

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені Вадима Гетьмана»**

Факультет маркетингу

Кафедра маркетингу імені А.Ф. Павленка

**ЗВІТ
про наукову діяльність
кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка
за 2021 рік**

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри маркетингу
імені А.Ф. Павленка
(протокол № 4 від 18.11.2021 р.)

Завідувач кафедри

_____ А.В. Федорченко

Київ-2021

ЗМІСТ

	Стор.
ЧАСТИНА 1	
Узагальнена інформація про наукові досягнення кафедри	3
ЧАСТИНА 2	
Відомості про наукову діяльність кафедри.....	8
ЧАСТИНА 3	
НДР студентів.....	26
ЧАСТИНА 4	
Показники наукової та науково-технічної діяльності кафедри.....	29
ЧАСТИНА 5	
Зауваження та пропозиції.....	33
Додаток А	
Участь здобувачів вищої освіти, які навчаються на третьому (освітньо-науковому) рівні, у виконанні ініціативних науково-дослідних тем.....	34
Додаток Б	
Науковий профіль кафедри.....	36
Додаток В	
Науково-педагогічні працівники, які мають публікації та/або є членами редколегій періодичних видань, які включені до наукометричної бази Scopus або Web of Science Core Collection.....	39

ЧАСТИНА 1

УЗАГАЛЬНЕНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАУКОВІ ДОСЯГНЕННЯ КАФЕДРИ

1. Наукові школи кафедри та їх розвиток.

Наукові досягнення кафедри ґрунтуються на необхідності імплементації і пристосуванні методології та інструментарію маркетингу до сучасних вимог розвитку економіки країни під впливом глобалізації, екологізації, цифровізації, розподілу праці та структуризації виробництва суспільного валового продукту. Все це об'єктивні процеси, які визначають напрями економічного розвитку країни. Цим передбачається удосконалення методології та інструментарію бізнес-процесів і необхідності, таким як, маркетингової науки як філософії підприємницької, бізнесової діяльності, як у практичній площині, так і в освітній діяльності.

Виходячи з вищесказаного, кафедра маркетингу імені А.Ф. Павленка цілеспрямовано взаємодіє із підприємствами і організаціями в площині вивчення практичного досвіду запровадження маркетингу та маркетингового менеджменту в їх діяльності, удосконалення цих процесів, а також з метою підвищення ефективності учбового процесу. З цією метою і на цій основі удосконалюються діючі учбові програми і розробляються і впроваджуються нові дисципліни. Проводиться серйозна робота із абітурієнтами з метою їх залучення до вступу на навчання по спеціальності «Маркетинг», а також залучаються студенти до поглиблення теоретичних знань та посилення практичних знань та компетентностей за фахом з урахуванням інноваційних зрушень в управлінні підприємств і організацій на основі маркетингової концепції.

В межах наукових шкіл, які закладені і запроваджені продовж 3 десятиліть, пріоритетними напрямками діяльності кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка є проблеми впровадження цифровізації в управління діяльністю підприємств, посилення методологічного та методичного забезпечення цього процесу, удосконалення положень та інструментарію маркетингових досліджень та складовими комплексу маркетингу на бакалаврському рівні навчання. На магістерському рівні – проблеми підвищення ефективності маркетингового управління діяльністю підприємств і організацій за рахунок впровадження маркетингового стратегічного та оперативного планування на всіх рівнях діяльності як у зовнішньому середовищі та і внутрішньому.

В умовах переходу до інформатизації суспільних процесів важливим і актуальним є дослідження впливу на економіку країни розвитку промисловості, агропромислового комплексу, сфери послуг, інфраструктурних зрушень, а також дослідження їх ефективності. З метою забезпечення якості освітнього процесу викладачі кафедри активно підвищують свою професійну кваліфікацію шляхом стажування в провідних установах, на підприємствах та організаціях. Це забезпечує їх професійну обізнаність та підвищення рівня практичних знань з метою їх використання в навчальному процесі.

2. Пріоритетні напрями наукових досліджень кафедри.

Викладачі кафедри беруть активну участь у науково-практичних міжнародних і вітчизняних конференціях, присвячених проблемам розвитку та впровадження досягнень маркетингу. У звітному періоді таких заходів було 32. В тому числі кафедра маркетингу імені А.Ф. Павленка організувала і провела V Міжнародну науково-практичну Інтернет-конференцію «Маркетингова освіта в Україні». В ній взяли участь науково-педагогічні працівники з 5 зарубіжних країн (Вірменія, Азербайджан, Киргизія, Хорватія, Албанія), які поділилися досвідом розвитку маркетингу і його практичного застосування. За результатами роботи конференції видано електронний збірник тез і доповідей. В його виданні взяли участь 187 авторів. Обсяг видання – 449 с.

Завідувач кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка д.е.н., проф. Федорченко А.В. прийняв участь у між кафедральній науково-дослідній темі «Оптимізація ефективності використання виробничих потужностей (можливість концентрації виробництва) та нерухомого майна АТ «Київський завод «Радар» в умовах кризового становища. В роботі доведено, що поетапна реалізація розроблених для АТ «Радар» корпоративної, функціональної й операційної стратегій дозволить побудувати інноваційну модель управління діяльністю підприємства.

Заступник завідувача кафедри к.е.н., проф. Пилипчук В.П. в рамках ініціативної теми «Маркетингова діяльність промислових підприємств на товарних ринках», перебуваючи на стажуванні в Національному інституті стратегічних досліджень, розглянув питання «Промисловість в економіці країн світу. На цій основі підготовлена до друку наукова стаття з рекомендаціями стратегічного розвитку промисловості України в руслі глобальних процесів у цій сфері.

Професор Ларіна Я.С., д.е.н., проф. взяла участь у підготовці до видання у співавторстві навчального посібника «Світова економіка» обсягом 35,5 д.а.

Професор Шафалюк О.К., д.е.н., взяв участь у виданні у співавторстві монографії по темі «Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст».

Заступник завідувача кафедри к.е.н., доц. Василькова Н.В. займається дослідженням проблем підвищення рівня якості вищої освіти і взяла участь у публікації колективної монографії «Конкурентні моделі управління якістю вищої освіти у ХХІ столітті».

Д.е.н., проф. Ларіна Я.С., д.е.н., проф. Федорченко А.В., д.е.н., доц Савич О.П. підготували наукові статті присвячені актуальним проблемам удосконалення маркетингової діяльності та соціально-економічним відносинам, які опубліковані у наукових виданнях із переліку науко метричної бази Scopus.

Д.е.н., проф. Романенко Л.Ф, плідно працює над проблемами впровадження цифрового маркетингу. Вона опублікувала статтю «Цифровий маркетинг: особливості, інструменти, тенденції розвитку».

Кафедра плідно працює над проблемами удосконалення управління маркетинговими комунікаціями в сучасних умовах поширення інтернет-контактів та цифрового маркетингу. Це засвідчує тематика опублікованих викладачами кафедри наукових статей та виступів на наукових конференціях та круглих столах.

3. Інформація про науково-дослідні роботи, що виконуються на кафедрі.

3.1. Інформація про науково-дослідні роботи, що фінансуються за рахунок державного бюджету (у тому числі НДР молодих вчених).

Інформацію надати у наступному вигляді:

Кафедра

Назва НДР:

Номер державної реєстрації:

Науковий керівник:

Етап (вказати чи тема завершена, перехідна, який рік виконується):

Термін виконання: з _____ по _____

Наукові результати (вказується, що розроблено, досліджено, доведено, оцінено тощо та яке це має значення для економіки та розвитку науки), отримані у звітному періоді (для перехідних тем) / за весь період виконання роботи (для завершених тем) - до 20 рядків тексту:

Кількість публікацій по темі за звітний період (для перехідних тем) / за весь період виконання (для завершених тем):

Кількість захищених дисертацій за темою дослідження за звітний період (для перехідних тем) / за весь період виконання (для завершених тем)::

кандидатські - ____;
докторські - _____.

3.2. Інформація про ініціативні науково-дослідні роботи, що виконуються у межах робочого часу викладачів.

Інформацію надати у наступному вигляді:

Кафедра маркетингу імені А.Ф. Павленка

Назва ініціативної НДР: Розвиток методології та методики маркетингу в умовах інформатизації суспільства

Номер державної реєстрації: 0118U002376

Науковий керівник: д.е.н., проф. Федорченко А.В.

Етап (вказати чи тема завершена, перехідна, який рік виконується): перехідна

Термін виконання: з 01.01.2018 по 31.12.2022

Наукові результати

В рамках виконання наукової теми у 2021р. досліджувались питання розвитку маркетингу в умовах інтернет та цифрової економіки. Вплив цифровізації на управління маркетингом за складовими його комплексу. Розглянуті питання методичного та методологічного характеру; вивчались проблеми маркетингових комунікацій як важливого інструменту у просуванні і продажу продукції підприємства.

Продовжувались дослідження розвитку маркетингової діяльності підприємств на товарних ринках. Під впливом НТП, інноваційних процесів, екологізації, кластеризації, розглядалися проблеми удосконалення стратегічної діяльності підприємств в сучасних умовах, підвищення економічної ефективності маркетингу в управлінні господарськими процесами підприємств. Досліджувались питання соціально-відповідального маркетингу, а також маркетингу взаємовідносин виробників та споживачів, бізнес організацій із суб'єктами зовнішнього середовища.

Було досліджено сучасні проблеми розвитку внутрішнього маркетингу підприємств в умовах інтернет та застосування цифрових інструментів та технологій. Були розглянуто проблеми цифровізації виробництва у взаємозв'язку із цифровізацією маркетингової діяльності підприємства.

Кількість публікацій по темі за звітний період (для перехідних тем) / за весь період виконання (для завершених тем): 25

Кількість захищених дисертацій за темою дослідження за звітний період (для перехідних тем) / за весь період виконання (для завершених тем):

кандидатські - ____;

докторські - _____.

3.3. Інформація про госпдоговірні науково-дослідні роботи та вітчизняні гранти.

3.4. Інформація про наукові гранти, за якими працювали науковці кафедри, що фінансувались закордонними організаціями.

За винятком проектів розвитку потенціалу вищої освіти та академічної мобільності, наприклад, інфраструктурні гранти Еразмус+ тощо. Інформація має корелювати з даними таблиці 12 частини 2 звіту

4. Високоєфективна наукова, науково-технічна та інноваційна діяльність кафедри, в тому числі впровадження результатів наукових досліджень.

Інформація надається у довільній формі.

Для підготовки матеріалів для проведення державної атестації Університету у частині провадження наукової (науково-технічної) діяльності просимо за наявності навести важливу інформацію про результати проведених маркетингових досліджень щодо просування отриманих результатів НДР на український та світовий рівні, визначити потенційних замовників, навести перелік реальних замовників, з якими вже встановлено попередні договірні відносини.

5. Наукове та науково-технічне співробітництво із закордонними організаціями.

Надати у текстовому вигляді загальну інформацію про стан міжнародного наукового співробітництва кафедри, характеристику його основних напрямків, приклади успішної реалізації та перспективи розвитку. Інформація має корелювати з даними таблиці 11 частини 2 звіту.

6. Одержання конкурентоспроможних наукових і науково-прикладних результатів.

Інформація надається у довільній формі за результатами виконання НДР.

7. Застосування нових наукових, науково-технічних знань у навчальному процесі.

Інформація надається у довільній формі.

8. Підготовка наукових кадрів.

Інформація надається у довільній формі.

Надати за наявності перелік захищених кандидатських та докторських дисертацій.

9. Результативні показники наукових та науково-технічних робіт.

Надати перелік створеної науково-технічної продукції (та зазначити за наявності її впровадження у виробництво та навчальний процес):

- нових технологій
- методів, теорій
- інше.

Інформація має корелювати з пунктами 10.2, 10.4.6 частини 4 звіту.

10. Наукова робота студентів.

Інформація надається у довільній формі.

