

### Публікації аспірантів за ОНП «Маркетинг»

ПІБ аспіранта	Рік підготовки (навчання)	Тема дисертації	ПІБ наукового керівника	Публікації здобувача, що зараховуються до захисту (статті, розділи у монографіях)	Участь здобувача у конференціях	Участь здобувача в науково-дослідних темах (період, назва теми, номер реєстрації)	Академічна мобільність здобувача (рік, вид мобільності, тема/назва, країна)
Білоусов Станіслав Олександрович	1	Формування інформаційного забезпечення комунікацій підприємств з цільовою аудиторією Information support formation for the target audience communication	Гриневич Л. В.	Стаття Гриневич Л. Передумови створення інформаційно-логістичної системи на основі маркетингового підходу / Гриневич Л., Білоусов С., Педоренко Д. // <i>Економіка та суспільство</i> , (69). <a href="https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-91">https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-91</a>	Білоусов С.О. ЗАСОБИ КОМУНІКАЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ З ЦІЛЬОВОЮ АУДИТОРІЄЮ // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні тенденції та розвиток соціально-економічних систем»: тези доповідей, 4 грудня 2024 р. – Харків: Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, 2024 С.15-17 Режим доступу: <a href="file:///C:/Users/admin/Downloads/%D0%BC%D0%B0%D0%BA%D0%B5%D1%82%202024%20(1).pdf">file:///C:/Users/admin/Downloads/%D0%BC%D0%B0%D0%BA%D0%B5%D1%82%202024%20(1).pdf</a>		

Черкаський Олексій Юрійович	2	Формування потенціалу розвитку підприємства інструментами маркетингу Formation of the enterprise's development potential with marketing tools	Вовк В. А.	Вовк В. А., Гаврильченко О. В., Черкаський О. Ю. Маркетингове управління інтелектуальними ресурсами підприємства. <i>Бізнес Інформ</i> . 2023. №10. С. 412–419 (фахове видання).	Вовк В. А., Черкаський О. Ю. Маркетинговий інструментарій формування інтелектуального капіталу організації The V International Scientific and Practical Conference «Problems of integration of education, science and business in globalization», February 05-07, 2024, Sofia, Bulgaria Cherkaskyy Oleksiy Tools of marketing management of the enterprise's intellectual resources International scientific conference on economic development and legacy of Simon Kuznets, April 25, 2024		
ПУРЕЙ Євген Юрійович	2	Здійснення інноваційних змін маркетингової діяльності в умовах діджиталізації	Вовк В. А.	«Діджиталізація маркетингової діяльності в умовах інноваційних змін». Журнал стратегічних економічних досліджень, № 4(15), 2023. - С. 93- 102. (фах. вид. України: економічні). «Підвищення конкурентоспроможності і бізнесу: маркетинг та цифровізація». Журнал стратегічних економічних досліджень, № 5(16), 2023. - С. 29-36.	«ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА», конференція «Підприємництво та логістика в умовах сучасних викликів.» Матеріали наук.-практ. конференції. Тези доповідей (25–27 травня 2023 р.) / Відп. ред. А. І. Крисоватий. Тернопіль, 2023. «Особливості		

			<p>(фах. вид. України: економічні, категорія Б). «Ефективність бізнесу в умовах цифровізації: маркетинговий аспект». Журнал стратегічних економічних досліджень, № 6(17), 2023. - С. 42-51.</p> <p>(фах. вид. України: економічні, категорія Б). «Financial analysis as an effective tool for business management : identifying trends and optimizing decisions». Scopus International Journal of Religion. 2024. Vol. 5 (9). p. 310-317. URL : <a href="https://ijor.co.uk/ijor/article/view/4762">https://ijor.co.uk/ijor/article/view/4762</a></p>	<p>маркетингової діяльності в умовах інноваційних змін», конференція «Abstracts of XXXVI International Scientific and Practical Conference.» Munich, Germany. Pp. 152-153.</p> <p>«Особливості діджиталізації маркетингової діяльності в умовах сталого розвитку». VII Всеукраїнська науково-практична конференція здобувачів вищої освіти та молодих вчених «ЦІЛІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ: проблеми і можливості досягнення в Україні та світі» Тези доповідей (27 жовтня 2023 р.) / Київ, 2023. 109 с.</p> <p>«FEATURES OF MODERN MARKETING ACTIVITIES» II Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ ТА МАРКЕТИНГУ В АГРАРНОМУ БІЗНЕСІ» Тези доповідей (05–06 жовтня 2023 р.) / Дніпро, 2023. 251 с.</p> <p>«Розвиток маркетингу в</p>		
--	--	--	---	---	--	--

