

Публікації науково-педагогічних працівників кафедри маркетингу за 2020р.

№	Наукова публікація	Автори, бібліографічний опис	Друковані аркуші
1.	Монографії, видані в Україні	Соковніна Д.М. Управління інноваційним розвитком національного господарства: теорія, методологія, практика : кол. монографія / [О.Л. Богашко, Н.В. Білошкурська, С.М. Подзигун та ін.]; за ред. С.М. Подзигун. Умань: ВПЦ «Візаві», 2020. 180 с.	7,5
2.	Монографії, видані за кордоном		
3.	Підручники у формі звітності за виконані планові наукові дослідження, рекомендовані вченою радою УНУС		
4.	Навчальні посібники у формі звітності за виконані планові наукові дослідження, рекомендовані вченою радою УНУС		
5.	Словники, довідники тощо		
6.	Методичні розробки, рекомендовані НМК факультету, НМР університету, вченою радою факультету або УНУС	Макушок О.В. Методичні вказівки до проведення практичних занять та виконання самостійної роботи з дисципліни «Маркетингові дослідження та управління інвестиційними проектами в ресторанному господарстві» здобувачами освітнього ступеня «Магістр» спеціальності 181 «Харчові технології». Умань: УНУС, 2020. 29 с.	1,6
		Невлад В.Ф. 1. Маркетингові дослідження. Методичні вказівки для проведення практичних занять для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» денної форми навчання. Умань. Видавничо-поліграфічний центр «Візаві». 2020. 40 с. 2. Реклама і рекламна діяльність. Методичні вказівки для практичних занять для студентів спеціальності 075 Маркетинг денної форми навчання. Умань. Видавничо-поліграфічний центр «Візаві». 2020. 39 с.	2,1 2,0
		Харенко А.О. 1. Методичні вказівки до проведення семінарських і практичних занять та виконання самостійної роботи з дисципліни «Паблік рілейшнз» здобувачами освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальностей 051 «Економіка»,	13,3

	<p>cherkasy region”, Investytsiyi: praktyka ta dosvid, vol. 15-16, pp. 22–27.</p> <p>3. Пенькова О.Г. Методика викладання у вищій школі - фундаментальний складник підготовки доктора філософії /О.Л.Кірдан, О.Г.Пенькова// Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. 2020. № 71. С.32-37.</p> <p>4. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Лементовська В.А. Маркетингова товарна політика молокопереробних підприємств Черкаської області. Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія „Економічні науки”. 2020. №1. С.17-32.</p> <p>5. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Цимбалюк Ю.А. Тенденції та перспективи розвитку ринку круп'яних виробів в Україні. Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка»: зб. наук. пр. Мукачево: Вид-во МДУ, 2020. Випуск 1(13). С. 38-45.</p> <p>6. Макушок О.В. Маркетингові дослідження як основа забезпечення конкурентоспроможності підприємств ресторанного бізнесу /О.В.Макушок, О.С.Рибчак// Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва.Серія „Економічні науки”. № 1. 2020. с.55-65.</p> <p>7. Невлад В.Ф. Основи формування ринкового потенціалу продукції птахівництва України в умовах євроінтеграційних процесів. Науково-практичний журнал регіональна економіка: зб. наук. пр. Херсон: Видавничий дім «Гельветика» ISSN2311-8946. 2020. Випуск 1 (27 лютий). С.45-49</p> <p>8. Sokovnina D. Features of introduction of innovations for the organization of the market of agricultural products / Sokovnina D., Podzihun S. // Економічні горизонти. 2019. № 3. С. 108–118.</p> <p>9. Соковніна Д.М. Адаптивна маркетингова стратегія підприємства: методика формування та реалізація. Економіка та держава. № 10. жовтень 2020. (подано до друку)</p> <p>10. Корман І.І. Сучасний стан та перспективи розвитку вітчизняного ринку риби та рибопродуктів. Підприємництво та інновації. №12. 2020. С.49-54.</p> <p>11. Семенда О.В. 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. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.3.43</p> <p>12. Семенда О.В. Оцінка розвитку ринку продукції олійних культур /Д.К.Семенда,</p>	<p>0,6</p> <p>0,7</p> <p>0,5</p> <p>1,2</p> <p>0,3</p> <p>0,4</p> <p>0,4</p> <p>0,5</p> <p>0,7</p> <p>0,7</p>
--	---	---