Зазначити внутрішні стимулюючі заходи та відзнаки для студентів та молодих вчених.

11. Відомості про науково-дослідну роботу та інноваційну діяльність молодих учених.

Інформація надається у довільній формі.

Надати за наявності перелік молодих вчених, які отримували премії:

- гранти Президента України для підтримки наукових досліджень молодих вчених
- гранти Президента України докторам наук для здійснення наукових досліджень
- щорічні гранти Президента України для обдарованої молоді

- щорічні премії Президента України для молодих вчених
- премії Верховної Ради України найталановитішим молодим ученим в галузі фундаментальних і прикладних досліджень та науково-технічних розробок
- премії Кабінету Міністрів України за особливі досягнення молоді у розбудові України
- стипендії Верховної Ради України

Зазначити за наявності проекти, подані на конкурс молодих вчених.

Молоді вчені кафедри, які є експертами у Експертній раді МОН або інших дорадчих органах (за наявності).

Інформація має корелювати з пунктами 5.13, 5.14, 5.15 частини 4 звіту.

ЧАСТИНА 2

ВІДОМОСТІ ПРО НАУКОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ КАФЕДРИ

Таблиця 1

ОСНОВНІ НАУКОВО-ОСВІТНІ ЗАХОДИ, ЩО ПРОВОДИЛИСЯ КАФЕДРОЮ У 2021 РОЦІ

№ п/п	Назва заходу	Вид заходу (міжнародний, всеукраїнський, інший)	Форма проведення заходу (онлайн, офлайн, інше)	Дата та місце проведення заходу	Співорганізатори	Кількість учасників заходу
Конференції						
1	«Маркетингова освіта в Україні» V Міжнародна науково-практична інтернет-конференція	Міжнародна	Он-лайн	7-8 жовтня 2021 р., ДВНЗ «КНЕУ»	Науково-дослідний інститут маркетингу, Одеський національний політехнічний університет Національний авіаційний університет Польсько-український науковий журнал «соціально-гуманітарні науки»	187
Конференції здобувачів вищої освіти і молодих вчених						
1						
Семінари						
1						
Симпозіуми						
1						
Виставки						
1						
Інші заходи						
1						

**СПИСОК МОНОГРАФІЙ, ОПУБЛІКОВАНИХ В УКРАЇНІ (ІНДИВІДУАЛЬНИХ, КОЛЕКТИВНИХ)
(виділити жирним шрифтом прізвища авторів віком до 35 років (обов'язково))**

№ п/п	Прізвище та ініціали автора, співавтора, керівника авторського колективу	Назва монографії	Загальний обсяг д.а. та кількість сторінок (для колективних монографій вказати обсяг д.а. та кількість сторінок, що належить автору)	Мова	Видавництво (вихідні дані)	Вказати		Web-посилання на монографію (за наявності)
						За фундаментальними дослідженнями	За прикладними дослідженнями	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Індивідуальні монографії								
1								
	Усього	X		X	X			X
Колективні монографії								
1	Ларіна Я.С., Ромат Є.В., Бабаченко Л.В., Багорка М.О., Білоткач І.О. та ін. Керівник авторського колективу Ромат Є.В.	Сучасний маркетинг: тренди, інновації, інструменти.	19,25 д.а., 308 с. (Ларіна Я.С.: 1,25 д.а, С. 67-86.)	Укр.	К.: Студцентр, 2021. 308 с.		+	
2	Василькова Н.В. [Д. Г. Лук'яненко, Л. Л. Антонюк, Н. В. Василькова, Д. О. Ільницький та ін.] ; за ред. д.е.н., проф. Д. Г. Лук'яненка та д.е.н., проф. Л. Л. Антонюк.	Конкурентні моделі управління якістю вищої освіти у ХХІ столітті : монографія. Вид. 2-ге доповн. та перероб. (Василькова Н.В.: 2.1. Управління якістю вищої освіти: маркетинговий підхід, с. 267 - 280)	25 д.а., 472 с. (Василькова Н.В.: 1 д.а., 13 с.)	Укр.	К. : КНЕУ, 2021. 472 с.	+		
3	Шафалюк О.К., Олексюк О.І.	Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст		Укр.	ВНЗУ «Полтавський університет економіки і торгівлі»		+	
4	Підгурська В. [Ромат Є.В., J. W. Wiktor, J.	Бренд-менеджмент: вимір глобальний, вибір локальний:	15 д.а., 256 с. (Підгурська В.:	укр	Київ : Студцентр,			

	Sobura, K. Sanak-Kosmowska, Багорка М.О. та ін.]; за заг. ред. Є. В. Ромата.	монографія (Підгурська В. Систематизація підходів до визначення сутності бренду, С.52-62)	0,7 д.а., С.52-62)		2021. 256 с.			
	Усього	X	59,25 д.а., 1036 с. (в т.ч. кафедра: 2,95 д.а., 43 с.)	X	X			X

Таблиця 3

**СПИСОК МОНОГРАФІЙ, ОПУБЛІКОВАНИХ ЗА КОРДОНОМ (ІНДИВІДУАЛЬНИХ, КОЛЕКТИВНИХ)
(виділити жирним шрифтом прізвища авторів віком до 35 років (обов'язково))**

№ п/п	Прізвище та ініціали автора, співавтор, керівника авторського колективу	Назва монографії	Загальний обсяг д.а. та кількість сторінок (Для колективних монографій вказати обсяг друкованих аркушів та кількість сторінок, що належить автору)	Мова	Видавництво (вихідні дані)	Вказати		Web-посилання на монографію (за наявності)
						За фундаментальними дослідженнями	За прикладними дослідженнями	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Монографії, що опубліковані у зарубіжних періодичних наукових виданнях країн Організації економічного співробітництва та розвитку								
1								
	Усього	X		X	X			X
Монографії, що опубліковані у інших країнах								
1								
	Усього	X		X	X			X

Таблиця 4

СПИСОК НАУКОВИХ СТАТЕЙ, ОПУБЛІКОВАНИХ В УКРАЇНСЬКИХ ВИДАННЯХ
(виділити жирним шрифтом прізвища авторів віком до 35 років (обов'язково))

№ п/п	Прізвище та ініціали авторів	Назва статті	Назва журналу/ збірника та вихідні дані	Обсяг друківаних аркушів та перша і остання сторінки	Мова	Вказати категорію (А або Б), за наявності	Вказати імпульс-фактор видання та кількість цитувань публікації, за наявності	Вказати наукометричну базу, в якій зареєстровано журнал/ збірник, за наявності	Web-посилання на статтю, за наявності
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Видання, які включені до міжнародної наукометричної бази даних Scopus									
1	Yaroslava Larina, Julia Galchynska, Natalia Struk, Olga Varchenko, Olena Gryshchenko	Perspectives of Ukrainian bioenergy development: estimation by means of cluster analysis and marketing approach	Економічний часопис – XXI (Economic Annals-XXI), 2021, № 187(1-2)	0,5 д.а. С. 63-74	англ.	А	63%	Scopus, Web of Science, Index Copernicus	http://soskin.info/usefiles/file/Economic-Annals-pdf/DOI/ea-V187-06.pdf
Видання, які включені до міжнародної наукометричної бази даних Web of Science Core Collection									
2	Oksana Zghurska, Yaroslava Larina, Ruslan Dymenko, Andrii Fedorchenko, Vasyl Zalizko, Stepan Kubiv	Strategic forecast of multifactorial impact on the efficiency of diversified enterprises	Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2021. Vol. 5 №. 40. pp. 328-344. (ISSN: 2306-4994; e-ISSN: 2310-8770).	1,3 д.а.	англ.	А		Web of Science, Index Copernicus	http://fkd1.ubs.edu.ua/article/view/245160
Видання, які включені до міжнародної наукометричної бази даних для суспільних та гуманітарних наук Copernicus									
3	Ларіна Я.С.	Веган-споживачі як перспективний сегмент ринку органічної продукції	Маркетинг в Україні, № 4, 2021	0,4 д.а., С. 43-45	Укр	-	-	Index Copernicus	http://uam.in.ua/upload/iblock/863/863303c961267c29d5ab19cd892243af.pdf
Видання категорії А або Б, які не включені до міжнародних наукометричних баз даних Scopus або Web of Science Core Collection									
4	Сєвонькаєва О.О.	Технології маркетингових комунікацій у сучасних умовах.	Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. Науково-практичний журнал	0,37 д.а. С. 90-98	укр.	Б		Index Copernicus	https://nonproblem.net/journals/
5	Голіцин А.М.	Теоретико-методичні аспекти формування та розвитку SMM	Інфраструктура ринку. 2021. №57	0,63 д.а. 51-56 с.	укр.	Б		Index Copernicus,	http://www.market-infr.od.ua/journals/2

		стратегії підприємства.						Google Scholar	021/57_2021/9.pdf
6	Ткаченко П.В.	Принципи ведення інноваційної діяльності на підприємствах	Економіка та суспільство. 2021. № 29.	0,23 д.а. Електронне видання	укр.	Б		Google Scholar, Index Copernicus CiteFactor, Eurasian Scientific Journal Index (ESJI)	https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-45
7	Ткаченко П.В.	Теоретичне підґрунтя інноваційної діяльності підприємств	Підприємництво та інновації. 2021. № 19.	0,21 д.а. С. 40-45	укр.	Б		Google Scholar, Index Copernicus	https://doi.org/10.37320/2415-3583/19.6
8	Ткаченко П.В.	Оцінка стану інноваційної діяльності промислових підприємств України	Таврійський науковий вісник (подано до друку)	0,21 д.а.	укр.	Б		Google Scholar, Index Copernicus	Буде опублікована в грудні
9	Ремезь Ю.Б.	Роль соціально-відповідального маркетингу в діяльності підприємства	Інфраструктура ринку. 2021. №53	0,5 д.а. С. 79-84	укр.	Б		Index Copernicus Journal Master List	http://www.market-infr.od.ua/uk/53-2021
10	Ремезь Ю.Б., Баша І.М.	Теоретичні та практичні засади іміджу підприємства в сучасних умовах	Економіка та суспільство. 2021. № 28.	0,5 д.а.	укр.	Б		Index Copernicus	https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/499 DOI: 10.32782/2524-0072/2021-28-22
11	Овсієнко Н.В.	Дослідження маркетингового потенціалу промислового підприємства на прикладі ПрАТ "ОТІС"	Економічний простір: Збірник наукових праць. № 168. Дніпро: ПДАБА, 2021.	0,33 д.а. С. 71-75	укр.	Б		Index Copernicus Journal Master List	
12	Овсієнко Н.В.	Дослідження рівня лояльності споживачів в стратегічній діяльності на прикладі ПрАТ "ОТІС"	Інфраструктура ринку: Електронний наук.-практ. журнал. № 53. Одеса: ПНДІЕІ, 2021	0,29 д.а. С.55– 61	укр.	Б		Index Copernicus Journal Master List	http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/53_2021/13.pdf
13	Овсієнко Н.В.	Оптимізація інструментарію маркетингової політики комунікацій діяльності бренду.	Економіка та суспільство. № 24. 2021.	0,9 д.а.	укр.	Б		Index Copernicus	https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/224/215
14	Овсієнко Н.В.	Особливості маркетингової діяльності підприємств будівельної галузі	Економіка та суспільство. № 26. 2021.	0,4 д.а.	укр.	Б		Index Copernicus	https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/347/332

15	Романенко Л.Ф., Семчук Ж.	Цифровий маркетинг: особливості, інструменти, тенденції розвитку в сучасному світі	Наукові записки Львівського університету бізнесу та права	0,25 д.а. С.265-270	укр.	Б			https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/414
16	Підгурська В.	Бренд-менеджмент: визначення сутності та місця в системі пов'язаних категорій	Бізнес-інформ, № 7	0,25 д.а. с. 242-247	укр.	Б	Index Copernicus		
17	Волков А.	Соціальні мережі як інструмент управління поведінкою споживача	Приазовський економічний вісник. № 5(28), 2021.	0,5 д.а.	укр.	Б			
18	Волков А.	Психологічний вплив реклами на поведінку нового покоління	Таврійський науковий вісник. Випуск 9	0,5 д.а.	укр.	Б			
19	Березюк В. О.	Інструментарій маркетингових комунікацій в інтернет-середовищі: класифікація та специфіка використання.	Ефективна економіка. 2021. № 4.	0,5 д.а.	укр.	Б	Index Copernicus		http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8824
Інші академічні видання									
20	Баша І.М., Плачковська О.О.	Застосування комунікаційних засобів фармацевтичної галузі в епоху турбулентності	Наука онлайн: Міжнародний електронний науковий журнал. 2021. №5.	0,33 д.а.	укр.	Б			https://nauka-online.com/ua/publications/ekonomika/2021/5/14-4/
Інші видання									

Загальна кількість наукових статей, опублікованих в українських періодичних виданнях: 20 (кількість) **9,1** (обсяг д.а.), з них:

Scopus: **1** (кількість) **0,5** (обсяг д.а.)

