

Самоаналіз Харенка А.О. – 1,2,3,8,10,13,14.

№ пункту статті 30 Ліцензійних умов	Фактичні дані
1	2
1	<p>1. Бурляй А.П., Бурляй О.Л., Харенко А.О. Особливості формування витрат на виробництво органічної продукції рослинництва // Економічний часопис-XXI. 2015. № 3-4 (2). С. 29 – 32.</p> <p>2. Харенко А.О., Бурляй О.Л., Бортник Т.І. Збут продукції рослинництва сільськогосподарськими підприємствами // Актуальні проблеми економіки. 2015. № 8 (170). С. 213 –225.</p> <p>3. Харенко А.О., Коротєєв М.А., Бортник Т.І. Збут продукції тваринництва сільськогосподарськими підприємствами // Актуальні проблеми економіки. 2016. № 10 (184). С. 185 –197.</p> <p>4. Penkova O., Kharenko A., Lementovska V., Sokovnina D., Kyryliuk I. Organization and effectiveness of marketing management of agricultural commodity producers under non-cooperative marketing: the experience of Ukraine // Problems and Perspectives in Management. 2018. Volume 16. Issue 4. pp. 13-29.</p>
2	<p>1. Харенко А. О., Бобко В.В. Особливості збутової діяльності сільськогосподарських підприємств : регіональні аспекти : зб. наук. праць Уманського національного університету садівництва. Умань, 2016. Вип. 88. Ч. 2. С. 319 – 334.</p> <p>2. Харенко А. О., Цимбалюк Ю.А. Комплекс маркетингу сільськогосподарських підприємств: зб. наук. праць Уманського національного університету садівництва. Умань, 2016. Вип. 89. Ч. 2. С. 146 – 157.</p> <p>3. Харенко А.О., Лементовська В.А. Напрями вдосконалення маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств // Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Харків, 2017. № 4. Серія «Економічні науки». С. 176-186.</p> <p>4. Харенко А. О., Цимбалюк Ю.А. Стан та напрями вдосконалення маркетингу овочів у сільськогосподарських підприємств: зб. наук. праць Уманського національного університету садівництва. Умань, 2017. Вип. 91. Ч. 2. Серія „Економічні науки”. С. 152 – 162.</p> <p>5. Харенко А.О., Лементовська В.А. Напрями вдосконалення маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств // Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. № 4. Серія „Економічні науки”. 2017. С. 176-186.</p> <p>6. Лементовська В.А., Харенко А.О., Бортник Т.І. Маркетинг плодоягідної продукції: стан, тенденції, перспективи // Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. № 1. Серія „Економічні науки”. 2018. С. 204-216.</p> <p>7. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Соковніна Д.М. Напрями активізації маркетингової діяльності малих та середніх сільськогосподарських підприємств України у контексті адміністративно-територіальної реформи // Науковий вісник МДУ. Мукачєво: Видавництво МДУ, 2018. Вип. 2(10). Ч2. Серія «Економіка». С. 98–114.</p>
3	<p>1. Бортник Т.І., Рибчак В.І., Харенко А.О. Маркетинг: навчальний посібник. УВПП, 2008. 341с. (18,25 д. арк., у т.ч. автору належить 6,1 д. арк.) Гриф надано Міністерством освіти і науки України (лист №14/18 – Г-2020 від 19.11.2007р.).</p> <p>2. Бурик А. Ф., Харенко А.О. Ефективність функціонування та перспективи розвитку сільськогосподарських підприємств на регіональному рівні : монографія. Умань: Вид-во СПД Сочінський, 2009. 265 с. (15,4 д. арк., у т.ч. автору належить 7,7 д. арк.)</p>
8	<p>1. Відповідальний виконавець наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ФГ «Агрофірма «Базис» Уманського району Черкаської області (2018 рік)</p> <p>2. Відповідальний виконавець наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ТОВ «Влас-агро» Уманського району Черкаської області (2019 рік)</p>
10	<p>Заступник відповідального секретаря Приймальної комісії Уманського НУС (з 20 листопада 2012 року і по 20 листопада 2016 року)</p>

1	2
13	<p>1. Методичні вказівки до виконання курсової роботи з дисципліни «Рекламний менеджмент» для студентів факультету економіки і підприємництва ОР «Магістр» спеціальності 075 «Маркетинг» / Уманський національний університет садівництва; [уклад.: А.О. Харенко]. Умань : Вид-во Уманського НУС, 2018. 22 с.</p> <p>2. Методичні вказівки до виконання курсової роботи з дисципліни «Маркетинговий менеджмент» для студентів факультету економіки і підприємництва ОР «Магістр» спеціальності 075 «Маркетинг» / Уманський національний університет садівництва; [уклад.: А.О. Харенко]. Умань : Вид-во Уманського НУС, 2018. 22 с.</p> <p>3. Методичні вказівки до проведення семінарських і практичних занять та виконання самостійної роботи з дисципліни «Рекламний менеджмент» для студентів факультету економіки і підприємництва ОР «Магістр» спеціальності 075 «Маркетинг» / Уманський національний університет садівництва; [уклад.: А.О. Харенко]. Умань : Вид-во Уманського НУС, 2018. 79 с.</p> <p>4. Методичні вказівки до проведення семінарських і практичних занять та виконання самостійної роботи з дисципліни «Маркетинговий менеджмент» для студентів факультету економіки і підприємництва ОР «Магістр» спеціальності 075 «Маркетинг» / Уманський національний університет садівництва; [уклад.: А.О. Харенко]. Умань : Вид-во Уманського НУС, 2018. 77 с.</p> <p>5. Методичні вказівки до проведення семінарських і практичних занять та виконання самостійної роботи з дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких підприємств» для студентів факультету економіки і підприємництва ОР «Магістр» спеціальності 075 «Маркетинг» / Уманський національний університет садівництва; [уклад.: А.О. Харенко]. Умань : Вид-во Уманського НУС, 2019. 96 с.</p>
14	<p>Призери I туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з напрямку «Маркетинг, управління персоналом і економіка праці» : 2015 р. – Карпенко О.В. (52-мама група) – диплом 2-го ступеня; Пушкар Є.В. (51-мама група) – диплом 3-го ступеня; 2018 р. – Горяк В.В. (11 м-ма група) – диплом 3-го ступеня.</p>