		О.Вс.Семенда, О.В.Семенда// Молодий вчений. №3. 2020. С.258-263. DOI: 10.32839/2304-5809/2020-3-79-54	
9.	Статті у інших наукових виданнях України	Пенькова О.Г., Харенко А.О., Рибчак В.І. Теоретичні аспекти формування маркетингових стратегій аграрних підприємств// Кол.моногр. Забезпечення сталого економічного розвитку національного господарства: теорія, методологія та практика. Умань: Видавець «Сочінський М.М.», 2020. С. 30-36.	0,4
		Макушок О.В., Невлад В.Ф. Особливості формування механізму маркетингу сільськогосподарських підприємств. Колективна монографія Забезпечення сталого економічного розвитку національного господарства: теорія, методологія і практика. Під ред. д.е.н., професора О.О. Непочатенко. Умань: Видавець «Сочінський М.М.», 2020. С. 250-254.	0,2
		Соковніна Д.М., Цимбалюк Ю.А. Вдосконалення маркетингової цінової політики промислового підприємства. Забезпечення сталого економічного розвитку національного господарства: теорія, методологія та практика / Під ред. д.е.н., професора О.О. Непочатенко. Умань: Видавець «Сочинський М.М.», 2020. С.264-270.	0,25
		Лементовська В.А., Бортник Т.І. Теоретичні основи формування конкурентних переваг підприємства// Забезпечення сталого економічного розвитку національного господарства: теорія методологія та практика/ під ред., д.е.н. професора О.О. Непочатенко. Умань. 2020. с. 216-220.	0,2
		Корман І.І., Семенда О.В. Маркетинговий аналіз кон'юнктури ринку зерна в Україні. Забезпечення сталого економічного розвитку національного господарства: теорія, методологія та практика. Колективна монографія. Умань: Видавець «Сочінський М.М.», 2020. 272 с. С.112-118	0,4
10.	Статті у зарубіжних наукових виданнях	Рибчак В.І. 1.Порівняльний аналіз окремих показників підприємницького середовища Польщі та України /Т. Пілавка, В. Рибчак, П. Курмаєв// ZESZYTY NAUKOWE PWSZ W PLOCKU. NAUKI EKONOMICZNE. Tom 29/2019, ss. 87-96. DOI: 10.19251/ne/2019.29(5) 2. Інститут державно-приватного партнерства як інструмент підтримки діяльності суб'єктів господарювання /В.Рибчак, Н.Ліба, С.Черничко// ZESZYTY NAUKOWE PWSZ W PLOCKU. NAUKI EKONOMICZNE. Tom	

		<p>30/2019, ss. 105-116. DOI: 10.19251/ne/2019.30(6)</p> <p>3. The differentiation in the level of socioeconomic development of rural areas of the lower silesian province in the years 2002 and 2010 /B.Kutkowska, T.Pilawka,V.Rybchak, O.Rybchak// ANNALS OF THE POLISH ASSOCIATION OF AGRICULTURAL AND AGRIBUSINESS ECONOMISTS. 2019; Vol. XXI No. (2) . 330 sc. Sc. 170-187 DOI: 10.5604/01.3001.0013.2200</p> <p>4. Using of modern information and communication technologies in the tourism /O.Sakovska, R.Kozhukhivska, V.Rybchak// Journal of Tourism and Regional Development. Warsaw university of Life Sciences SGGW. TURYSTYKAI ROZWÓJ REGIONALNY. Ekonomiczno-społeczne determinanty rozwoju regionów. Warsaw university of Life Sciences. SGGW. 2019; No.11. 140 sc. Sc. 97-106. DOI 10.22630/TIRR.2019.11.9</p> <p>5. Територіальний маркетинг як чинник розвитку туризму в регіоні /Д.В.Нагернюк, В.І.Рибчак// Zeszyt Naukowy Prac Ukrainoznawczych nr 4/2020. – pod red. Elżbieta Skorupska-Raczyńska, Halina Uchto, Volodymyr Velykochyy, Akademia im. Jakuba z Paradyża w Gorzowie Wielkopolskim, Gorzów Wielkopolski. 2020. 186 sc.</p> <p>6. Філософський дискурс опору масофікації особистості й суспільства в духовно-інтелектуальній реальності XXI століття /В.І.Рибчак, О.С.Рибчак, П.М.Ямчук// Zeszyt Naukowy Prac Ukrainoznawczych nr 4/2020. – pod red. Elżbieta Skorupska-Raczyńska, Halina Uchto, Volodymyr Velykochyy, Akademia im. Jakuba z Paradyża w Gorzowie Wielkopolskim, Gorzów Wielkopolski 2020. 186 sc.</p>	
		<p>Макушок О.В. Сільськогосподарська обслуговуюча кооперація як стратегічний напрям у контексті соціально-економічного розвитку сільських територій /Макушок О.В., Рибчак О.С.// ZESZYTY NAUKOWE PWSZ W PŁOCKU. NAUKI EKONOMICZNE. Tom 29/2019, ss. 97-107.</p>	1,7
		<p>Корман І.І., Цимбалюк Ю.А. Fish and seafood market research in Ukraine /Korman I., Revutska A., Tsymbalyuk Y.// Visegrad Journal on Bioeconomy and Sustainable Development. Vol. 8, 2019, no. 2 pp. 78–81</p>	0,3