Web of Science: **1** (кількість) **1,3** (обсяг д.а.)

Copernicus: **1** (кількість) **0,4** (обсяг д.а.)

Категорія А або Б, які не включені до міжнародних наукометричних баз даних Scopus або Web of Science Core Collection: **16** (кількість) **6,57** (обсяг д.а.)

Інші: **1** (кількість) **0,33** (обсяг д.а.)

Загальна кількість наукових статей, опублікованих в українських періодичних виданнях (молоді вчені): 8 (кількість) **2,73** (обсяг д.а.), з них:

Scopus: _____ (кількість) _____ (обсяг д.а.)

Web of science: _____ (кількість) _____ (обсяг д.а.)

Copernicus: - (кількість) - (обсяг д.а.)

Категорія А або Б, які не включені до міжнародних наукометричних баз даних Scopus або Web of Science Core Collection: **7** (кількість) **2,4** (обсяг д.а.)

Інші: **1** (кількість) **0,33** (обсяг д.а.)

Таблиця 5

СПИСОК НАУКОВИХ СТАТЕЙ, ОПУБЛІКОВАНИХ В ЗАКОРДОННИХ ВИДАННЯХ
(виділити жирним шрифтом прізвища авторів віком до 35 років (обов'язково))

№ п/п	Прізвище та ініціали авторів	Назва статті	Назва журналу/ збірника та вихідні дані	Обсяг друкованих аркушів та перша і остання сторінки	Мова	Країна видання	Вказати ім'я фактор видання та кількість цитувань публікації, за наявності	Вказати наукометричну базу, в якій зареєстровано журнал/збірник, за наявності	Web-посилання на статтю, за наявності
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Видання, які включені до міжнародної наукометричної бази даних Scopus									
1.	Yaroslava Larina, Julia Gajchynska, Oleksandr Popov	Development of egg market in Ukraine: Evaluation, forecasting and marketing solutions.	Journal of Hygienic Engineering and Design, Vol. 33, 2020 У звіті кафедри за 2020 р. подавалась як прийнята редакцією до друку	1,2 д.а. С. 249-259	англ.	Македонія		Scopus	https://keypublishing.org/jhed/jhed-volumes/jhed-volume-33-fpp-22-yaroslava-larina-julia-gajchynska-oleksandr-popov-2020-development-of-egg-market-in-ukraine-evaluation-forecasting-and-marketing-solutions/
2.	Olena Laburtseva, Yaroslava Larina, Olena Nahorna, Serhii Vinichenko, Viktoriia Hordiienko et al.	Development of a Marketing Strategy for Enterprise Financial Growth	Estudios de Economía Aplicada. Vol. 39 No. 5 (2021): Special Issue Innovation in the Economy and Society of the Digital Age.	1,4 д.а.	англ.	Іспанія		Scopus, EconLit, RePec, Isoc, Latindex, Dialnet, Redalyc	http://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/4794
3.	Yaroslava Larina, Julia Galchynska, Petro Kucheruk, Oksana Zghurska,	Estimation of the Domestic Agricultural Sector Potential for the Growth of Energy	Agricultural Engineering. 2021 Vol. 25	1,2 д.а. С. 73-82	англ.	Польща		Scopus, Index Copernicus	http://188.190.33.55:7980/jspui/bitstream/123456789/8984/1/Larina

	et al.	Cultures for Bioenergy Fuel Production							KA.pdf
4.	Savych O., Molchanova E., Fedorchenko A., Kovtoniuk K.	Modeling of Key Marketing Parameters of Development of the EU Car Market and its Clusterization	11th International Conference on Advanced Computer Information Technologies, ACIT 2021; Deggendorf; Germany; 15 September 2021 до 17 September 2021, Institute of Electrical and Electronics Engineers Inc.	0,2 д.а. С. 364-367	англ.	Німеччина		Scopus	http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-85116688876&partnerID=MN8TOARS
5.	Oleksandr Savych, Tetiana Shkoda	Impact of Key Marketing Tools on Global Car Market Development	Communications - Scientific Letters of the University of Zilina	0,5 д.а.	Англ.	Словаччина	CiteScore – 2.1; SNIP – 0.772; SJR – 0.288	Scopus	http://komunikacie.uniza.sk/index.php/communications/article/view/1750/1646
6.	Molchanova E., Dluhopolskyi O., Savych O., Kovtoniuk K., Markovych I.	Analysis of the selected entry strategy of blue bottle coffee roaster.	Ikonomicheski Izsledvaniathis 2021, 30(8)	0,5 д.а.	англ.	Болгарія		Scopus	https://www.iki.bas.bg/Journals/EconomicStudies/2021/2021-8/12_Dluhopolskyi.pdf
7.	Oksana Zghurska, Tetiana Somkina, Olena Korchynska, Andriy Fedorchenko, Olena Tarasevych, Stepan Kubiv	Formation of organizational and economic structure in the process of developing innovative solutions of a diversified enterprise	Journal of Hygienic Engineering and Design (Food Production and Processing), Vol. 36, 2021	1 д.а., pp. 111-118	англ.	Македонія		Scopus	https://keypublishing.org/jhed/jhed-volumes/jhed-volume-36-fpp-4-%d0%beksana-zghurska-tetiana-somkina-%d0%belena-korchynska-andriy-fedorchenko-olena-tarasevych-stepan-kubiv-2021-formation-of-organizational-and-economic-structur/

Видання, які включені до міжнародної наукометричної бази даних Web of Science Core Collection									
8.	Oksana Zghurska, Yaroslava Larina, Tetiana Somkina and Olena Korchynska.	Organizational structure of agro-industrial enterprises' activity in the direction of diversification strategies' formation.	Solid State Technology. Vol. 63 No. 6 (2020).	0,4 д.а. С. 42 – 43.	англ.	США		Web of Science	http://solidstatetechnology.us/index.php/JSST/issue/view/49
9.	Oleksandr Savych, Tetiana Shkoda	The concept of marketing efforts consolidation at the global car market	Selected papers of the 11th International Scientific Conference "Business and Management 2020"	0,5 д.а.	англ.	Литва		Web of Science	http://www.bm.vgtu.lt/index.php/verslas/2020/paper/view/542
10.	Iuliia Gernego, Tetiana Shkoda, Oleksandr Savych	Marketing tools in strategic management of young scientists' human capital	Baltic Journal of Economic Studies, Vol. 7, No. 4. 2021	0,5 д.а.	англ.	Латвія		Web of Science	http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/1259
Видання, які включені до міжнародної наукометричної бази даних для суспільних та гуманітарних наук Scopus									
Видання, що опубліковані у зарубіжних періодичних наукових виданнях країн Організації економічного співробітництва та розвитку									
Інші міжнародні академічні видання									
11.	O. Oleksiuk, O. Shafalyuk	Ukrainian pharmaceutical online retail in modern conditions of digital-marketing and commerce development	Social and Human Sciences. Polish-Ukrainian scientific journal, №3 (31), 2021	1,2 д.а.	англ.	Польща	-	-	https://issn2391-4164.blogspot.com/p/39.html
Інші міжнародні видання									

Загальна кількість наукових статей, опублікованих в закордонних періодичних виданнях: 11 (кількість) **8,6** (обсяг д.а.), з них:

Scopus: **7** (кількість) **6** (обсяг д.а.)

Web of science: **3** (кількість) **1,4** (обсяг д.а.)

Scopus ____ (кількість) ____ (обсяг д.а.)

Видання, що опубліковані у зарубіжних періодичних наукових виданнях країн Організації економічного співробітництва та розвитку: **8** (кількість) **5,9** (обсяг д.а.)

Інші: **1** (кількість) **1,2** (обсяг д.а.)

Загальна кількість наукових статей, опублікованих в закордонних періодичних виданнях (молоді вчені): ____ (кількість) ____ (обсяг д.а.), з них:

Scopus ____ (кількість) ____ (обсяг д.а.)

Web of science ____ (кількість) ____ (обсяг д.а.)

Соретнік ___ (кількість) ___ (обсяг д.а.)
 Видання, що опубліковані у зарубіжних періодичних наукових виданнях країн
 Організації економічного співробітництва та розвитку ___ (кількість) ___ (обсяг д.а.)
 Інші ___ (кількість) ___ (обсяг д.а.)

Таблиця 6

СПИСОК НАУКОВИХ ПУБЛІКАЦІЙ В ІНШИХ ВИДАННЯХ (ГАЗЕТИ, КНИГИ, БРОШУРИ, ДОВІДКОВІ МАТЕРІАЛИ)
(виділити жирним шрифтом прізвища авторів віком до 35 років (обов'язково))

№ п/п	Прізвище та ініціали авторів	Назва	Обсяг (д.а.)	Мова	Видавництво (вихідні дані)	Вид публікації					
						Газета	Книга		Брошура		Довідкові матеріали
							Вид публікації		Вид публікації		
						Академічна	Професійна	Академічна	Професійна		
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	<i>12</i>
1											
Усього		X		X	X						

Таблиця 7

ВИКОРИСТАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НДР В УЧБОВОМУ ПРОЦЕСІ (ОПУБЛІКОВАНІ ПІДРУЧНИКИ, НАВЧАЛЬНІ ПОСІБНИКИ)
(виділити жирним шрифтом прізвища авторів віком до 35 років (обов'язково))

№ п/п	Назва, автор (автори)	Вид навчального видання (підручник, навчальний посібник)	Обсяг (д.а.)	Вихідні дані
<i>1</i>	Світова економіка. Українсько-англомовне видання. Автори: Ларіна Я.С., Фомішина В.М., Антофій Н.М., та ін, усього 13 осіб	Навчальний посібник	35,57 д.а.	Одеса: ОЛДІ-ПЛЮС, 2021, 612 с.
Усього		X	35,57 д.а.	X

**НАУКОВІ ТА НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ, НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ КОНФЕРЕНЦІЇ, СЕМІНАРИ, КРУГЛІ СТОЛИ, В ЯКИХ ПРИЙМАЛИ
УЧАСТЬ НАУКОВО-ПЕДАГОГІЧНІ ПРАЦІВНИКИ КАФЕДРИ
(виділити жирним шрифтом прізвища авторів віком до 35 років (обов'язково))**

