets/files/100.2/30.pdf">https://journal.udau.edu.ua/assets/files/100.2/30.pdf</a></p> <p>16. Пенькова О.Г., Корман І.І., Семенда О.В. Теоретичні підходи до формування наукових гіпотез в маркетингу. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. 2021. №8. С. 42-48. URL: <a href="http://tnveconom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/179/176">http://tnveconom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/179/176</a></p> <p>17. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Соковніна Д.М. Використання інструментарію маркетингу послуг елеваторами України. Економіка та суспільство. 2021. №29. URL: <a href="https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/579/555">https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/579/555</a></p> <p>18. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Кулішенко Є.М. Адаптація маркетингової стратегії підприємств сільськогосподарського машинобудування до умов внутрішнього і міжнародного ринків Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія „Економічні науки”. 2021. № 2. Т. 1. С. 35-50. URL: <a href="http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/7909">http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/7909</a></p> <p>19. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Кулішенко Є.М. Організація управління маркетинговою діяльністю підприємства сільськогосподарського машинобудування на внутрішньому та зовнішньому ринках. Збірник наукових праць Уманського НУС. Серія економіка. Випуск 98 Частина 2, 2021. С. 153-165. URL: <a href="http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/7895">http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/7895</a></p> <p>20. Кірдан О.Л., Пенькова О.Г. Методика викладання у вищій школі - фундаментальний складник підготовки доктора філософії. Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. 2020. № 71. С. 32-37. URL: <a href="http://lib.udau.edu.ua/bitstream/bd.pdf">http://lib.udau.edu.ua/bitstream/bd.pdf</a></p> <p>21. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Лементовська В.А. Маркетингова товарна політика молокопереробних підприємств Черкаської області. Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. № 1. Серія „Економічні науки”. 2020. С. 17-32. URL: <a href="http://dspace.knau.kharkov.ua/jspui/bitstream/123456789/2762/1/4.pdf">http://dspace.knau.kharkov.ua/jspui/bitstream/123456789/2762/1/4.pdf</a></p> <p>22. Pen'kova, O., Kharenko, A. and Nevlad, V. (2020), Advertising concepts of the promotion of the production of milk processing enterprises in cherkasy region. Investytsiyi: praktyka ta dosvid, vol. 15-16, pp. 22–27. URL: <a href="http://www.investplan.com.ua/pdf/15-16_2020/6.pdf">http://www.investplan.com.ua/pdf/15-16_2020/6.pdf</a></p> <p>23. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Лементовська В.А. Маркетингові дослідження ставлення студентства до органічних продуктів харчування. Науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». 2020. №3-4. С.133-139. URL: <a href="http://inneco.org/index.php/innecoua/article/view/573">http://inneco.org/index.php/innecoua/article/view/573</a></p>
4	наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів	1.Міжнародний маркетинг: методичні вказівки для семінарських занять студентів освітнього рівня «Магістр» спеціальності 075 «Маркетинг» / О.Г. Пенькова. Умань: Уманський національний університет садівництва. 2021. 28 с.

	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	<p>2. Міжнародний маркетинг: методичні вказівки для самостійної роботи студентів освітнього рівня «Магістр» спеціальності 075 «Маркетинг» / О.Г. Пенькова. Умань: Уманський національний університет садівництва. 2021. 28 с.</p> <p>3. Методичні вказівки з написання курсових робіт з дисципліни «Маркетинг» студентами освітнього рівня «бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» / О.Г. Пенькова. Умань: Уманський національний університет садівництва. 2021. 16 с.</p>
7	участь в атестації наукових кадрів як офіційного опонента або члена постійної спеціалізованої вченої ради, або члена не менше трьох разових спеціалізованих вчених рад	Разові СВР: ДФ 74.844.004; ДФ 74.844.007; ДФ 74.053.032.
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	<p>1. Науковий керівник наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ФГ «Агрофірма «Базис» Уманського району Черкаської області (2020 та 2022 роки)</p> <p>2. Науковий керівник наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ТОВ «Влас-агро» Уманського району Черкаської області (2019 рік)</p> <p>3. Науковий керівник наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ТОВ «Зоотехцентр» Уманського району Черкаської області (2021 рік)</p> <p>4. Науковий керівник наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ПП «ЕнергоСервіс ДСК» м. Умань Черкаської області (2023 рік)</p>
14	керівництво студентом, який зайняв призове місце на I або II етапі Всеукраїнської	Керівництво студентами, які зайняли призове місце на I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності: 2019-2020 н.р. «Маркетинг» I місце Семенда Д.М.; 2020-2021 н.р. «Маркетинг» I місце Чорна І.А.; 2021-2022 н.р. «Маркетинг» I місце Бойко Я.М.

	<p>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;</p>	<p>Керівництво студентом, який зайняв призове місце у Всеукраїнському конкурсі кваліфікаційних робіт з маркетингу, реклами, digital-комунікацій та управління брендами – Шалієвський Т.П. (диплом 3 ступеня (2023 р.)).</p>
19	<p>діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях</p>	<p>Членство в Українській асоціації маркетингу (сертифікат № 575 від 30.03.2021 р.)</p>