11.	Статті у виданнях, що цитуються у наукометричній базі Scopus	<p>Рибчак В.І., Пенькова О.Г. Formation of institutional architectonics of the regional industrial complex in the conditions of deepening of the european integration processes /Chernychko T.V., Liba N.S., Penkova O.H., Nesterova S.V. and Rybchak V.I./ Proceedings of the 35rd International Business Information Management Association Conference (IBIMA). 21-22 April. 2020. Seville, Spain</p>	
		<p>Невлад В.Ф. Methodological Approach to Forecasting Economic Development of Agrarian Sector in Cherkasy Region /Nadiia P. Reznik, Nataliia O. Petrenko, Anastasiia V. Movchaniuk, Mariya M. Pokolodna, Vira F. Nevlad//March - April 2020 ISSN: 0193-4120 Page No. 8669 - 8682 Published by: The Mattingley Publishing Co., Inc. 2020</p>	0,7
12.	Статті у виданнях, що цитуються у наукометричній базі Web of Science	<p>Пенькова О.Г. Management of the higher education institutions innovative potential: formalization and evaluation /Braslavska O. V., Penkova O.H., Plets I.I., Sus T.Y., Biloshkurska N.V., Biloshkurskyi M.V.// Revista Inclusiones. 2020.Vol: 7 num 4. 624-645.</p>	0,9
13.	Тези доповідей на Міжнародних конференціях за кордоном		
14.	Тези доповідей на Міжнародних конференціях в Україні	<p>Рибчак В.І. 1.Чинники зростання продуктивності праці в економіці України /Черничко Т.В., Рибчак В.І.// Фінансове регулювання зрушень у економіці України: збірник тез доповідей учасників IV Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, Мукачєво, 24 березня 2020 р. Мукачєво: Вид-во МДУ, 2020. 228 с. С.105-108. 2. Світоглядно-етичні універсалії в українській духовно-інтелектуальній семіосфері (декілька розмислів) /Ухто Г., Рибчак В.І., Ямчук П.М.// «Філософія саду і садівництва в світовій культурі: джерела та новітні інтерпретації»: збірник наук. статей за матеріалами IV Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції / М-во освіти і науки України, Уманський НУС [та ін.]. Умань: ВПЦ «Візаві» (Видавець «Сочінський»), 2020. 133 с. С.114-116.</p>	
		<p>Макушок О.В. 1. Особливості застосування маркетингових інструментів на ринку B2B // Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні питання аграрної науки»,</p>	0,2

		<p>присвяченої 175-річчю заснування Уманського національного університету садівництва, 21 листопада 2019 р. / Редкол.: Непочатенко О.О. (відп. ред.) та ін. Київ: Видавництво «Основа», 2019. С.177-179.</p> <p>2. Формування системи маркетингового менеджменту на кооперативних засадах. Менеджмент суб'єктів господарювання: проблеми та перспективи розвитку: тези виступів VI Міжнар. наук.-практ. конф. Житомир: Житомирська політехніка, 2019. С.240-248.</p> <p>3.Сутність і особливості бізнес-маркетингу. Сучасний маркетинг: стратегічне управління та інноваційний розвиток [Текст]: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. до 90-річ. заснув. ХНТУСГ/ Харків. нац. техн. ун-т сіл. госп-ва ім. П. Василенка. Харків : ХНТУСГ, 2020. С.142-145.</p>	<p>0,2</p> <p>0,2</p>
		<p>Соковніна Д.М.</p> <p>1. Визначення особливостей поведінки споживачів маркетингу туристичних послуг. Актуальні питання сучасної аграрної науки: матер. VII Міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої 175-річчю заснування УНУС, 21 листопада 2019р. / Редкол.: Непочатенко О.О. (відп. ред.) та ін. Київ: Видвництво «Основа», 2019. 351 с. С. 211-213.</p> <p>2. Перспективи маркетингового менеджменту в діяльності садівничих підприємств України. Сталий економічний розвиток: актуальні проблеми та механізми забезпечення: матер. Міжнар. наук-практ. конф., 9 квітня 2020 р., м.Умань. МОН України. Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини; [за ред. О. Г. Чирви]. Умань : ВПЦ «Візаві», 2020. 285 с. С. 200-204.</p>	<p>0,1</p> <p>0,2</p>
15.	Тези доповідей на Всеукраїнських конференціях	<p>Пенькова О.Г.</p> <p>Використання інструментів маркетингу в стратегії розвитку об'єднаних територіальних громадах /Пенькова О.Г., Холявіцька К.С.// Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 23 жовтня 2020р. Умань, 2020. С. 94-98.</p>	0,2