№ п/п	Назва	Вид (міжнародні, всеукраїнські та ін.)	Місце та дата проведення	Прізвище учасника	Тези доповіді (назва, автори, вихідні дані, обсяг), за наявності
1	2	3	4	5	6
1.	III Міжнародна науково-практична конференція «Сучасний маркетинг: стратегічне управління та інноваційний розвиток»	Міжнародна	Харків. нац. техн. ун-т сіл. госп-ва ім. П. Василенка. Х.: ХНТУСГ, 19-23 квітня 2021.	Ларіна Я.С.	Ларіна Я.С. Стратегічні тенденції розвитку ринку органічної продукції
2.	XII Міжнародна науково-практична конференція «Україна в світовому економічному просторі: сучасні виклики та інноваційні рішення»	Міжнародна	Залізний Порт, 9-10 вересня 2021	Ларіна Я.С.	Ларіна Я.С., Гельманова З.С., Федорова Н.Є. Особливості та етапи просування органічних харчових продуктів на зовнішні ринки
3.	II Міжнародна науково-практична конференція «Органічний маркетинг: сучасні технології та перспективи розвитку»	Міжнародна	Київ, УАМ, 12 жовтня 2021	Ларіна Я.С.	Ларіна Я.С. Веган-споживачі як перспективний сегмент ринку органічної продукції
4.	V Міжнародна науково-практична інтернет-конференція 7-8 жовтня 2021 р. «Маркетингова освіта в Україні»	Міжнародна	Київ, КНЕУ, 7-8 жовтня 2021 р.	Ларіна Я.С.	Ларіна Я.С. Мотивація студентів до науково-дослідної діяльності
5.	XX Ювілейна міжнародна науково-практична конференція «Проблеми планування в ринкових умовах»	Міжнародна	Хмельницький, 28 жовтня 2021	Ларіна Я.С.	Ларіна Я.С. Особливості маркетингового стратегічного планування в аграрному секторі
6.	V Міжнародна науково-практична інтернет-конференція 7-8 жовтня 2021 р. «Маркетингова освіта в Україні»	Міжнародна	Київ, КНЕУ, 7-8 жовтня 2021 р	Голіцин А.М.	Продакт менеджер vs проджект менеджер: найбільш актуальні професії маркетинг-менеджменту, 0,125 д.а. URL: https://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/36689
7.	Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція «Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій»	Всеукраїнська	29 жовтня 2021	Голіцин А.М.	Управління ризиками в маркетингових проектах, 0,125 д.а
8.	III Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Міждисциплінарний дискурс у дослідженні феномену соціального»	Міжнародна	Київ, КНЕУ 30 березня 2021 р.	Шишигіна Л.С.	Шишигіна Л.С. Соціальні та медіакомунікації і маркетинг. Зб. матеріалів III Міжнар. наук-практ. Інтернет-конф. «Міждисциплінарний дискурс у дослідженні феномену соціального», м. Київ, 30

					березня 2021 р. : [Електронний ресурс], К.: КНЕУ, 2021. С.205-207 (0,125 д.а.)
9.	V Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Маркетингова освіта в Україні»	Міжнародна	Київ, КНЕУ, 7-8 жовтня 2021 р	Шишигіна Л.С.	Шишигіна Л.С. Особливості лакшері-маркетингу. Маркетингова освіта в Україні: Зб. матеріалів V Міжнар. наук.- практ. Інтернет-конф. (Київ, 7–8 жовтня 2021 р.) : [Електронний ресурс], К.: КНЕУ, 2021. 448 с. С.446-448 (0,125 д.а.)
10.	V Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Маркетингова освіта в Україні»	Міжнародна	Київ, КНЕУ, 7-8 жовтня 2021 р.	Сєвонькаєва О.О.	Клієнтоорієнтовність в маркетингових комунікаціях. Маркетингова освіта в Україні: Зб. матеріалів V Міжнар. наук.- практ. Інтернет-конф. (Київ, 7–8 жовтня 2021 р.) : [Електронний ресурс], К.: КНЕУ, 2021. 448 с. с.134
11.	III Міжнародна науково-практична конференція «Бренд-менеджмент: маркетингові технології»	Міжнародна	Київ, 11 березня 2021 р.	Сєвонькаєва О.О.	Інноваційні форми маркетингових комунікацій. Бренд-менеджмент: маркетингові технології [Електронне видання] : Матеріали III Міжнар. наук.- практ. конф. (Київ, 11 березня 2021 р.). Київ : КНТЕУ, 2021. с. 238
12.	Круглий стіл «Сучасні тенденції управління брендинговими технологіями підприємств регіону в умовах євроінтеграції»	Всеукраїнська	Чернівецький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету, 14 червня 2021 р.	Сахарова Т.В.	Розвиток українських туристичних брендів в умовах всесвітньої пандемії. Сахарова Т.В., к.е.н, доц., Парубець О.В., к.е.н., доц. (КУТЕП), доповідь, тези 2,5 сторінок
13.	V Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Маркетингова освіта в Україні»	Міжнародна	Київ, КНЕУ, 7-8 жовтня 2021 р.	Антонченко М.Ю.	Процес сертифікації авіапідприємства, с.260-263
14.	Онлайн-конференція «Digital Agro Day»	Міжнародна	11 лютого 2021 року	Ткаченко П.В.	-
15.	Інтерактивна панельна онлайн-дискусія «АПК України: перезавантаження системи управління»	Всеукраїнська	УАК, 23 лютого 2021 року	Ткаченко П.В.	-
16.	Бізнес-форум «Фінансовий бізнес та FinTech: синергія взаємодії»	Всеукраїнська	КНЕУ, 24 лютого 2021 р.	Ткаченко П.В.	-
17.	III Міжнародна науково-практична конференція «Бренд-менеджмент:	Міжнародна	11 бер. 2021 КНТЕУ	Ткаченко П.В.	Наслідки пандемії COVID-19 для розвитку брендів у цифровому просторі

	маркетингові технології»				
18.	XII Міжнародна науково-практична конференція молодих вчених та студентів «Маркетингове управління конкурентоспроможністю в умовах глобальних викликів»	Міжнародна	м. Дніпро, Університет імені Альфреда Нобеля, 26 березня 2021 р	Ткаченко П.В.	Вплив інноваційної діяльності на конкурентоспроможність підприємства
19.	IV Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція «Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій»	Всеукраїнська	м.Луцьк 29 жовтня 2021 р.	Ремезь Ю.Б.	Особливості застосування інтернет-маркетингу в діяльності підприємства с. 267-269
20.	V Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Маркетингова освіта в Україні»	Міжнародна	Київ, КНЕУ, 7-8 жовтня 2021 р	Ремезь Ю.Б.	Особливості просування товарів в соціальних мережах с. 356-358
21.	International Scientific and Practical Internet Conference «Business Intelligence: Models, Methods And Techniques»	Міжнародна	Kyiv: NAU, March 3-5, 2021.	Fedorchenko A.V.	Fedorchenko A.V. The influence of Covid-19 on the development of digital marketing
22.	II Міжнародна науково-практична конференція «Маркетинг: виклики та рішення»	Міжнародна	Одеса, ОНЕУ, 21 квітня 2021 р.	Федорченко А.В.	Федорченко А. В. Маркетинг у системах управління підприємствами: сучасні виклики
23.	V Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Маркетингова освіта в Україні»	Міжнародна	Київ, КНЕУ, 7-8 жовтня 2021 р	Федорченко А.В.	Федорченко А.В. Освітні стандарти і компетентнісний підхід у підготовці сучасного маркетолога
24.	11th International Scientific Conference “Advance Computer Information Technologies ACIT 2021	Міжнародна	September, 15-17, 2021, Dusseldorf, Germany	Savych Oleksandr	Modeling of key marketing parameters of the EU car market and its clusterization. (SCOPUS), Pp. 364-367. ISBN 978-1-6654-1854-6. Ресурсний допуск: http://www.bm.vgtu.lt/index.php/verslas/2020/paper/view/542
25.	V Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Маркетингова освіта в Україні»	Міжнародна	Київ, КНЕУ, 7-8 жовтня 2021 р.	Василькова Н.В.	Василькова Н.В. Маркетинг закладів вищої освіти в умовах цифрової трансформації. Маркетингова освіта в Україні: Зб. матеріалів V Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (Київ, 7–8 жовтня 2021 р.) : [Електронний ресурс], К.: КНЕУ, 2021. 448 с. С. 167-170.
26.	I Міжнародна науково-практична конференція «Тенденції та перспективи розвитку менеджменту в умовах глобальних викликів»	Міжнародна	м.Херсон, 28 травня 2021 р.	Овсієнко Н.В.	Дослідження маркетингового потенціалу промислового підприємства на прикладі ПрАТ "ОТІС". С.330-333
27.	LXVI Міжнародна науково-практична конференція «Інновації науки XXI століття»	Міжнародна	м. Дніпро, 17 травня 2021 р.	Овсієнко Н.В.	Дослідження рівня лояльності споживачів в стратегічній діяльності на прикладі ПрАТ "ОТІС". С.186-189

28.	The 20th International scientific and practical conference «Covid -19 — Challenges in Modern Science»	Міжнародна	Warsaw (Poland), 1-2 червня 2021	Овсієнко Н.В.	Оптимізація інструментарію маркетингової політики комунікацій діяльності бренду. С. 104-107
29.	Всеукраїнська науково-практична конференція «Сучасні наукові погляди на вдосконалення економіки: перспективи та розвиток»	Всеукраїнська	Київ, 10 липня 2021	Овсієнко Н.В.	Особливості маркетингової діяльності підприємств будівельної галузі. – С. 76-79
30.	V Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Маркетингова освіта в Україні»	Міжнародна	Київ, КНЕУ, 7–8 жовтня 2021 р.	Шафалюк О.К.	Шафалюк О.К., Олексюк О.І. Сучасні проблеми і можливості розвитку маркетингу, с. 325-326.
31.	II Міжнародна науково-практична конференція «Маркетинг та логістика в агробізнесі»	Міжнародна	Київ, НУБіП, 15 квітня 2021 р.	Шафалюк О.К.	-
32.	V Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Маркетингова освіта в Україні»	Міжнародна	Київ, КНЕУ, 7-8 жовтня 2021 р.	Пилипчук В.П.	Цифровізація промислового виробництва, 0.1 д.а.(доповідь)
33.	V Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Маркетингова освіта в Україні»	Міжнародна	Київ, КНЕУ, 7-8 жовтня 2021 р	Пилипчук В.П.	Цифровізація промислового виробництва, 0.125 д.а.)с.310-312
34.	II Міжнародна науково-практична конференція «Маркетинг та логістика в агробізнесі»	Міжнародна	Київ, НУБіП, 15 квітня 2021 р.	Пилипчук В.П.	Маркетинг в управлінні діяльністю підприємства, с 94-95
35.	V Міжнародна науково-практична «Фінансове регулювання зрушень в економіці України»	Міжнародна	м. Мукачєво, Мукачівський державний університет, 26.03.2021 р.	Пилипчук В.П.	Маркетинг в системі управління діяльністю промислового підприємства, с.120-121
36.	IX Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Актуальні проблеми обліково-аналітичного процесу в управлінні підприємницькою діяльністю підприємства»	Міжнародна	м. Мукачєво, Мукачівський державний університет, 28.10.2021 р.	Пилипчук В.П.	Цифровий маркетинг в управлінні діяльності підприємства
37.	XVI Міжнародна науково-практична конференція «Дослідження та оптимізація економічних процесів «Оптимум – 2020»	Міжнародна	Харків, НТУ «ХП», 2–4 грудня 2020 р.	Баша І.М., Касьян Є.С.	Застосування нейромаркетингу в соціальних мережах: досвід та перспективи
38.	Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні технології комерційної діяльності і логістики»	Міжнародна	Київ, КНЕУ, 21-22 травня 2020 р.	Баша І.М., Шеремет А.	Розвиток PR–діяльності підприємства задля забезпечення його ефективності, с.341-343

