

**Аналіз освітньої та/або професійної кваліфікації  
завідувача кафедри маркетингу Пенькової О.Г.  
за 2020-2024 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., 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: <a href="https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/140142/papers/A_27.pdf">https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/140142/papers/A_27.pdf</a> (Web of Science)</p> <p>2. 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)</p> <p>3. Стояненко, І.В., Пенькова, О.Г., Макушок, О.В. (2023). Оцінка впливу інноваційного потенціалу ресурсозабезпечення на фінансову ефективність аграрного сектора економіки України. <i>Академічний огляд</i>, 2(59), с.113-130. URL: DOI:10.32342/2074-5354-2023-2-59-8. (Web of Science)</p> <p>4. Zelic, V., Dronova, T., Penkova, O., Kabanova, O., Travin, V. (2023). Content marketing as an effective component of business promotion. <i>AD ALTA-JOURNAL OF INTERDISCIPLINARY RESEARCH</i>, 13(2), 86-93. URL: <a href="https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/130236/papers/A_15.pdf">https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/130236/papers/A_15.pdf</a> (Web of Science)</p> <p>5. 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: <a href="https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2022.22.9.61">https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2022.22.9.61</a> (Web of Science)</p> <p>6. 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. <i>Scientific Horizons</i>, 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>7. 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. <i>Lecture Notes in Networks and Systems</i>, 194, 594–603. URL: <a href="https://doi.org/10.1007/978-3-030-69221-6_45">https://doi.org/10.1007/978-3-030-69221-6_45</a> (Scopus)</p>

		<p>8. 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. <i>Revista Inclusiones</i>, 7(4), 624-645. URL: <a href="https://revistainclusiones.org/index.php/inclu/article/view/1575">https://revistainclusiones.org/index.php/inclu/article/view/1575</a> (Web of Science).</p> <p>9. 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. URL: <a href="https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-31">https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-31</a></p> <p>10. 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). URL: <a href="https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-11">https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-11</a></p> <p>11. Пенькова О.Г., Харенко А.О. Маркетинговий аналіз середовища функціонування аграрних підприємств. <i>Вісник аграрної науки Причорномор'я</i>, 2023. Том 27. № 2. С. 28-40. URL: <a href="https://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>12. Пенькова О. Г. Використання посередників при здійсненні збутової діяльності фармацевтичними підприємствами. <i>Інноваційна економіка</i>. 2023. № 1 [93]. С. 131-136. URL: <a href="http://inneco.org/index.php/inneco.ua/article/view/1024">http://inneco.org/index.php/inneco.ua/article/view/1024</a></p> <p>13. Пенькова О. Г. Маркетингова політика розподілу фармацевтичних підприємств. <i>Ефективна економіка</i>. 2023. № 5. URL: <a href="https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1547/1557">https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1547/1557</a></p> <p>14. Пенькова О.Г., Харенко А.О. Тенденції розвитку рекламних технологій на ринку нерухомості. <i>Зб. наук. праць Уманського національного університету садівництва</i>. Умань, 2023. Вип. 102. Ч. 2. С. 222-234. URL: <a href="https://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>15. Прокопчук О. Т., Пенькова О. Г., Харенко А. О. Теоретичні засади управління маркетинговою діяльністю у страховому бізнесі. <i>Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва / Редкол.: О. О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань : Видавець «Сочінський М. М.»</i>, 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>16. 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 URL: <a href="http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9206">http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9206</a></p>
--	--	--

		<p>17. 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>. № 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>18. Пенькова О.Г., Харенко А.О. Практика застосування концепції соціально відповідального маркетингу міжнародними компаніями під час російсько-української війни. <i>Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова</i>. 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>19. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Лементовська В.А. Економічний механізм маркетингу вітчизняних середніх підприємств аграрного бізнесу. <i>Збірник наук. праць Уманського національного університету садівництва</i>. 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>20. Пенькова О.Г., Корман І.І., Семенда О.В. Теоретичні підходи до формування наукових гіпотез в маркетингу. <i>Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка</i>. 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>21. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Соковніна Д.М. Використання інструментарію маркетингу послуг елеваторами України. <i>Економіка та суспільство</i>. 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>22. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Кулішенко Є.М. Адаптація маркетингової стратегії підприємств сільськогосподарського машинобудування до умов внутрішнього і міжнародного ринків. <i>Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія „Економічні науки”</i>. 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>23. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Кулішенко Є.М. Організація управління маркетинговою діяльністю підприємства сільськогосподарського машинобудування на внутрішньому та зовнішньому ринках. <i>Збірник наукових праць Уманського НУС</i>. 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>24. Кірдан О.Л., Пенькова О.Г. Методика викладання у вищій школі - фундаментальний складник підготовки доктора філософії. <i>Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах</i>. 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>25. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Лементовська В.А. Маркетингова товарна політика молокопереробних підприємств Черкаської області. <i>Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. № 1. Серія „Економічні науки”</i>. 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>26. Pen'kova, O., Kharenko, A. and Nevlad, V. (2020), Advertising concepts of the promotion of the production of milk processing enterprises in cherkasy region. <i>Investytsiyi: praktyka ta dosvid</i>, 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>27. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Лементовська В.А. Маркетингові дослідження ставлення студентства до органічних продуктів харчування. <i>Інноваційна економіка</i>. 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 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>1. Пенькова О.Г. Методичні вказівки для семінарських і практичних занять з навчальної дисципліни «Міжнародний маркетинг» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти денної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг», освітньої програми Маркетинг. Умань: Уманський НУС. 2024. 39 с.</p> <p>2. 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: Уманський НУС. 2024. 17 с.</p> <p>3. 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: Уманський НУС. 2024. 44 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	<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 «Зоотехцентр» Уманського району Черкаської області (2021 рік)</p> <p>3. Науковий керівник наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ПП «ЕнергоСервіс ДСК» м. Умань Черкаської області (2023 рік)</p>

	(рецензента) наукового видання, включеного до переліку фахових видань України, або іноземного наукового видання, що індексується в бібліографічних базах	4. Науковий керівник наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ПП «Астрей» Ананьївського району Одеської області (2024 рік)
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 студентами, які зайняли призове місце на I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності: 2020-2021 н.р. «Маркетинг» I місце Чорна І.А.; 2021-2022 н.р. «Маркетинг» I місце Бойко Я.М. 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.)). Керівництво студентом, який зайняв призове місце у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт «Економіка АПК та сільського господарства» - Кочергін Є.О. (диплом 3 ступеня (2024 р.)).
19	діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях	Членство в Українській асоціації маркетингу (сертифікат № 575 від 30.03.2021 р.)