

**Аналіз освітньої та/або професійної кваліфікації  
доцента кафедри маркетингу Семенди Ольги Володимирівни  
за 2020-2024рр.**

Відповідність пунктам статті 38 Ліцензійних умов 1, 2, 3, 4, 8, 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	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Семенда Д.К., Семенда О.Вс., Семенда О.В. Сучасний стан та шляхи підвищення економічної ефективності виробництва зерна кукурудзи. <i>Агросвіт</i>. 2020. №3. С.40-49. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.3.43</li> <li>2. Семенда Д.К., Семенда О.Вс., Семенда О.В. Оцінка розвитку ринку продукції олійних культур. <i>Молодий вчений</i>. 2020. №3. С.258-263. DOI: <a href="https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-3-79-54">https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-3-79-54</a></li> <li>3. Семенда Д.К., Семенда О.Вс., Семенда О.В. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку зерна. <i>Агросвіт</i>. 2021. №1-2. С.56-64. DOI: 10.32702/2306-6792.2021.1-2.56</li> <li>4. Семенда О.В., Вдовічена О.Г., Кохан М.О. Маркетингові інновації в умовах глобальної кризи викликаною пандемією коронавірусу. <i>Наукові перспективи</i>. 2021. №1(7) С.356-369. DOI: <a href="https://doi.org/10.32689/2708-7530-2021-1(7)-356-369">https://doi.org/10.32689/2708-7530-2021-1(7)-356-369</a></li> <li>5. Семенда Д.К., Корман І.І., Семенда О.В. Вплив мерчандайзингу на поведінку споживачів. <i>Східна Європа: економіка, бізнес та управління</i>. 2021. №1(28). С.42-46. DOI: <a href="https://doi.org/10.32782/easterneurope.28-8">https://doi.org/10.32782/easterneurope.28-8</a></li> <li>6. Семенда Д.К., Семенда О.Вс., Семенда О.В. Логістика та її роль в підвищенні економічної ефективності реалізації продукції рослинництва. <i>Молодий вчений</i>. 2021. №1. С.185-190. DOI: <a href="https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-1-89-38">https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-1-89-38</a></li> <li>7. Семенда Д.К., Семенда О.В. Перспективи запровадження моделі D2C електронної комерції в Україні. <i>Інфраструктура ринку</i>. 2021. №1(51). С.208-212. DOI: <a href="https://doi.org/10.32843/infrastructure51-33">https://doi.org/10.32843/infrastructure51-33</a></li> <li>8. Корман І.І., Семенда О.В., Осадчук Н.В. Маркетингове дослідження</li> </ol>

- каналів розподілу. *Економіка та суспільство*. 2021. №29. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-29>
9. Семенда О.В., Лементовська В.А., Подолинний Д.С. Упровадження новітніх інструментів маркетингової комунікації для формування лояльної поведінки споживача. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2021. №4(31). С.73-77. DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.31-11>
10. 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. <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.8.6>
11. Корман І.І., Семенда О.В., Гаєнко В.І. Формування попиту та стимулювання збуту на вітчизняному ринку рибної продукції. *Підприємництво та інновації*. 2021. №19. С.19-26. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/19.3>
12. Семенда О.В. Корман І.І. Методика проведення маркетингових досліджень поведінки споживачів у віртуальному середовищі. *«Věda a perspektivy»*. 2022. №1(8). С.60-71. DOI: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-1\(8\)-60-71](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-1(8)-60-71)
13. Семенда Д.К., Семенда О.В. Роль держави у розвитку підприємництва в Україні. *Наукові інновації та передові технології*. 2022. №2(4). С.230-239. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-2\(4\)-230-239](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-2(4)-230-239)
14. Семенда Д.К., Корман І.І., Семенда О.В. Оцінка кон'юнктури та споживчих переваг на ринку сиру України. *Агросвіт*. 2022. №3. С.77–88. DOI: [10.32702/2306-6792.2022.3.77](https://doi.org/10.32702/2306-6792.2022.3.77)
15. 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*. 2022. №4(6). С.164-176. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-4\(6\)-164-176](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-4(6)-164-176)
16. Корман І.І., Лементовська В.А., Семенда О.В. Маркетингове

