МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю **D5 Маркетинг**
галузі знань **D Бізнес, адміністрування та право**

ПРОПОНУЄТЬСЯ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ

ЗАТВЕРДЖЕНО Вченою радою
Голова Вченої ради

_____Руслан БІЛОСКУРСЬКИЙ
(Протокол №___ від «___» _____ 202__ р.)

ВВОДИТЬСЯ В ДІЮ з «01» вересня 2026 р.
Ректор

_____ Руслан БІЛОСКУРСЬКИЙ
(наказ № ____ від «__» _____ 202___ р.)

Чернівці – 2026 р.

Пропонується для обговорення та внесення пропозицій до ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Пропозиції та рекомендації просимо надсилати на пошту Гаранта освітньої програми o.burdyak@chnu.edu.ua

ПЕРЕДМОВА

Освітня програма розроблена відповідно до Стандарту вищої освіти першого (бакалаврського) рівня, галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг», який затверджено та введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 №1343. Наказом МОН України від 19.11.2024 р. «Про особливості запровадження змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 30 серпня 2024 року № 1021» відбувся перехід спеціальності 075 Маркетинг галузі 07 «Управління та адміністрування» до списку D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право».

Гарант освітньої програми Олег БУРДЯК, доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, кандидат економічних наук, доцент.

Члени проектної групи:

1. Ірина БУДНІКЕВИЧ, завідувач кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, доктор економічних наук, професор.
2. Інга КРУПЕННА, доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, кандидат економічних наук, доцент.
3. Юрій Чаплінський, доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, кандидат економічних наук, доцент.
4. Діана БАРАНЮК, Асистент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, доктор філософії з маркетингу.

5. Стейкхолдер (представник роботодавців, випускник спеціальності «Маркетинг») Олександр БОГАЧИК, керуючий партнер ТОВ «БРАШМІ».
6. Стейкхолдер (представник роботодавців, випускниця спеціальності «Маркетинг») Діана КОКА, Комерційний директор ДП «М'ясо Буковини».
7. Здобувачка вищої освіти Анна Фріц, спеціальність «Маркетинг», 3 курс.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Кармен НАСТАСЕ, декан факультету економіки та публічного адміністрування, професор, Сучавський університет імені Штефана чел Маре.
2. Олександр БАРАННИК, виконавчий директор та керівник мережі закладів швидкого харчування та громадського харчування OZZY.
3. Ірина ШКУМАТОВА, директор ТДВ «НОВОСЕЛИЦЬКИЙ ПТАХОКОМБІНАТ».
4. Тетяна САК, кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу Волинського національного університету імені Лесі Українки.

1. Профіль освітньо-професійної програми «МАРКЕТИНГ» за спеціальністю D5 Маркетинг

1. Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, кафедра маркетингу, інновацій та регіонального розвитку
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти: перший (бакалаврський) рівень вищої освіти Освітня кваліфікація: бакалавр з маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки і 10 місяців, денна та заочна форма здобуття освіти.
Наявність акредитації	Акредитаційна комісія Міністерства освіти і науки України, Сертифікат про акредитацію Серія НД № 2591052 від 26.04.2017 Дійсний до 01.07.2027
Цикл/рівень	НРК України – 6, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Згідно вимог ст. 5 Закону України «Про вищу освіту» особа має право здобувати ступінь бакалавра за умови наявності в неї повної загальної середньої освіти (3 та 4 рівні національної рамки кваліфікацій, НРК) або ступінь молодшого бакалавра (5 рівень НРК). Вимоги до вступу визначаються правилами прийому на освітньо-професійну програму бакалавра
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	Відповідно до терміну дії сертифікату про акредитацію
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	www.mmix.chnu.edu.ua
2. Мета освітньої програми	
Підготовка конкурентоспроможних фахівців з маркетингу, здатних ефективно працювати в організаціях, на підприємствах і в установах різних галузей та сфер національної та регіональної економіки, які володіють сучасним економічним мисленням, застосовують інноваційні маркетингові підходи на основі якісної освіти, наукових досліджень і співпраці з бізнесом та суспільством, сприяючи збереженню молоді й наукової еліти в Україні.	
3. Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	Галузь знань D – Бізнес, адміністрування та право. Спеціальність D5 – Маркетинг. *Об'єкт вивчення:* маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та