39.	Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Сучасні технології комерційної діяльності і логістики»	Міжнародна	Київ, КНЕУ, 21-22 травня 2020 р	Баша І.М., Рудик К.	Інтернет-маркетинг в системі управління сучасним підприємством, с.324-326
40.	Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні проблеми економіки, обліку, фінансів, маркетингу та права»	Міжнародна	Київ, Центр фінансово-економічних наукових досліджень, 2021	Баша І.М., Шкіренко В.О.	Застосування маркетингових концепцій в умовах пандемії, с.134-136
41.	III Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Традиції та новації у розвитку сучасної соціологічної науки: дослідження молодих вчених»	Всеукраїнська	Київ, КНЕУ, 21-22 травня 2021 р.	Баша І.М., Плачковська О.О.	Міграційні настрої українського студента, с.114-116
42.	V Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Маркетингова освіта в Україні»	Міжнародна	Київ, КНЕУ, 7-8 жовтня 2021 р	Романенко Л.Ф.	«Цифровий маркетинг: тенденції розвитку». Маркетингова освіта в Україні: Збірник матеріалів V Міжнар. наук.- практ. Інтернет-конф. (Київ, 7–8 жовтня 2021 р.) : [Електронний ресурс], К.: КНЕУ, 2021. 448 с.
43.	III Міжнар. наук.-практ. конф. Екологічний маркетинг як ефективний інструмент управління брендом	Міжнародна	Київ, 11 березня, 2021 р.	Підгурська В.	Бренд-менеджмент : маркетингові технології [Електронне видання] : Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 11 березня 2021 р.) / відп. ред. А.А. Мазаракі. Київ : КНТЕУ, 2021. 394 с. С.216-219
44.	Науково-практична конференція «Ресурсний потенціал регіонів країни: стан, економічна оцінка та фінансові процеси»		Східноукраїнський інститут економіки та управління	Волков А.	Реклама та її вплив на поведінку споживача
45.	Науково-практична конференція «Ресурсний потенціал регіонів країни: стан, економічна оцінка та фінансові процеси»		Східноукраїнський інститут економіки та управління	Волков А.	Методи психологічного впливу в рекламі
46.	IV Міжнародна науково-практична інтернет-конференція молодих учених «Економічний розвиток держави, регіонів і підприємств: проблеми та перспективи»	Міжнародна	28–29 квітня 2021 р., м. Львів.	Березюк В.	Стратегія управління державним боргом України
47.	V Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція «Маркетингова освіта в Україні»	Міжнародна	7–8 жовтня 2021 року. Київ, КНЕУ	Березюк В.	Методологічні аспекти оцінювання ефективності інтегрованих маркетингових комунікацій в Інтернет-середовищі

Список наукових праць, опублікованих та прийнятих редакцією до друку у 2021 році у зарубіжних виданнях, які мають імпакт-фактор, за формою:

№ з/п	Автори	Назва роботи обов'язково: посилання на web-сторінку, де розміщена публікація (за наявності)	Назва видання, де опубліковано роботу	Том, номер (випуск, перша- остання сторінки роботи)
Статті				
Scopus				
1.	Yaroslava Larina, Julia Gajchynska, Oleksandr Popov	Development of egg market in Ukraine: Evaluation, forecasting and marketing solutions. https://keypublishing.org/jhed/jhed-volumes/jhed-volume-33-fpp-22-yaroslava-larina-julia-gajchynska-oleksandr-popov-2020-development-of-egg-market-in-ukraine-evaluation-forecasting-and-marketing-solutions/	Journal of Hygienic Engineering and Design	Vol. 33, 2020. pp. 249-259
2.	Yaroslava Larina, Julia Galchynska, Petro Kucheruk, Oksana Zghurska, Ganna Ortina, Faten Al-Nadzhari, Tetiana Marusei, Maciej Kuboń, Grzegorz Dzieniszewski	Estimation of the domestic agricultural sector potential for the growth of energy cultures for bioenergy cultures fuel production. URL: http://188.190.33.55:7980/jspui/bitstream/123456789/8984/1/Larina_KA.pdf	Agricultural Engineering	Vol. 25, No. 1, 2021. pp. 73-82.
3.	Yaroslava Larina, Julia Galchynska, Natalia Struk, Olga Varchenko, Olena Gryshchenko	Perspectives of Ukrainian bioenergy development: estimation by means of cluster analysis and marketing approach http://soskin.info/userfiles/file/Economic-Annals-pdf/DOI/ea-V187-06.pdf	Економічний часопис-XXI (Economic Annals-XXI)	№ 187(1-2), 2021. С. 63-74
4.	Oleksandr Savych, Tetiana Shkoda	Impact of Key Marketing Tools on Global Car Market Development http://komunikacie.uniza.sk/index.php/communications/article/view/1750/1646	Communications - Scientific Letters of the University of Zilina	Vol. 23(4), 2021. pp. A264-A276
5.	Oleksandr Savych, Andriy Fedorchenko, Elana Molchanova, Kateryna Kovtoniuk.	Modeling of key marketing parameters of the EU car market and its clusterization. http://www.bm.vgtu.lt/index.php/verslas/2020/paper/view/542	Selected papers of 11th International Scientific Conference "Advance Computer Information Technologies ACIT 2021"	2021, pp. 364-367
6.	Olena Laburtseva, Yaroslava Larina, Olena Nahorna, Serhii Vinichenko, Viktoriia Hordiienko at all.	Development of a Marketing Strategy for Enterprise Financial Growth http://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/4794	Estudios de Economía Aplicada. - Special Issue Innovation in the Economy and Society of the Digital Age.	Vol. 39, No. 5, 2021: Special Issue: Innovation in the Economy and Society of the Digital Age
7.	Molchanova E., Dluhopolskyi O., Savych O., Kovtoniuk K., Markovych I.	Analysis of the selected entry strategy of blue bottle coffee roaster https://www.iki.bas.bg/Journals/EconomicStudies/2021/2021-8/12_Dluhopolskyi.pdf	Ikonomicheski Izsledvaniathis	Vol. 30(8), 2021. pp. 229-242

8.	Oksana Zghurska, Tetiana Somkina, Olena Korchynska, Andriy Fedorchenko, Olena Tarasevych, Stepan Kubiv	Formation of organizational and economic structure in the process of developing innovative solutions of a diversified enterprise https://keypublishing.org/jhed/jhed-volumes/jhed-volume-36-fpp-4-%d0%beksana-zghurska-tetiana-somkina-%d0%belena-korchynska-andriy-fedorchenko-olena-tarasevych-stepan-kubiv-2021-formation-of-organizational-and-economic-structur/	Journal of Hygienic Engineering and Design (Food Production and Processing)	Vol. 36, 2021. pp. 111-118
Статті, подані до друку				
9.	Oksana Zghurska, Yaroslava Larina, Ulia Remez, Kalyna Lutsii, Hennadii Khmurkovskiy, Inna Basha, Olena Shaporenko	Multifactorial forecast modeling of agro-industrial enterprises' profitability in the process of implementing diversification strategies	Journal of Hygienic Engineering and Design (Food Production and Processing)	Vol. 37, 2021. pp. 243-248. (ISSN NO. (Online): 1857-8489))
Web of Science				
10.	Oksana Zghurska, Yaroslava Larina, Ruslan Dymenko, Andrii Fedorchenko, Vasyl Zalizko, Stepan Kubiv	Strategic forecast of multifactorial impact on the efficiency of diversified enterprises. http://fdk1.ubs.edu.ua/article/view/245160	Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2021	Vol. 5 №. 40. 2021. (ISSN: 2306-4994; e-ISSN: 2310-8770).
11.	Oksana Zghurska, Yaroslava Larina, Tetiana Somkina and Olena Korchynska	Organizational structure of agro-industrial enterprises' activity in the direction of diversification strategies' formation. http://solidstatetechnology.us/index.php/JSST/issue/view/49	Solid State Technology	Vol. 63, No. 6, 2020. Pp. 42 – 43.
12.	Oleksandr Savych, Tetiana Shkoda	The concept of marketing efforts consolidation at the global car market. http://www.bm.vgtu.lt/index.php/verslas/2020/paper/view/542	Selected papers of the 11th International Scientific Conference "Business and Management 2020"	Pp. 63-72
13.	Iuliia Gernego, Tetiana Shkoda, Oleksandr Savych	Marketing tools in strategic management of young scientists' human capital. http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/1259	Baltic Journal of Economic Studies,	Vol. 7 No. 4 (2021), pp. 43-53
Статті, подані до друку				

Таблиця 10

Розробки, які впроваджено у 2021 році за межами ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» (відповідно до таблиці):

№ з/п	Назва та автори розробки	Важливі показники, які характеризують рівень отриманого наукового результату; переваги над аналогами, економічний, соціальний ефект	Місце впровадження (назва організації, відомча належність, адреса)	Дата акту впровадження	Практичні результати, які отримано ВНЗ (обладнання, обсяг отриманих коштів, налагоджено співпрацю для подальшої роботи тощо)
1	2	3	4	5	6
1					

Таблиця 11**Наукове та науково-технічне співробітництво із закордонними організаціями**

(навести дані, що стосуються тільки тих зарубіжних партнерів, з якими укладено договори на виконання науково-дослідних робіт або отримано гранти)

У стовпчику «Документ, відповідно до якого здійснюється співробітництво, термін його дії» мова йде про закордонні організації, з якими співпрацюють на договірних засадах. Отже, підставою може бути госпрозрахунковий договір, грантові угоди, договір (угоди) про співпрацю (про співробітництво), назва наукової програми, у якій брали участь, із зазначенням web-посилання на сторінку, реквізити наказу ЗВО про відрядження його працівників. У випадку, коли зазначених вище підтверджень немає, наводяться спільні статті та/або інші спільні публікації (афіліація університету обов'язкова).

Країна партнер	Установа партнер	Тема співробітництва	Документ, в рамках якого здійснювалося співробітництво. Термін його дії	Практичні результати від співробітництва
1	2	3	4	5

Таблиця 12**Перелік наукових грантів, за якими працювали науковці кафедри, що фінансувались закордонними організаціями**

(кількість грантів з відповідним посиланням на сайт чи на лист від грантодавця)

П.І.Б. виконавця	Назва гранту	Замовник	Фінансування, тис. грн
1	2	3	4

Таблиця 13**Наукове співробітництво з державними інституціями, академічними установами, закладами вищої освіти, науково-дослідними інститутами тощо**

№ п/п	Назва організації	Форма творчого співробітництва (комплексні теми, наукові дослідження, публікації, підготовка кадрів, стажування)	Термін	Результати, які отримані
1	АТ «Київський завод «Радар»	Звіт про науково-дослідну роботу №5/21-г «Оптимізація ефективності використання виробничих потужностей (можливість концентрації виробництва) та нерухомого майна АТ «Київський завод «Радар» в умовах кризового становища» за договором №У18.21з-33 від 01.10.2021 р.	01.10.2021-28.10.2021 р.	Пропозиції щодо оптимізації використання виробничих потужностей і площ заводу з метою його виведення із кризового стану

Таблиця 14**Перелік отриманих патентів, проданих ліцензій, свідоцтв про реєстрацію авторського права на твір за результатами виконаних НДР**

Назва наукової роботи або розробки, за результатами якої отримано патент або продано ліцензію	Джерело фінансування роботи, обсяг (тис. грн)	Рік отримання патенту або укладення ліцензійного договору	Охоронні документи з веб-адресою електронної версії або реквізити ліцензійного договору
1	2	3	4
Соціально відповідальна взаємодія бізнес-організації із зовнішніми стейкхолдерами	самофінансування	2021	№106891

ЧАСТИНА 3 НДР СТУДЕНТІВ

1. Відомості про науково-дослідну роботу та інноваційну діяльність студентів, молодих учених.