					<p>умовах діджиталізації». Конференція : Україна у світових глобалізаційних процесах : культура, економіка, суспільство : тези доповідей Міжнародна науково-практична конференція, Київ, 27-28 березня 2024 р./ Міністерство освіти і науки України; Київський національний університет культури і мистецтв. Київ: Видавничий центр КНУКіМ, 2024, част. 1, 267 с. (с. 68-70). «Activation of business activities through digital marketing tools».</p> <p>Конференція : Журнал Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця, № 1, березень 2024. 135 с. - с. 93-95 «Маркетингова діяльність підприємства в умовах цифрової економіки».</p> <p>Конференція : Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції «Економічна стійкість країни у світовому господарстві», 25 квітня 2024 р. – Київ : Київський національний університет імені Тараса</p>		
--	--	--	--	--	---	--	--

					<p>Шевченка, Навчально-науковий інститут міжнародних відносин, 2024, - с. 127 (с. 119 - 120).</p> <p>«Сучасний інструментарій цифрового маркетингу».</p> <p>VII Міжнародна науково-практична конференція «Обліково-аналітичне та організаційно-економічне забезпечення розвитку регіону». Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, Київ, 25 квітня 2024 р. 320 с. (с. 68-70).</p> <p>«Маркетинг інновацій в умовах діджиталізації».</p> <p>VIII Всеукраїнська науково-практична конференція здобувачів вищої освіти та молодих вчених «ЦІЛІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ: проблеми і можливості досягнення в Україні та світі» Тези доповідей (23-24 жовтня 2024 р.) / Київ, 2024. 376 с.</p>		
--	--	--	--	--	--	--	--

Боденко Андрій Іванович	3	Організація дистанційної роботи у сфері маркетингу при релокації підприємств	Гриневич Л. В.		Релокація підприємств: визначення особливостей / Революція креативних індустрій: як маркетинг і менеджмент створюють майбутнє : тези доповідей І Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (24-25 жовтня 2024 р.). – Хмельницький : ХНУ, 2024. – С.205-207		
Кононова Наталія Володимирівна	3	Маркетинг взаємодії закладу вищої освіти зі стейкхолдерами в умовах цифровізації. Interaction Marketing Between a Higher Education Institution and Stakeholders in the Context of Digitalization	Панчук А. С. Берб'юк Ліндстром Наталія	1. Berbyuk Lindström, Nataliya; Asatiani, Aleksandre; and Kononova, Natalia, "Exploitation and Exploration of Digital Technologies in Times of War: Experiences of Ukrainian Higher Education Institutions" (2024). ECIS 2024 13-19 June 2024 Paphos, Cyprus. <a href="https://aisel.aisnet.org/ecis2024/track20_adoption/track20_adoption/10">https://aisel.aisnet.org/ecis2024/track20_adoption/track20_adoption/10</a> 2. Panchuk Anastasiia, Kononova Nataliia Theoretical Basis of Relationship Marketing of Ukrainian Higher Education. International Scientific Journal Economics&	1) VII Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми впровадження дистанційного навчання в освітньому процесі вищих військових навчальних закладів та можливі шляхи їх вирішення» 07 листопада 2024 2) 42nd IBIMA Conference on Business and Management Conference 22-23 November 2023 3) XIX Міжнародна наукова конференція «Новітні технології – для захисту повітряного простору» 12 – 13 квітня 2023 рік, м. Харків,		