- дослідження ринку молока та молочних продуктів України. *Економіка та держава*. 2022. №4. С.62–68. DOI: 10.32702/2306-6806.2022.4.62
17. 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
18. Семенда О.В. Перспективи розвитку підприємницької діяльності у підсистемах логістики. *Підприємництво та інновації*. 2022. №24. С.108-112. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/24.18>
19. Семенда Д.К., Семенда О.В. Маркетинг інновацій на ринку молочної продукції: основні споживчі тенденції. *Агросвіт*. 2023. №3-4. С.49-55. DOI: 10.32702/2306-6792.2023.3-4.49
20. Семенда О.В., Корман І.І. Інструменти лідогенерації в цифровому маркетингу для формування попиту споживачів. *Ефективна економіка*. 2023. №2. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.2.22>
21. 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
22. Sanakuiev M., Mykhalchenko H., Semenda O., & Vdovichena 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>
23. 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)
24. 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>
25. 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
26. 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>
27. 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>
28. 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.
29. 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>
30. 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>
31. 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
32. 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>
33. 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

34. 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

35. Trachuk, T., Vdovichena, O., Andriushchenko, M., Semenda, O., Pashkevych, M. (2021). Branding and Advertising on Social Networks: Current Trends. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*, vol.21, No.4, P.178-185. <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.4.22>. (**Web of Science**)

36. Padalka, A.M., Gribincea, A., Lesik, I.M., Semenda, O.V., & Barabash, O.O. (2021). Consumer protection when purchasing goods on the Internet. *Journal of the National Academy of Legal Sciences of Ukraine*, 28(2), P.189-197. DOI: 10.37635/jnalsu.28(2).2021.189-197 (**Scopus**)

37. Semenda, O., Hurzhyi, N., Turchak, I., Hatska, L., Buryk, Z. (2021). Market of organic products in the EU: an assessment of manufacturing segments and consumers. *Ad Alta. Journal of Interdisciplinary Research*. P.47-52. DOI: <https://doi.org/10.33543/11022>. (**Web of Science**)

38. Penkova, O., Lementovska, V., Sokovnina, D., Korman, I., & 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 (**Scopus**)

39. Євсейцева, О., Люльчак, З., Семенда, О., Ярвіс, М., & Пономаренко, І. (2022). Digital-маркетинг як сучасний інструмент просування товарів та послуг у соціальних мережах. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*, 1(42), 361–370. <https://doi.org/10.18371/fcaptp.1.42.2022.3723> (**Web of Science/ Scopus**) ,

40. Semenda, O., Shevchenko, V., Purhani, S., Kharit, O., & Krasnostanova, N. (2023). Adaptation of Logistics Companies to Functioning under the Restrictions

		<p>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> <p>41. Semenda, O., Sokolova, Y., Korovina, O., Bratko, O., &amp; 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. <a href="https://doi.org/10.32479/irmm.16196">https://doi.org/10.32479/irmm.16196</a> (<i>Scopus</i>)</p>
2	<p>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</p>	<p>Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №99138 від 17.08.2020. Стаття «Сучасний стан та шляхи підвищення економічної ефективності виробництва зерна кукурудзи /Д.К.Семенда, О.Вс.Семенда, О.В.Семенда// Агросвіт. №3. 2020. С.40-49.»</li> <li>2. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №99139 від 17.08.2020. Стаття «Сучасний стан та тенденції розвитку ринку технічних культур в Україні / Д.К.Семенда, О.Вс.Семенда, О.В.Семенда// Агросвіт. №6. 2019. С.65-74 .»</li> <li>3. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №99141 від 17.08.2020. Стаття «Prospects for the market turnover of agricultural land in Ukraine / Mykola Koroteyev, Iryna Korman, Olena Manziy, Olha Semenda, Olena Semenda// Problems and Perspectives in Management. Volume 15. Issue 2. 2017. pp.344-354.»</li> <li>4. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №99142 від 17.08.2020. Стаття «Еколого-економічні напрями підвищення родючості та охорони якості ґрунтів в сільськогосподарських підприємствах /Д.К.Семенда, О.В.Семенда// Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. Умань: УНУС, 2016. Вип. 88. Ч.2: Економічні науки. 344с. С. 99-108.»</li> <li>5. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №99143 від 17.08.2020. Стаття «Вплив податкових нововведень на розвиток аграрного сектору економіки України /Д.К.Семенда О.Вс.Семенда, О.В. Семенда//</li> </ol>