Роки	Кількість студентів, які беруть участь у наукових дослідженнях	Кількість молодих учених, які працюють на кафедрі	Відсоток молодих учених, які залишаються на кафедрі після закінчення аспірантури
2018			
2019			
2020			
2021	30		

2. Наукові статті, опубліковані за участю студентів

СПИСОК НАУКОВИХ СТАТЕЙ, ОПУБЛІКОВАНИХ В УКРАЇНСЬКИХ ВИДАННЯХ

№п/п	Прізвище та ініціали авторів	Назва статті	Назва журналу/збірника та вихідні дані	Обсяг друкованих аркушів та перша і остання сторінки	Мова	Вказати категорію (А або Б), за наявності	Вказати імпульс-фактор видання та кількість цитувань публікації, за наявності	Вказати наукометричну базу, в якій зареєстровано журнал/збірник, за наявності	Web-посилання на статтю, за наявності
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Видання, які включені до міжнародної наукометричної бази даних Scopus									
Видання, які включені до міжнародної наукометричної бази даних Web of Science Core Collection									
Видання категорії А або Б, які не включені до міжнародних наукометричних баз даних Scopus або Web of Science Core Collection									
Інші академічні видання									
1	Баша І.М., Плачковська О.О.	Застосування комунікаційних засобів фармацевтичної галузі в епоху турбулентності	Наука онлайн: Міжнародний електронний науковий журнал. 2021. №5.	0,33 д.а.	укр.	Б			https://nauka-online.com/ua/publications/economika/2021/5/14-4/
Інші видання									

СПИСОК НАУКОВИХ СТАТЕЙ, ОПУБЛІКОВАНИХ В ЗАКОРДОННИХ ВИДАННЯХ

№п/п	Прізвище та ініціали авторів	Назва статті	Назва журналу/збірника та вихідні дані	Обсяг друкованих аркушів та перша і остання сторінки	Мова	Країна видання	Вказати імпульс-фактор видання та кількість цитувань публікації, за наявності	Вказати наукометричну базу, в якій зареєстровано журнал/збірник, за наявності	Web-посилання на статтю, за наявності
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Видання, які включені до міжнародної наукометричної бази даних Scopus									
Видання, які включені до міжнародної наукометричної бази даних Web of Science Core Collection									
Видання, що опубліковані у зарубіжних періодичних наукових виданнях країн Організації економічного співробітництва та розвитку									
Інші академічні міжнародні видання									
Інші міжнародні видання									

3. Тези, опубліковані студентами: 33 (одиниць) 3,43 (д.а.).

4. Участь студентів у міжнародних заходах

1) Міжнародна олімпіада, конкурс, турнір

№ з/п	Назва заходу і країна проведення	Назва закладу вищої освіти, студенти якого брали участь у заході	Кількість учасників від ЗВО	Кількість переможців від ЗВО	Отримані нагороди				Примітка
					перше місце або золота медаль	друге місце або срібна медаль	третє місце або бронзова медаль	гран-прі	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Міжнародні олімпіади, які відбулися в Україні									
1									
Міжнародні олімпіади, які відбулися за межами України									
1									
Міжнародні конкурси наукових робіт, які відбулися в Україні									
1									
Міжнародні конкурси наукових робіт, які відбулися за межами України									
1									
Міжнародні професійні творчі конкурси, які відбулися в Україні									
1									
Міжнародні професійні творчі конкурси, які відбулися за межами України									
1									
Міжнародні турніри, які відбулися в Україні									
1									
Міжнародні турніри, які відбулися за межами України									
1									

2) Міжнародні конференції і стажування, які відбулися за межами України

№ з/п	Назва закладу вищої освіти, студенти якого брали участь у конференції	Назва конференції і країна проведення	Кількість учасників від ЗВО	Кількість переможці в від ЗВО	Диплом за кращу наукову доповідь (інші нагороди)	Стажування студентів		Гранти, отримані студентами ЗВО (кількість)
						країна	кількість студентів	
1	2	3	4	5	6	7	8	8
1								

3) Форми проведення всеукраїнських і міжнародних інтелектуальних студентських змагань, в яких брали участь студенти ЗВО

№ з/п	Форма проведення	Кількість інтелектуальних студентських змагань		
		міжнародні інтелектуальні студентські змагання	всеукраїнські інтелектуальні студентські змагання	міжвузівські інтелектуальні студентські змагання
1	2	3	4	5
1	online		- Всеукраїнський конкурс студентських наукових робіт з маркетингу (м. Дніпро); - Всеукраїнський конкурс студентських дипломних робіт з маркетингу (м. Хмельницький)	
2	offline			
3	змішана (online +			

offline)			
----------	--	--	--

5. Участь студентів у Всеукраїнських конкурсах, олімпіадах, турнірах тощо

№ п/п	Назва заходу і країна проведення	ПІБ керівника	ПІБ учасника	ПІБ переможця	Назва нагород				Наявність сертифікату
					перше місце	друге місце	третє місце	гран-прі	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
II тур Всеукраїнського конкурсу наукових робіт з природничих, технічних та гуманітарних наук									
1	Всеукраїнський конкурс студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей у 2020-2021 році зі спеціальності «Маркетинг» (Україна)	Решетнікова Ірина Леонідівна		Самодіна Юлія Ігорівна	Диплом I ступеня				Диплом I ступеня
2	V Всеукраїнський конкурс дипломних робіт студентів закладів вищої освіти зі спеціальності 075 "Маркетинг" за рівнями вищої освіти бакалавр і магістр.	Федорченко Андрій Васильович		Виноградова Анна Ігорівна	Диплом I ступеня (ОС "Бакалавр")				Диплом I ступеня
3		Голіцин Андрій Миколайович		Ефендієва Сабіна Октаївна			Диплом III ступеня (ОС "Магістр")		Диплом III ступеня
II тур Всеукраїнської студентської олімпіади									
1									
2									
Інші конкурси, турніри тощо									
1									
2									

Кількість учасників I туру Всеукраїнських конкурсів наукових робіт з природничих, технічних та гуманітарних наук: 1

Кількість учасників II туру Всеукраїнських конкурсів наукових робіт з природничих, технічних та гуманітарних наук:

Кількість переможців I туру Всеукраїнських конкурсів наукових робіт з природничих, технічних та гуманітарних наук:

Кількість переможців II туру Всеукраїнських конкурсів наукових робіт з природничих, технічних та гуманітарних наук: 3

Кількість учасників I туру Всеукраїнських студентських олімпіад:

Кількість учасників II туру Всеукраїнських студентських олімпіад:

Кількість учасників I туру Всеукраїнських студентських олімпіад:

Кількість учасників II туру Всеукраїнських студентських олімпіад:

ЧАСТИНА 4

ПОКАЗНИКИ НАУКОВОЇ ТА НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КАФЕДРИ

№ з/п *	Назва показника наукової та науково-технічної діяльності кафедри	2021
1.	Науково-педагогічні кадри	
1.1.	Чисельність науково-педагогічних працівників, усього	29
1.1.1.	Чисельність штатних працівників, усього	23
а)	з них: – доктори наук	7
б)	– кандидати наук	16
1.1.2.	Чисельність працівників, які працювали за зовнішнім сумісництвом, усього	5
а)	з них: – доктори наук	
б)	– кандидати наук	1
1.1.3.	Чисельність працівників, які працювали за договорами цивільно-правового характеру, усього (договорів, угод)	
а)	з них: – доктори наук	
б)	– кандидати наук	
2.	Підготовка наукових кадрів	
2.1.	Загальна чисельність аспірантів у звітному періоді, усього	10
2.1.1.	з них: – з відривом від виробництва	10
2.1.2.	без відриву від виробництва	
2.2.	Чисельність аспірантів, прийнятих у звітному періоді	3
2.3.	Чисельність аспірантів, які закінчили аспірантури у звітному періоді, усього	1
2.3.1.	з них: – із захистом дисертації	
2.6.	Кількість захищених дисертацій у звітному періоді, усього	
2.6.1.	з них: – кандидатських дисертацій	
2.6.2.	– докторських дисертацій	
5.	Результативні показники виконання наукових, науково-технічних робіт	
5.1.	Кількість робіт, відзначених Державною премією України в галузі науки і техніки, поданих від закладу вищої освіти/наукової установи, всього Державних премій	
5.2.	Кількість лауреатів (працівників закладу вищої освіти / наукової установи), всього	
5.3.	Кількість робіт, відзначених міжнародними нагородами, усього	
5.4.	Загальна кількість наукових, науково-технічних робіт, які виконувались, та наукових об'єктів, що становлять національне надбання, які утримувались, зберігались та розвивались у звітному періоді за рахунок коштів загального фонду державного бюджету, всього, в тому числі:	
5.4.1.	– фундаментальні дослідження	
5.4.2.	– прикладні дослідження	
5.5.	Кількість наукових, науково-технічних робіт, договорів на науково-технічні послуги, які виконувались за рахунок коштів замовників (спец. фонд), усього	
5.5.3.	з них: – кількість міжнародних грантів	
5.5.4.	– кількість міжнародних договорів на виконання наукових та науково-технічних робіт	
5.5.5.	– наукові, науково-технічні роботи за госпдоговорами	1
5.5.5.1.	у тому числі: – міжнародними	
5.5.6.	Кількість фундаментальних досліджень, з них:	
5.5.6.1.	– за грантами Державного фонду фундаментальних досліджень	
5.6.	Кількість наукових і науково-технічних робіт, які виконувались в межах кафедральної тематики:	
5.6.1.	з них: – зареєстрованих в УкрІНТЕІ	
5.9.	Кількість закінчених наукових і науково-технічних робіт, які виконувались в межах кафедральної тематики:	
5.9.1.	з них: – зареєстрованих в УкрІНТЕІ	
5.10.	Кількість проведених наукових заходів (семінарів, конференцій, симпозіумів), всього	1

№ з/п *	Назва показника наукової та науково-технічної діяльності кафедри	2021
5.10.1.	– з них: всеукраїнських	
5.10.2.	– міжнародних, всього	1
5.11.	Взято участь у виставках, всього	
5.11.1.	з них: – у національних	
5.11.2.	– у міжнародних	
5.12.	Кількість угод про науково-технічне співробітництво із зарубіжними закладами вищої освіти / науковими установами, установами, організаціями	
5.13.	Створено науково-технічної продукції НТП (видів виробів), усього, в тому числі:	
1)	– нової техніки	
2)	– нових технологій	
3)	– нових матеріалів	
4)	– сортів рослин та порід тварин	
5)	– методів, теорій	
6)	– інше	
5.14.	Впроваджено НТП у виробництво, створеної у відповідні періоди, усього одиниць, у тому числі:	
1)	– нової техніки	
2)	– нових технологій	
3)	– нових матеріалів	
4)	– сортів рослин та порід тварин	
5)	– методів, теорій	
6)	– інше	
5.15.	Впроваджено НТП у освітній процес, створеної у відповідні періоди, усього одиниць, у тому числі:	
1)	– нової техніки	
2)	– нових технологій	
3)	– нових матеріалів	
4)	– сортів рослин та порід тварин	
5)	– методів, теорій	
6)	– інше	
6.	Наукові праці	
6.1.	Опубліковано монографій	4
	Кількість д.а.	2,95
6.1.1.	Усього одиниць монографій в Україні	4
	Кількість д.а.	2,95
6.1.2.	Усього одиниць монографій за кордоном	
	Кількість д.а.	
6.2.	Опубліковано підручників, навчальних посібників	1
	Кількість д.а.	35,57
6.3.	Кількість публікацій (статей)	31
	Кількість д.а.	17,7
6.3.1.	Усього одиниць, опублікованих в Україні	20
	Кількість д.а.	9,1
6.3.1.1.	з них: -категорія А	2
	Кількість д.а.	1,8
6.3.1.2.	з них: -категорія В	16
	Кількість д.а.	6,57
6.3.2.	Усього одиниць, опублікованих за кордоном	11
	Кількість д.а.	8,6
6.3.3	з них: -у зарубіжних періодичних наукових виданнях країн Організації економічного співробітництва та розвитку	8
	Кількість д.а.	5,9
6.4.	Опублікованих у міжнародній наукометричній базі даних Scopus	8
	Кількість д.а.	6,5