				<p>Education.Vol. 8, Issue 4. - Riga, Latvia 2023. - P. 67-73 - DOI: <a href="https://doi.org/10.30525/2500-946X/2023-4-11">https://doi.org/10.30525/2500-946X/2023-4-11</a></p> <p>3.Nataliia Kononova, Nataliya Berbyuk Lindström and Anastasiia Panchuk (2024) Teaching and Learning amid War Crisis: Perceptions of Ukrainian Academic Staff and Students on Online Education IBIMA Business Review, Vol. 2024 (2024), Article ID 465847, <a href="https://doi.org/10.5171/2024.465847">https://doi.org/10.5171/2024.465847</a> (<b>Scopus</b>)</p>	Україна		
Смотрова Дар'я Вячеславівна	4	Організаційне забезпечення омніканального маркетингу на підприємствах роздрібної торгівлі	Гриневич Л. В.	<p>1. Гриневич Л. В., Смотрова Д. В. Як організаційно забезпечити омніканальність підприємству? <i>Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління.</i> 2023. № 7. Режим доступу: <a href="https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2023-7-04-13">https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2023-7-04-13</a> doi.org/10.54929/2786-5738-2023-7-04-13</p> <p>2. Гриневич Л. В., Смотрова Д. В. Категорійний апарат в омніканальному</p>	<p>1. Гриневич Л. В., Смотрова Д. В. Тенденції розвитку ритейлу в Україні в період пандемії COVID-19. <i>Marketing of innovations. Innovations in marketing : Materials of the International Scientific Internet Conference</i> (December, 2022). Bielsko-Biala : University of Economics and Humanities, 2022. Pp. 263–268. Режим доступу: <a href="https://wseh.pl/uploads/Marketing_of_Innovations">https://wseh.pl/uploads/Marketing_of_Innovations</a>.</p>	«Методичний підхід до оцінювання ефективності організаційного забезпечення омніканального маркетингу на підприємствах роздрібної торгівлі» (номер державної реєстрації 0124U003003) з 01.05.2024 - 15.05.2024р.	

			<p>маркетингу. <i>Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління.</i> 2023. № 9. Режим доступу: <a href="https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2023-9-04-17">https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2023-9-04-17</a> <a href="https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-9-04-17">https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-9-04-17</a></p> <p>3. Смотровая Д. В. Алгоритм організаційного забезпечення омніканального маркетингу на підприємствах роздрібної торгівлі. <i>Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління.</i> 2024. № 13. Режим доступу: <a href="https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2024-13-04-08">https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2024-13-04-08</a> <a href="https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-13-04-08">https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-13-04-08</a></p> <p>4. Смотровая Д. В. Методичний підхід до оцінювання ефективності організаційного забезпечення омніканального маркетингу на підприємствах роздрібної торгівлі. <i>Економіка та суспільство.</i> 2024. № 67</p>	<p><a href="#">Innovations in marketing 2022.pdf</a></p> <p>2. Гриневич Л. В., Смотровая Д. В. Досвід використання омніканального маркетингу закордоном. <i>Сталий розвиток економіки, суспільства та підприємництва: Міжнародна науково-практична конференція.</i> (м. Івано-Франківськ, 27-28 квітня, 2024). Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу. Львів: Видавець Кошовий Б.-П.О., 2023. С. 473–476. Режим доступу: <a href="https://drive.google.com/file/d/1v36DbIQUrByFrzvYg61AooDw9FEmi_Fp/view?usp=drivesdk">https://drive.google.com/file/d/1v36DbIQUrByFrzvYg61AooDw9FEmi_Fp/view?usp=drivesdk</a></p> <p>3. Гриневич Л. В., Смотровая Д. В. Проблеми і перспективи в управлінні роздрібною торгівлею в Україні. <i>Браславські читання. Економіка XXI: I Міжнародна науково-практична конференція.</i> (м. Одеса, 01 листопада, 2023). Одеський державний аграрний університет, Одеса: ОДАУ, 2023. С. 92–94</p>	
--	--	--	---	--	--