		<p>Макушок О.В.</p> <p>1. Теоретичні аспекти управління рекламною діяльністю підприємства. Актуальні питання сучасної економіки: матер. XI Всеукр.наук.конф., 20 грудня 2019 р. Умань: Вид. «Сочинський М.М.», 2019. С.50-52.</p> <p>2. Сучасний інструментарій B2B маркетингу. Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 23 жовтня 2020р. Умань. 2020. С.69-72.</p>	<p>0,2</p> <p>0,2</p>
		<p>Невлад В.Ф.</p> <p>1. Вплив реклами на просування сільськогосподарської продукції в ринкових умовах господарювання. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Розвиток фінансово-кредитних систем: виклики сьогодення», Ч. II. 2-3 червня 2020р. Уманський НУС. Умань. С.35-38</p> <p>2. Роль реклами в системі маркетингу. Матеріали Всеукраїнської наукової конференції молодих учених і науково-педагогічних працівників, 16 червня 2020 р. / Редкол.: Непочатенко О. О. (відп. ред.) та ін. Умань: ВПЦ «Візаві», 2020. С.54-57.</p> <p>3. Маркетингова товарна політика як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах ринкової економіки. Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 23 жовтня 2020р. Умань, 2020. С. 85-88</p> <p>4. Маркетингові дослідження збутової діяльності молокопереробних підприємств /Мельник Д.В., Невлад В.Ф.// Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 23 жовтня 2020р. Умань, 2020. С. 73-76</p> <p>5. Теоретичні аспекти розвитку ринку хлібопекарської галузі України /Сосницький К.О., Невлад В.Ф.// Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 23 жовтня 2020р. Умань, 2020.</p>	<p>0,2</p> <p>0,2</p> <p>0,2</p> <p>0,2</p> <p>0,2</p>

		на підприємстві: матеріали V всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф. кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва [Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики] (23 жовтня 2020р.) Умань, 2020. С.62-66	0,2
		Корман І.І. Використання методів ціноутворення в управлінні продажем. Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики». Умань, 23 жовтня 2020р. С.49-52	0,2
		Семенда О.В. 1. Кон'юнктура світового ринку зерна і місце України на ньому /Семенда Д.К., Семенда О.В.// Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 23 жовтня 2020р. Умань, 2020. 153с.С. 108-110 2. Теоретичні основи логістичної діяльності підприємства /Семенда Д.К., Семенда О.В.// Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 23 жовтня 2020р. Умань, 2020. 153с. С.110-113	0,1 0,2
16.	Тези доповідей інших конференцій, круглих столів тощо		
17.	Патенти на винахід		
18.	Патенти на корисну модель		
19.	Авторське свідоцтво, право, сертифікат, ТУ, ДСТУ тощо	Авторське свідоцтво. №98264 від 22.06.2020. Навчальний посібник «Економічна теорія». Автори: Мудрак Р.П., Бурляй А.П., Костюк В.С., Нестерчук Я.А., Пенькова О.Г. , Ревуцька А.О., Смолій Л.В., Фротер О.С.	
		Корман І.І. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук «Удосконалення цінової політики підприємств по переробці риби та морепродуктів». Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №99140	
		Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір: 1. Сучасний стан та шляхи підвищення	

		<p>економічної ефективності виробництва зерна кукурудзи /Д.К.Семенда, О.Вс.Семенда, О.В.Семенда// Агросвіт. №3. 2020. С.40-49. – №99138 від 17.08.2020</p> <p>2. 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 . - №99139 від 17.08.2020</p> <p>3. 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. - №99141 від 17.08.2020</p> <p>4. 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. – №99142 від 17.08.2020</p> <p>5. Вплив податкових нововведень на розвиток аграрного сектору економіки України /Д.К.Семенда О.Вс.Семенда, О.В. Семенда// Актуальні проблеми економіки. – 2017. - №3. – С.80-89. №99143 від 17.08.2020</p>	
20.	Впровадження результатів наукової роботи у виробництво (наявність копії в НДЧ обов'язкова)	№ акта, число, назва впровадження	