№ з/п *	Назва показника наукової та науково-технічної діяльності кафедри	2021
6.5.	Опублікованих у міжнародній наукометричній базі даних Web of Science	5
	Кількість д.а.	3,1
6.6.	Опублікованих у міжнародній наукометричній базі даних для суспільних та гуманітарних наук Scopus	14
6.7.	Кількість цитувань у виданнях, що входять до наукометричної бази даних Scopus	5
6.8.	Кількість цитувань у виданнях, що входять до наукометричної бази даних, Web of Science	2
6.9.	Кількість цитувань у виданнях (для суспільних та гуманітарних) наук Scopus	1
6.10.	В інших наукометричних базах даних (крім РИНЦ)	
6.11.	Сумарний h-індекс закладу вищої освіти або наукової установи	
6.12.	Кількість наукових видань засновниками (співзасновниками) яких є заклади вищої освіти та наукові установи, що індексуються у наукометричних базах даних:	
6.12.1	- до Scopus,	
6.12.2	- до Web of Science	
6.12.3.	- до інших	
7.	Інноваційна спрямованість результатів наукових, науково-технічних робіт	
7.1.	Подано заявок на видачу охоронних документів, усього одиниць, в тому числі:	
7.1.1.	– в Україні, з них:	
7.1.1.1.	– патентів на винаходи	
	– свідоцтв про реєстрацію авторського права на твір	
7.1.2.	– за кордоном, з них:	
7.1.2.1.	– патентів на винаходи	
7.2.	Отримано охоронних документів, усього одиниць, в тому числі:	
7.2.1.	– в Україні, з них:	
7.2.1.1.	– патентів на винаходи	
	- свідоцтв про реєстрацію авторського права на твір	
7.2.2.	– за кордоном, з них:	
7.2.2.1.	– патентів на винаходи	
7.2.2.2.	– відкриття	
7.3.	Кількість проданих ліцензій,	
7.3.1	- усього одиниць	
7.3.2	- отриманих коштів від продажу (тис. грн.)	
7.4.	Кількість «ноу-хау», переданих замовнику	
9.	Наукова робота студентів	
9.2.	Кількість студентів, які брали участь у виконанні НДДКР, усього осіб, з них:	30
9.2.1.	– з оплатою із загального фонду бюджету	
9.2.2.	– з оплатою із спеціального фонду бюджету	
9.3.	Кількість студентів-учасників Всеукраїнських та міжнародних конкурсів студентських НДР, з них:	3
9.3.1.	– переможці Всеукраїнських конкурсів студентських НДР	3
9.3.2.	– переможці міжнародних конкурсів студентських НДР	
9.4.	Кількість опублікованих статей за участю студентів, усього, з них:	2
9.4.1.	– самостійно	
9.5.	Кількість студентів, які одержували стипендії Президента України	
10.	Молоді вчені	
10.1.	Чисельність молодих учених, усього, з них:	12
1)	– доктори наук	
2)	– кандидати наук	
3)	– аспіранти	11
4)	– докторанти	
5)	– без ступеня, не включаючи аспірантів	1
10.2.	Кількість науковців, що отримували премії, з них:	
1)	– гранти Президента України для підтримки наукових досліджень молодих вчених	

№ з/п *	Назва показника наукової та науково-технічної діяльності кафедри	2021
2)	– гранти Президента України докторам наук для здійснення наукових досліджень	
3)	– щорічні гранти Президента України для обдарованої молоді	
4)	– щорічні премії Президента України для молодих вчених	
5)	– премії Верховної Ради України найталановитішим молодим ученим в галузі фундаментальних і прикладних досліджень та науково-технічних розробок	
6)	– премії Кабінету Міністрів України за особливі досягнення молоді у розбудові України	
7)	– стипендії Верховної Ради України	
8)	– стипендії Кабінету Міністрів України для молодих вчених	
10.3.	Кількість наукових праць, за участю молодих вчених	9
	Кількість д.а.	3,43
10.4.1.	Опубліковано <i>монографій</i> , з них:	1
	Кількість д.а	0,7
1)	– за кордоном	
	Кількість д.а	
10.4.2.	Опубліковано <i>підручників, навчальних посібників</i>	
	Кількість д.а	
10.4.3.	Кількість публікацій (статей), усього одиниць, з них:	8
	Кількість д.а	2,73
1)	– статей у зарубіжних виданнях, в тому числі:	
	Кількість д.а	
а)	– у міжнародній наукометричній базі даних Scopus	
	Кількість д.а	
б)	- Web of Science	
	Кількість д.а	
в)	- для суспільних та гуманітарних наук Scopus	5 (2,73 д.а.)
10.4.4.а)	Кількість цитувань у виданнях, що входять до науково-метричних баз даних Scopus	
б)	Web of Science	
в)	- для суспільних та гуманітарних наук Scopus	
10.4.5.	Подано проектів наукових робіт та науково-технічних (експериментальних) розробок на конкурс молодих вчених, з них:	
1)	– кількість проектів, що стали переможцями	
10.4.6	Молоді вчені, які є експертами у Експертній раді МОН або інших дорадчих органах	

* нумерація розділів, пунктів та підпунктів у таблиці відповідає нумерації Показників наукової та науково-технічної діяльності у Додатку 2 до Наказу МОН №1602 від 19.12.19 про підсумки наукової та науково-технічної діяльності

ЧАСТИНА 5

Зауваження та пропозиції щодо забезпечення організації та координації наукового процесу у вищих навчальних закладах та наукових установах до департаменту науково-технічного розвитку МОН України, основні труднощі та недоліки в роботі вищих навчальних закладів та наукових установ при провадженні наукової та науково-технічної діяльності у 2021 році. Пропозиції та зауваження щодо налагодження більш ефективної роботи в організації цих процесів.

**Інформація про участь здобувачів вищої освіти,
які навчаються на третьому (освітньо-науковому) рівні,
у виконанні ініціативних науково-дослідних тем,
що виконувалися на кафедрі у 2021 році**

ПІБ здобувача	Назва та номер державної реєстрації НДР	Форма участі здобувача
Волков А.	Розвиток методології та методики маркетингу в умовах інформатизації суспільства 0118U002376	1) "Реклама та її вплив на поведінку споживача". Східноукраїнський інститут економіки та управління" науково-практична конференція «Ресурсний потенціал регіонів країни: стан, економічна оцінка та фінансові процеси» 2) "Методи психологічного впливу в рекламі" Східноукраїнський інститут економіки та управління" науково-практична конференція «Ресурсний потенціал регіонів країни: стан, економічна оцінка та фінансові процеси» 3) "Реклама та її вплив на свідомість споживачів" Східноукраїнський інститут економіки та управління" науково-практична конференція «Ресурсний потенціал регіонів країни: стан, економічна оцінка та фінансові процеси» 4) "Соціальні мережі як інструмент управління поведінкою споживача" «Приазовський економічний вісник» № 5(28) 2021 р. 5) "Формування позитивного іміджу компанії у свідомості споживача" Фаховий науково-практичний журнал Причорноморського науково-дослідницького інституту економіки та інновацій "Причорноморські економічні студії". Випуск 69/2021 6) "Психологічний вплив реклами на поведінку нового покоління" Таврійський науковий вісник. Випуск 9
Підгурська В.А.	Розвиток методології та методики маркетингу в умовах інформатизації суспільства 0118U002376	1) Наукова стаття в монографії: "Систематизація підходів до визначення сутності бренду", Бренд-менеджмент: вимір глобальний, вибір локальний: монографія / [Ромат Є.В., J. W. Wiktor, J. Sobura, K. Sanak-Kosmowska, Багорка М.О. та ін.]; за заг. ред. Є. В. Ромата. Київ : Студцентр, 2021. 256 с. - С.52-62 2) Наукова стаття у фак. журналі кат. Б: "Бренд-менеджмент: визначення сутності та місця в системі пов'язаних категорій", Журнал "Бізнес-інформ". № 7. 2021. С. 242-247. 3) Участь в конференції: "Екологічний маркетинг як ефективний інструмент управління брендом", Бренд-менеджмент : маркетингові технології [Електронне видання] : Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 11 березня 2021 р.) / відп. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. – 394 с.- С.216-219

Березюк В.О.	Розвиток методології та методики маркетингу в умовах інформатизації суспільства 0118U002376	<p>1) Березюк В. О. Інструментарій маркетингових комунікацій в інтернет-середовищі: класифікація та специфіка використання. Ефективна економіка. 2021. № 4. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8824 (дата звернення: 16.09.2021). DOI: 10.32702/2307-2105-2021.4.202.</p> <p>2) Написано та подано на публікацію до фахового видання другу наукову статтю під назвою «Методологічні аспекти оцінювання ефективності інтегрованих маркетингових комунікацій в інтернет-середовищі».</p> <p>3) Опубліковано тези-доповіді на тему «Стратегія управління державним боргом України», які включені до збірки матеріалів IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції молодих учених «Економічний розвиток держави, регіонів і підприємств: проблеми та перспективи», 28–29 квітня 2021 р., м. Львів.</p> <p>4) Методологічні аспекти оцінювання ефективності інтегрованих маркетингових комунікацій в інтернет-середовищі. Збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Маркетингова освіта в Україні», Київ, КНЕУ, 7–8 жовтня 2021 року.</p>
--------------	--	--

(Дата)

(Підпис)

Федорченко А.В.
(ПБ завідувача кафедри)

НАУКОВИЙ ПРОФІЛЬ КАФЕДРИ маркетингу
(Інформація надається по кожному члену кафедри)

ПІБ: Федорченко Андрій Васильович										
Посада: Завідувач кафедри										
Науковий ступінь, вчене звання: доктор економічних наук, професор										
ORCID: https://orcid.org/0000-0001-5133-1908										
Наукометрична база	Ідентифікатор / Посилання	Загальна кількість публікацій за всі періоди	Кількість публікацій за попередні 5 років	Кількість публікацій у 2017 р.	Кількість публікацій у 2018 р.	Кількість публікацій у 2019 р.	Кількість публікацій у 2020 р.	Кількість публікацій у 2021 р.	Загальна кількість цитувань	<i>h</i> -index
Google Scholar		81	14	1	5	3	3	2	472	9
Scopus								1	-	
Web of Science*										

* **ResearcherID**, кількість публікацій, індексованих у **Web of Science**, зазначається за авторським профілем **Publons**

ПІБ: Савич Олександр Петрович										
Посада: професор										
Науковий ступінь, вчене звання: д.е.н, доцент										
ORCID: 0000-0001-5934-9002										
Наукометрична база	Ідентифікатор / Посилання	Загальна кількість публікацій за всі періоди	Кількість публікацій за попередні 5 років	Кількість публікацій у 2017 р.	Кількість публікацій у 2018 р.	Кількість публікацій у 2019 р.	Кількість публікацій у 2020 р.	Кількість публікацій у 2021 р.	Загальна кількість цитувань	<i>h</i> -index
Google Scholar	https://scholar.google.com/citations?user=RxcaemMAAAAJ&hl=ru	57	25/26	14	1	5	3	2/3	33	3
Scopus		3	3				1	2	3	1
Web of Science*	AAL-1229-2020	3	3			1	1	1		

* **ResearcherID**, кількість публікацій, індексованих у **Web of Science**, зазначається за авторським профілем **Publons**

ПБ: Голіцин Андрій Миколайович										
Посада: доцент										
Науковий ступінь, вчене звання: кандидат економічних наук										
ORCID: 0000-0003-4996-3898										
Наукометрична база	Ідентифікатор / Посилання	Загальна кількість публікацій за всі періоди	Кількість публікацій за попередні 5 років	Кількість публікацій у 2017 р.	Кількість публікацій у 2018 р.	Кількість публікацій у 2019 р.	Кількість публікацій у 2020 р.	Кількість публікацій у 2021 р.	Загальна кількість цитувань	<i>h</i> -index
Google Scholar	https://scholar.google.com.ua/citations?hl=ru&user=eH0nEnQAAAAJ	54	16	2	3	4	4	3	18	3
Scopus	https://orcid.org/0000-0003-4996-3898	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Web of Science*	J-6546-2018	---	---	---	---	---	---	---	---	---