				<p>Режим доступу: <a href="https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4844">https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4844</a>  <a href="https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-67-165">https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-67-165</a></p> <p>5. Гриневич Л.В., Смотров Д.В. Методичне забезпечення оцінки ефективності реалізації омніканального маркетингу на підприємствах роздрібно торгівлі. <i>Інфраструктура ринку</i>. 2024. № 81 – С.203-208 – Режим доступу: <a href="https://surl.li/evgrmi">https://surl.li/evgrmi</a>          DOI: <a href="https://doi.org/10.32843/infrastruct81-34">https://doi.org/10.32843/infrastruct81-34</a></p>	<p>Режим доступу: <a href="https://osau.edu.ua/wp-content/uploads/2023/12/Zbirnyk-Braslavskichytannya-2023.pdf">https://osau.edu.ua/wp-content/uploads/2023/12/Zbirnyk-Braslavskichytannya-2023.pdf</a></p> <p>4. Гриневич Л. В., Смотров Д. В. Аналіз сучасного стану роздрібно торгівлі в Україні. <i>Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики: Міжнародна науково-практична інтернет-конференція</i>. (м. Харків, 24 листопада, 2023). Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, Харків: ФОП Лібуркіна Л. М. С. 727–730. Режим доступу: <a href="https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/12/Programka_KONF_2023-4.pdf">https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/12/Programka_KONF_2023-4.pdf</a></p> <p>5. Гриневич Л. В., Смотров Д. В. Рівень організаційного забезпечення омніканального маркетингу на підприємствах роздрібно торгівлі. <i>Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця</i>.</p>	
--	--	--	--	--	---	--

					<p>2024. №1. С. 106–108. Режим доступу: <a href="https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/10/MV-1-2024.pdf">https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/10/MV-1-2024.pdf</a></p> <p>6. Смотровая Д. В. Кластерний аналіз обсягів реалізованої продукції підприємств роздрібною торгівлі в Україні. <i>Революція креативних індустрій: як маркетинг і менеджмент створюють майбутнє: I Міжнародна науково-практична інтернет-конференція.</i> (м. Хмельницький, 24-25 жовтня, 2024). Хмельницький національний університет, Хмельницький : ХНУ, С. 364-368 Режим доступу: <a href="https://drive.google.com/file/d/138-eGKb4bH40RDHJyWk7gXvr3Qhn7IR6/view?usp=drivesdk">https://drive.google.com/file/d/138-eGKb4bH40RDHJyWk7gXvr3Qhn7IR6/view?usp=drivesdk</a></p> <p>7. Смотровая Д. В. Методичне забезпечення оцінки ефективності реалізації омніканального маркетингу на підприємствах роздрібною торгівлі.</p>	
--	--	--	--	--	---	--

					Забезпечення сталого розвитку економіки в умовах глобалізаційних викликів: Міжнародна наукова конференція. (м. Кельце (Республіка Польща), 1-2 листопада, 2024). Державний університет імені Яна Кохановського у місті Кельце (Республіка Польща), 2024. <b>Режим доступу:</b>	
Прокопенко Сергій Олександрович	4	Формування діджитал-інструментарію маркетингу в розвитку креативних індустрій	Гриневич Л. В. Берб'юк Ліндстром Наталія	<p>1. Прокопенко, С. (2024). <b>МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД У ДОСЛІДЖЕННІ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ: ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ.</b> <i>Via Economica</i>, (4), 160-164. <a href="https://doi.org/10.32782/2786-8559/2024-4-22">https://doi.org/10.32782/2786-8559/2024-4-22</a></p> <p>2. Гриневич Л., Прокопенко С. Теоретичні аспекти маркетингового дослідження креативності // <i>Інфраструктура ринку</i>. 2024. № 76. URL: <a href="http://www.market-infr.od.ua/uk/76-2024">http://www.market-infr.od.ua/uk/76-2024</a> <a href="https://doi.org/10.32782/infrastuct76-25">https://doi.org/10.32782/infrastuct76-25</a></p> <p>3. ПРОКОПЕНКО, С. (2024). АНАЛІЗ</p>	<p>1. Гриневич Л. Передумови створення стратегії територіального маркетингу для просування креативних індустрій [Електронний ресурс] / Людмила Гриневич, Сергій Прокопенко // Маркетингова освіта в Україні : зб. матеріалів V Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., м. Київ, 7–8 жовт. 2021 р. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана» [та ін.] ; [редкол.: Федорченко А. В. та ін.]. – Електрон. текст. дані. – Київ : КНЕУ, 2021. – С. 391–393 Режим доступу:</p>	«Методичний підхід до оцінювання ефективності організаційного забезпечення омніканального маркетингу на підприємствах роздрібної торгівлі» (номер державної реєстрації 0124U003003) з 01.05.2024 - 15.05.2024р.