		<p>Актуальні проблеми економіки. 2017. №3. С.80-89.»</p> <p>6. 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: <a href="http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.2.22">http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.2.22</a>»</p> <p>7. 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). <a href="https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-04-01">https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-04-01</a>»</p> <p>8. 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»</p>
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. Маркетинг в підприємницькій діяльності та управління продажем логістичних послуг: підручник /С.Л.Литвиненко, О.С.Трегубов, В.С.Войцеховський, О.В.Семенда, Ю.М.Попова, Т.В.Кайдакова// К.: Видавничий дім «Кондор, 2021. 280 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	<p>1. Комерційна діяльність: методичні вказівки для підготовки до практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» денної та заочної форми навчання [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2021. 70 с. (3,0 д.а)</p> <p>2. Комерційна діяльність: методичні вказівки до виконання самостійної роботи здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти</p>

<p>вказівок/рекомендацій/ робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць загальною кількістю три найменування</p>	<p>спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» денної та заочної форми навчання [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2021. 15 с. (0,6 д.а)</p> <p>3. 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. 2021. 11 с. (0,4 д.а)</p> <p>4. Основи наукових досліджень та академічна доброчесність: методичні вказівки для підготовки до практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг». [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2021. 48 с. (2,3 д.а)</p> <p>5. Поведінка споживачів: методичні вказівки до виконання курсової роботи здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг». [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2021. 23 с.(0,8 д.а)</p> <p>6. Поведінка споживачів: методичні вказівки для підготовки до практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг». [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2021. 50 с. (2,7 д.а)</p> <p>7. Поведінка споживачів: методичні вказівки до виконання самостійної роботи здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг». [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2021. 10 с. (0,4 д.а)</p> <p>8. Методичні вказівки до проходження навчальної практики «Вступ до фаху» здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» [уклад.: О.Г.Пенькова, Ю.А.Цимбалюк, О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2021. 17 с. (0,7 д.а)</p> <p>9. Методичні вказівки до проходження навчальної практики здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» [уклад.: О.В.Семенда] Умань: УНУС. 2021. 76 с. (3,2 д.а)</p> <p>10. Цифровий маркетинг: методичні вказівки для підготовки до практичних занять для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої</p>
---	--



освіти ОП «Маркетинг» [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2022. 21 с. (1,0 д.а.)

11. 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.)

12. 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.)

13. 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.)

14. 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.)

15. 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.)

16. 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.)

17. 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)

18. 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.)

19. 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)

20. 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.)

21. 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.)

22. 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.)

23. 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.

24. Логістика і комунікації в захисті рослин: методичні вказівки для

		<p>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>25. 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>26. 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>27. 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>28. 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>29. 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>30.</p>
8	<p>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</p>	<p>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)</p> <p>2. Член редколегії наукового журналу «Актуальні питання економічних наук» (ISSN 3041-2129 online), Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика</p>

	фахових видань України, або іноземного наукового видання, що індексується в бібліографічних базах	<a href="https://a-economics.com.ua/index.php/home/about/editorialTeam">https://a-economics.com.ua/index.php/home/about/editorialTeam</a>
14	<p>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 проектів, робота у складі організаційного комітету або у складі журі міжнародних, всеукраїнських мистецьких конкурсів, інших культурно-мистецьких проектів (для забезпечення провадження освітньої діяльності на третьому (освітньо-творчому) рівні); керівництво здобувачем, який став призером або лауреатом міжнародних мистецьких</p>	<p>Призер I туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з напряму «Маркетинг»: Зіновкін Б.К., 2023р. – диплом 2-го ступеня.</p>

	<p>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 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</p>	
19	<p>Діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях</p>	<p>Членство в Українській асоціації маркетингу (сертифікат № 597 від 02.06.2021 р.)  Членство в ГО «Міжнародна фундація науковців та освітян» IESF» №ES1234 2023р.</p>