ПБ: Ларіна Ярослава Степанівна										
Посада: професор кафедри										
Науковий ступінь, вчене звання: доктор економічних наук, професор										
ORCID: 0000-0002-2712-7824										
Наукометрична база	Ідентифікатор / Посилання	Загальна кількість публікацій за всі періоди	Кількість публікацій за попередні 5 років	Кількість публікацій у 2017 р.	Кількість публікацій у 2018 р.	Кількість публікацій у 2019 р.	Кількість публікацій у 2020 р.	Кількість публікацій у 2021 р.	Загальна кількість цитувань	<i>h</i> -index
Google Scholar	https://scholar.google.com.ua/citations?user=KoVTE7kAAAAJ&hl=uk	205	50	22	10	8	7	3	2115	12
Scopus	57211388821	4	4	-	-	1	1	2	6	1
Web of Science*	U-5898-2017	3	3	1	-	-	1	1	-	-

* **ResearcherID**, кількість публікацій, індексованих у **Web of Science**, зазначається за авторським профілем **Publons**

ПІБ: Василькова Наталія Володимирівна										
Посада: доцент кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка										
Науковий ступінь, вчене звання: кандидат економічних наук, доцент										
ORCID: 0000-0002-8002-3389										
Наукометрична база	Ідентифікатор / Посилання	Загальна кількість публікацій за всі періоди	Кількість публікацій за попередні 5 років	Кількість публікацій у 2017 р.	Кількість публікацій у 2018 р.	Кількість публікацій у 2019 р.	Кількість публікацій у 2020 р.	Кількість публікацій у 2021 р.	Загальна кількість цитувань	<i>h-index</i>
Google Scholar	https://scholar.google.com/citations?user=ZecLK3UAAAAJ&hl=ru&oi=ao	88	17	4	5	4	2	2	299	6
Scopus	56446996100	1	-	-	-	-	-	-	-	-
Web of Science*	I-7172-2018	-	-	-	-	-	-	-	-	-

* **ResearcherID**, кількість публікацій, індексованих у **Web of Science**, зазначається за авторським профілем **Publons**

ПІБ: Ткаченко Поліна Володимирівна										
Посада: асистент										
Науковий ступінь, вчене звання: немає										
ORCID: 0000-0001-6097-3064										
Наукометрична база	Ідентифікатор / Посилання	Загальна кількість публікацій за всі періоди	Кількість публікацій за попередні 5 років	Кількість публікацій у 2017 р.	Кількість публікацій у 2018 р.	Кількість публікацій у 2019 р.	Кількість публікацій у 2020 р.	Кількість публікацій у 2021 р.	Загальна кількість цитувань	<i>h-index</i>
Google Scholar	https://scholar.google.com.ua/citations?user=ik4GzuIAAAAJ&hl=uk	17	15	-	2	6	2	4	1	1
Scopus										
Web of Science*										

* **ResearcherID**, кількість публікацій, індексованих у **Web of Science**, зазначається за авторським профілем **Publons**

**НАУКОВО-ПЕДАГОГІЧНІ ПРАЦІВНИКИ, ЯКІ МАЮТЬ ПУБЛІКАЦІЇ ТА/АБО Є ЧЛЕНАМИ РЕДКОЛЕГІЙ
ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАНЬ, ЯКІ ВКЛЮЧЕНІ ДО НАУКОМЕТРИЧНОЇ БАЗИ
SCOPUS АБО WEB OF SCIENCE CORE COLLECTION**

1. Перелік штатних науково-педагогічних та наукових працівників, які мають не менше п'яти наукових публікацій у періодичних виданнях, які на час публікації було включено до наукометричної бази Scopus, або Web of Science Core Collection із переліком цих публікацій (станом на 2021 р.).

№ з/п	Прізвище, ім'я, по батькові працівника ЗВО	ID працівника ЗВО у наукометричній базі	Назва та реквізити публікації (посилання)	Назва МНБД
1	Ларіна Ярослава Степанівна		1. Yaroslava Larina, Katalin Tsymbaliuk. The current state of the vitiviniculture sector in Ukraine. Baltic Journal of Economic Studies. 2017. Vol.3 #5. DOI: 10.30525/2256-0742/2017-3-5-431-435	Web of Science
			2. Yaroslava Larina, Olha Prokopenko, Olena Chetveryk, Sergiy Kravtsov, Nataliya Rozhko, Iryna Lorvi. Digital-Toolkit for Promoting Tourist Destinations. International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (IJITEE) ISSN: 2278-3075, Volume 8, Issue 12, October 2019. P.4982-4987. DOI:10.35940/ijitee.L3745.1081219. URL: https://www.ijitee.org/wp-content/uploads/papers/v8i12/L37451081219.pdf	Scopus
			3. Yaroslava Larina, Julia Gajchynska, Oleksandr Popov. Development of egg market in Ukraine: Evaluation, forecasting and marketing solutions. Journal of Hygienic Engineering and Design, Vol. 33, 2020. pp. 249-259. URL: https://keypublishing.org/jhed/jhed-volumes/jhed-volume-33-fpp-22-yaroslava-larina-julia-gajchynska-oleksandr-popov-2020-development-of-egg-market-in-ukraine-evaluation-forecasting-and-marketing-solutions/	Scopus
			4. Yaroslava Larina, Julia Galchynska, Petro Kucheruk, Oksana Zghurska et al. Estimation of the domestic agricultural sector potential for the growth of energy cultures for bioenergy cultures fuel production. <i>Agricultural Engineering</i> . 2021, Vol. 25, No. 1, pp. 73-82. ISSN 2083-1587; e-ISSN 2449 – 5999. URL: http://188.190.33.55:7980/jspui/bitstream/123456789/8984/1/Larina_KA.pdf	Scopus
			5. Oksana Zghurska, Yaroslava Larina, Tetiana Somkina and Olena Korchynska. Organizational structure of agro-industrial enterprises' activity in the direction of diversification strategies' formation. <i>Solid State Technology</i> . Vol. 63 No. 6 (2020). P. 42-43. URL: http://solidstatetechnology.us/index.php/JSST/issue/view/49	Scopus
			6. Yaroslava Larina, Julia Galchynska, Natalia Struk, Olga Varchenko, Olena Gryshchenko. Perspectives of Ukrainian bioenergy development: estimation by means of cluster analysis and marketing approach. <i>Економічний часопис – XXI (Economic Annals-XXI)</i> . 2021 № 187 (1-2). pp. С. 63-74 http://soskin.info/userfiles/file/Economic-Annals-pdf/DOI/ea-V187-06.pdf	Scopus

		7. Yaroslava Larina, Olena Laburtseva, Olena Nahorna, Serhii Vinichenko, Viktoriia Hordiienko et al. Development of a Marketing Strategy for Enterprise Financial Growth. Estudios de Economía Aplicada. Vol. 39 No. 5 (2021): Special Issue Innovation in the Economy and Society of the Digital Age. URL: http://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/4794	Scopus
		8. Oksana Zghurska, Yaroslava Larina, Ruslan Dymenko, Andrii Fedorchenko, Vasyl Zalizko, Stepan Kubiv. Strategic forecast of multifactorial impact on the efficiency of diversified enterprises. Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2021. Vol. 5 №. 40. pp. 328-344. (ISSN: 2306-4994; e-ISSN: 2310-8770). http://fkd1.ubs.edu.ua/article/view/245160	Web of Science
2.	Решетнікова Ірина Леонідівна	1. Reshetnikova, I., Shvydanenko, H., Boichenko, K. Determinants to Provide the Efficiency of Integrated Development of the Light Industry Enterprises. Marketing and Management of Innovations, 3, 2020. pp. 157-169	Web of Science
		2. Ivashchenko A., Kornyliuk A., Romanchenko T., Polishchuk Ye., Reshetnikova I. Regional smart specialisation in Ukraine: JRC methodology applicability. Problems and Perspectives in Management. Vol. 18, Issue #4, 2020. pp. 247-263	Scopus
		3. Smerichevskiy S., Kniazieva T., Kolbushkin Y., Reshetnikova I., Olejniczuk-Merta A. Environmental orientation of consumer behavior: Motivational component. Problems and Perspectives in Management. Business Perspectives. Vol. 16, Issue #2, 2018. pp. 424-437	Scopus
		4. Решетнікова І.Л., Шаповалова Е.П. Маркетингові інструменти забезпечення якості обслуговування на ринку банківських послуг. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2017. № 2. С.47-56.	Web of Science
		5. Решетнікова І.Л., Сагайдак М.П. Вплив економічної кризи на поведінку вітчизняних споживачів і сприйняття інновацій. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2016. № 4. С. 191-205.	Web of Science
		6. Решетнікова І.Л. Внутрішній маркетинг в системі маркетингу підприємства. Маркетинг і менеджмент інновацій. Міжнар. наук. журнал. СумДУ, 2015 - №1. -С.45 -55	Web of Science
3	Савич Олександр Петрович	1. Iuliia Gernego, Tetiana Shkoda, Oleksandr Savych. Marketing tools in strategic management of young scientists' human capital. Baltic Journal of Economic Studies, Vol. 7 No. 4 (2021), pp. 43-53. http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/1259	Web of Science
		2. Savych O., Shkoda T. Impact of Key Marketing Tools on Global Car Market Development. Communications - Scientific Letters of the University of Zilina, 2021, #23(4). pp. A264-A276. http://komunikacie.uniza.sk/index.php/communications/article/view/1750/1646	Scopus
		3. Molchanova E., Dluhopolskyi O., Savych O., Kovtoniuk K., Markovych I. Analysis of the selected entry strategy of blue bottle coffee roaster. Ikonomicheski Izsledvaniathis. Vol. 30(8), 2021. pp. 229-242. https://www.iki.bas.bg/Journals/EconomicStudies/2021/2021-8/12_Dluhopolskyi.pdf	Scopus
		4. Savych O., Fedorchenko A., Molchanova E., Kovtoniuk K. Modeling of key marketing parameters of the EU car market and its clusterization. 11th International Scientific Conference papers "Advance Computer Information Technologies (ACIT 2021)", 15-17 September 2021, Deggendorf, Germany. Pp. 364-367.	Scopus

			http://www.bm.vgtu.lt/index.php/verslas/2020/paper/view/542	
			5. Savych O., Shkoda T. Trends of air transportation market development in Ukraine. Innovative Marketing 2020. Volume 16, Issue 2, pp. 29-42. URL: https://businessperspectives.org/journals/innovative-marketing/issue-348/trends-of-air-transportation-market-development-in-ukraine	Scopus
			6. Savych O., Shkoda T. The concept of marketing efforts consolidation at the global car market. Selected papers of the 11th International Scientific Conference “Business and Management 2020”, May 07-08, 2020, Vilnius, Lithuania. pp. 63-72. Clarivate Analytics' ESCI. https://doi.org/10.3846/bm.2020.542 . URL: http://www.bm.vgtu.lt/index.php/verslas/2020/paper/view/542	Web of Science
			7. Savych O., Molchanova E., Kovtoniuk K. Covid-19 Presents New Challenges and Opportunities to Higher Education. <i>Revista Românească pentru Educație Multidimensională</i> . 2020, Vol. 12, #2, Sup. 1, pp. 168-174 https://doi.org/10.18662/rrem/12.2Sup1/303 , URL: https://www.lumenpublishing.com/journals/index.php/rrem/article/view/2819/2505	Web of Science
			8. Savych O., Molchanova E. Modelling of global car market development under globalization impact. <i>Financial and credit activity: problems of theory and practice</i> . 2019. Volume 3, № 30. pp. 273-282	Web of Science

2. Інформація про науковців, які є членами редакційних колегій наукових видань (журналів), які індексуються у наукометричних базах даних Scopus та / або Web of Science Core Collection

№	ПІБ науковця	Назва видання та посилання на web-сторінку видання	Роки, в які науковець є членом редакційної колегії					
			2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.
Scopus								
Web of Science								
1	Решетнікова Ірина Леонідівна, д.е.н., професор	«Маркетинг і менеджмент інновацій» (Marketing and Management of Innovations) м.Суми, Сумський державний університет https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/	+	+	+	+	+	+