Форма 2

Участь науково-педагогічних працівників кафедри маркетингу у наукових заходах

№	ПІБ	Назва заходу (Міжнародні конференції, Всеукраїнські конференції, семінари, круглі столи) дата проведення, місце проведення, установа	Вид участі (доповідь, публікація)
1	2	3	4
1.	Невлад В.Ф. Харенко А.О. Соковніна Д.М.	Всеукраїнська науково-практична Інтернет-конференція «Розвиток фінансово-кредитних систем: виклики сьогодення», 2-3 червня 2020р., Умань	публікація
2.	Пенькова О.Г. Макушок О.В. Невлад В.Ф. Харенко А.О. Соковніна Д.М. Лементовська В.А. Корман І.І. Семенда О.В.	V Всеукраїнська науково-практична Інтернет-конференція кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 23 жовтня 2020р., УНУС	публікація

3.	Рибчак В.І.	Міжнародна науково-практична конференція: «Логістика як інструмент підвищення конкурентоспроможності українських підприємств». Умань. 29.11.2019	доповідь
4.	Рибчак В.І.	IV Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція «Фінансове регулювання зрушень у економіці України». Мукачево. 24.03.2020	доповідь, публікація
5.	Макушок О.В.	Українсько-німецький круглий стіл щодо обговорення проекту навчального плану щодо розвитку сільської місцевості в Україні 17.12.2019 р., м. Київ	доповідь
6.	Макушок О.В.	Українсько-німецький круглий стіл «Обговорення навчального плану підвищення кваліфікації з тематики «Розвиток сільської місцевості в Україні», 26.10.2020 р. онлайн	доповідь

Форма 3

Участь науково-педагогічних працівників кафедри маркетингу у виставках

№	ПІБ	Назва Міжнародної, Всеукраїнської, обласної виставки	Дата участі і місце проведення
1	2	3	4

Форма 4

Членство науково-педагогічних працівників кафедри маркетингу у спецрадах, експертних радах, редколегіях наукових збірників (журналів)

№	ПІБ	Член якої спецради (назва установи, при якій функціонує, шифр, спеціальність, яку представляє), експертної ради, редколегії (назва збірника (журналу), установа, якою видається)
1	2	3
1.	Рибчак В.І.	Journal of Tourism and Regional Development (SGGW, Warszawa)
2.	Рибчак В.І.	Zeszyty Naukowe Panstwowej Wyzszej Szkoły Zawodowej w Plocku, NAUKI EKONOMICZNE (PWSZ, Plock)
3.	Харенко А.О.	Член редакційної колегії збірника наукових праць Уманського НУС
4.	Харенко А.О.	Член спеціалізованої вченої ради ДФ 74.844.002 в Уманському національному університеті садівництва

Форма 5

Опонування науково-педагогічними працівниками кафедри маркетингу дисертацій

№	ПІБ науково-педагогічного працівника (опонента)	ПІБ дисертанта, науковий ступінь, на який претендував, за якою спеціальністю, шифр спецради, установа при якій функціонує спецрада
1	2	3

Форма 6

Укладено договорів кафедрою маркетингу про наукове співробітництво з вітчизняними та закордонними організаціями (ВНЗ, фірми тощо)

№	Країна	Повна назва організацій (ВНЗ, фірми тощо) та наукові напрями співробітництва (наявність копії договору в науковому відділі обов'язкова!)
1	2	3

Форма 7

Проведено кафедрою маркетингу наукових заходів

№	Назва заходу (Міжнародні, Всеукраїнські й інші конференції, круглі столи, семінари тощо), дата проведення	Співорганізатори та кількість учасників
1	2	3
1.	Всеукраїнська студентська наукова конференція, приурочена 120-річчю від дня народження видатного вченого і педагога у галузі землеробства С.С.Рубіна, 23 квітня 2020р., УНУС	У конференції брали участь студенти 1-5 курсів спеціальності «Маркетинг» та викладачі кафедри маркетингу. Всього прийняло участь - 22 особи.
2.	У Всеукраїнська науково-практична Інтернет-конференція кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», 23 жовтня 2020р., УНУС	У конференції взяли участь представники УНУС в кількості 10 осіб, представники інших вузів – 10 осіб, аспіранти, студенти – 29 осіб.

**Зав. кафедри маркетингу,
д.е.н., доцент**

О.Г.Пенькова