

**Аналіз освітньої та/або професійної кваліфікації  
доцента кафедри маркетингу Лементовської В.А.  
за 2020-2024 рр.**

Відповідність пунктам № 1, 4, 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	<ol style="list-style-type: none"> <li>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)</li> <li>2. Raisa Kozhukhivska, Olena Sakovska, Svitlana Podzihun, Valentyna Lementovska, Ruslana Lopatiuk, and Nataliia Valinkevych Development of Entrepreneurship in the Tourism and Recreation Sphere: Marketing Research, Springer Cham, 2023,10(4),379-389 DOI: <a href="https://doi.org/10.1007/978-3-031-35828-9_33">10.1007/978-3-031-35828-9_33</a> URL:<a href="https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-35828-9_33">https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-35828-9_33</a>(Scopus)</li> <li>3. 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)</li> <li>4. 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)</li> <li>5. 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></li> <li>6. 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></li> <li>7. Кожухівська Р. Б., Саковська О. М., Лементовська В. А. Сільський (зелений) туризм як інноваційна форма підприємницької діяльності на Черкащині: маркетинговий аспект. <i>Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»</i>. 2023. Серія: «Економічні науки» 69. С.115-122. DOI: <a href="https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-1-8555">10.25313/2520-2294-2023-1-8555</a></li> </ol>

		<ol style="list-style-type: none"> <li>8. Макушок О.В., Корман І.І., Лементовська В.А. Практичні аспекти формування ефективної маркетингової стратегії. <i>Інвестиції: практика та досвід</i>. № 13. 2023. с.67-72. DOI: <a href="https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.13.67">https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.13.67</a> URL: <a href="https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/1765">https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/1765</a></li> <li>9. 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: <a href="https://doi.org/10.32702/2306-6806.2022.4.62">10.32702/2306-6806.2022.4.62</a></li> <li>10. 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></li> <li>11. Семенда О.В., Лементовська В.А., Подолинний Д.С. Упровадження новітніх інструментів маркетингової комунікації для формування лояльної поведінки споживача. <i>Східна Європа: економіка, бізнес та управління</i>. №4(31). 2021. С.73-77. DOI: <a href="https://doi.org/10.32782/easterneurope.31-11">https://doi.org/10.32782/easterneurope.31-11</a></li> <li>12. Лементовська В.А., Харенко А.О. Інноваційні форми комунікаційної діяльності в маркетингу // <i>Журнал «Інвестиції: практика та досвід»</i>. № 19-20. 2020. С. 59-63. URL : <a href="http://www.investplan.com.ua/?op=1&amp;z=7177&amp;i=9">http://www.investplan.com.ua/?op=1&amp;z=7177&amp;i=9</a></li> <li>13. Саковська О. М., Лементовська В. А. Використання маркетингового підходу у процесі формування ціни на інклюзив-тур. <i>Економіка та держава</i>. 2020. № 10. С. 80–83. URL : <a href="http://www.economy.in.ua/?op=1&amp;z=4764&amp;i=13">http://www.economy.in.ua/?op=1&amp;z=4764&amp;i=13</a></li> <li>14. 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></li> <li>15. 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></li> </ol>
4	наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Комунікаційна діяльність: методичні вказівки для семінарських і практичних занять здобувачів вищої освіти ОП «Молодший бакалавр» початковий (короткий цикл). [уклад.:В.А. Лементовська]. Умань: УНУС, 2020. 29 с.</li> <li>2. Комунікаційна діяльність: методичні вказівки для самостійної роботи здобувачів вищої освіти ОП «Молодший бакалавр» початковий (короткий цикл). [уклад.: В.А. Лементовська].</li> </ol>

	<p>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>	<p>Умань: УНУС, 2020. 64 с.</p> <p>3. Ціноутворення: методичні вказівки для семінарських і практичних занять здобувачів вищої освіти ОП «Молодший бакалавр» початковий (короткий цикл) спеціальності 075 «Маркетинг». [уклад.: В.А. Лементовська]. Умань: УНУС, 2020. 50 с.</p> <p>4. Ціноутворення: методичні вказівки для самостійної роботи здобувачів вищої освіти ОП «Молодший бакалавр» початковий (короткий цикл) спеціальності 075 «Маркетинг». [уклад.: В.А. Лементовська]. Умань: УНУС, 2020. 49 с.</p> <p>5. Лементовська В.А. Методичні рекомендації для підготовки до практичних занять з дисципліни «Маркетинг» для здобувачів першого(бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання спеціальності 051 «Економіка». Умань, УНУС. 2022. 42с.</p> <p>6. Лементовська В.А. Методичні рекомендації для виконання самостійної роботи, практичних занять та написання контрольних робіт з дисципліни «Маркетинг» для здобувачів першого(бакалаврського)рівня вищої освіти заочної форми навчання спеціальності 051 «Економіка». Умань, УНУС. 2022. 70с.</p> <p>7. Лементовська В.А. Методичні рекомендації для виконання самостійної роботи з дисципліни «Маркетинг» для здобувачів першого(бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання спеціальності 051 «Економіка». Умань, УНУС. 2022. 49с.</p> <p>8. Лементовська В.А. Методичні рекомендації для підготовки до практичних занять з дисципліни «Маркетинг» для здобувачів першого(бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Умань, УНУС. 2022. 42с.</p> <p>9. Лементовська В.А. Методичні рекомендації для виконання самостійної роботи, практичних занять та написання контрольних робіт з дисципліни «Маркетинг» для здобувачів першого(бакалаврського)рівня вищої освіти заочної форми навчання спеціальності 076«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Умань, УНУС. 2022. 70с.</p> <p>10. Лементовська В.А. Методичні рекомендації для виконання самостійної роботи з дисципліни «Маркетинг» для здобувачів першого(бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Умань, УНУС. 2022. 49с.</p>
8	<p>виконання функцій (повноважень, обов'язків) наукового керівника або відповідального виконавця</p>	<p>1. Відповідальний виконавець наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ФГ «Агрофірма «Базис» Уманського району Черкаської області (2022 р.)</p> <p>2. Відповідальний виконавець наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ПП «Астрей» Ананьївського району Одеської області (2024 рік)</p>

	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	
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 Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт: 2020-2021 н.р.– диплом 1-го ступеня – Рудяк М.О. (21 м-ма група). 2021-2022 н.р.– диплом 2-го ступеня – Люлько А.В. (21 м-ма група). Всеукраїнського конкурсу наукових робіт і олімпіад. 2022-2023н.р - диплом 3-го ступеня на конкурсі кваліфікаційних робіт з маркетингу на базі ХТЕІ. Випусник - Розводовський Максим 2023-2024н.р. – диплом 2-го ступеня на конкурсі кваліфікаційних робіт з маркетингу на базі ХТЕІ - Випусник - Василенко Ілля
19	діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях	Членство в Українській асоціації маркетингу (сертифікат № 574 від 30.03.2021 р.)