			<p>БІЗНЕС-ЕКОСИСТЕМ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ. <i>Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences</i>, 336(6), 136-143. <a href="https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-336-20">https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-336-20</a> Режим доступу: <a href="https://heraldes.khmn.edu.ua/index.php/heraldes/article/view/1164/1185">https://heraldes.khmn.edu.ua/index.php/heraldes/article/view/1164/1185</a></p> <p>4. Прокопенко С.О. (2024) Напрямки підвищення ефективності використання діджитал інструментів маркетингу для розвитку креативних індустрій територій // <i>Економіка та суспільство</i>. 2024. № 70. URL: <a href="https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5311">https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5311</a> DOI: <a href="https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-53">https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-53</a></p> <p>5. Прокопенко С.О. Методичний підхід до формування діджитал-інструментів маркетингу для розвитку креативних індустрій // <i>Український журнал прикладної</i></p>	<p><a href="https://ir.kneu.edu.ua/items/559d9488-bc2d-4551-89b8-403fa4f4a83e">https://ir.kneu.edu.ua/items/559d9488-bc2d-4551-89b8-403fa4f4a83e</a></p> <p>2. Прокопенко С. О., Гриневич Л. В. Creativity – Emergence, Transformation, NextSteps / С. О. Прокопенко, Л. В. Гриневич // Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики: тези доповідей науково-практичної конференції. – Харків : ХНУ, 2023. – С. 1041 Режим доступу: <a href="https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/12/TEZU_2023-2.pdf">https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/12/TEZU_2023-2.pdf</a></p> <p>3. Гриневич Л. Передумови створення стратегії територіального маркетингу для просування креативних індустрій [Електронний ресурс] / Людмила Гриневич, Сергій Прокопенко // Маркетингова освіта в Україні : зб. матеріалів V Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., м. Київ, 7–8 жовт. 2021 р. / М-во освіти і науки</p>	
--	--	--	---	---	--

				<p><i>економіки та техніки (в друці)</i></p>	<p>України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана» [та ін.] ; [редкол.: Федорченко А. В. та ін.]. – Електрон. текст. дані. – Київ : КНЕУ, 2021. – С. 391–393 Режим доступу: <a href="https://ir.kneu.edu.ua/items/559d9488-bc2d-4551-89b8-403fa4f4a83e">https://ir.kneu.edu.ua/items/559d9488-bc2d-4551-89b8-403fa4f4a83e</a></p> <p>4. Ліндстрьом, Н. Б.; Размерита, Л.; Прокопенко, С.; Попович, Н. Побудова цифрової стійкості в умовах серйозних потрясінь: як українські організації здійснюють цифрову трансформацію в часи війни. Тези доповідей 57-ї щорічної Гавайської міжнародної конференції з системних наук (HICSS 2024), Гонолулу, Гаваї, США, 3–6 січня 2024 р. / під ред. Тунг Х. Буй. — Гонолулу: Hawaii International Conference on System Sciences, 2024. — С. 6813–6822. — ISBN 978-0-9981331-7-1. Режим доступу: <a href="https://scholarspace.man">https://scholarspace.man</a></p>	
--	--	--	--	--	--	--

					<p><a href="https://oa.hawaii.edu/items/bbf3d45d-3fa1-4bb1-bf2c-cb32d34fca97">oa.hawaii.edu/items/bbf3d45d-3fa1-4bb1-bf2c-cb32d34fca97</a> (Scopus)</p> <p>5. The role of remote work in organizational relocations in times of war / Berbyuk Lindström, Nataliya; Prokopenko, Serhii; Razmerita, Liana, Grynevych Liudmyla // ICIS 2022 TREOs. 59. <a href="https://aisel.aisnet.org/trees_icis2022/59">https://aisel.aisnet.org/trees_icis2022/59</a> (Scopus)</p> <p>6. Serhii Prokopenko. AI-agent-based system for fact-checking support using large language models / Leonid Kupershtein, Oleksandr Zalepa, Volodymyr Sorokolit1 and Serhii Prokopenko // Proceedings of the 7th Workshop for Young Scientists in Computer Science &amp; Software Engineering (CS&amp;SE@SW 2024) Virtual Event, Kryvyi Rih, Ukraine, December 27, 2024. – P. 321-331 - Режим доступу: <a href="https://ceur-ws.org/Vol-3917/paper50.pdf">https://ceur-ws.org/Vol-3917/paper50.pdf</a> (Scopus)</p>	
--	--	--	--	--	---	--