	соціальних інтересів. *Цілі навчання:* підготовка бакалаврів з маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності в різних сферах та галузях з урахуванням особливостей і потреб регіонального розвитку та місцевих ринків. *Теоретичний зміст предметної області:* суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; комплекс маркетингу; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, проведення маркетингових досліджень, розробка маркетингових програм та застосування маркетингового інструментарію. *Методи, методики та технології:* загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. *Інструменти та обладнання:* сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових рішень.
Тип та орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма підготовки бакалаврів, орієнтована на актуальні маркетингові практики, новітні технології та вимоги сучасного ринку праці.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна освіта в галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право», спеціальність D5 – Маркетинг *Ключові слова:* маркетинг, маркетингові дослідження; ринок, регіональні ринки, маркетинг, маркетингове середовище, поведінка споживача, конкуренція, комплекс маркетингу, маркетингові комунікації, логістика, маркетингове ціноутворення, маркетингова товарна політика, міжнародний маркетинг, реклама, паблік рілейшнз, маркетинг у сферах і галузях.
Особливості програми	Програма орієнтована на підготовку фахівців-маркетологів, чиї компетентності дозволяють бізнесу ефективно функціонувати та швидко адаптуватися до змін ринкового середовища. Особливістю програми є орієнтація на впровадження інноваційних маркетингових технологій та урахування регіональних особливостей ведення бізнесу. Навчання передбачає оволодіння сучасним цифрово-аналітичним інструментарієм для вирішення практичних завдань у різних галузях економіки з урахуванням регіонального контексту та перспективних потреб ринку праці.
4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми (комерційні, некомерційні, державні, муніципальні); в органах державного управління та місцевого самоврядування, у структурах, в яких випускники є підприємцями, що створюють та розвивають власну справу. Бакалавр з маркетингу може займати первинні посади відповідно до професійних назв робіт за «Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010» Розд.3 Фахівці, а саме: технічні та торговельні представники: брокер (НКУ 3411), дилер (НКУ 3411, торговець (власність) (НКУ 3421), фахівець із організації дозвілля (аніматор) (НКУ), мерчандайзер (НКУ 3415), комівояжер (НКУ 3415),

	агент комерційний (НКУ 4315), торговець промисловий (НКУ 3415), інспектор торговельний (НКУ 3419), організатор з постачання (НКУ 3419), організатор із збуту (НКУ 3419), торговельний брокер (маклер) (НКУ 3421), агент рекламний (НКУ 3429), представник з реклами (НКУ 3429), торговець (обслуговування бізнесу та реклами) (НКУ 3429), помічник керівника підприємства (установи, організації) (НКУ 3436.1), помічник керівника іншого основного підрозділу (НКУ 3436.2), помічник керівника малого підприємства без апарату управління (НКУ 3436.3), фахівець з інтерв'ювання (НКУ 3439), інспектор з експорту (НКУ 3449), заступник керівника департаменту маркетингу, маркетингових досліджень, відділу стратегічного розвитку, департаменту збуту, рекламного відділу, департаменту інноваційного розвитку, PR відділу, тощо; консалтинг-менеджер, Інтернет-маркетолог, SEO-менеджер, SMM-менеджер, арт-директор, тощо; менеджер з маркетингу, PR менеджер, бренд-менеджер, маркетолог-аналітик тощо; менеджер чи фахівець агенції (маркетингової, PR, рекламної, івент, дослідницької, консалтингової тощо). Випускники ОП «Маркетинг» можуть реалізувати себе на ринку праці, а саме: на підприємствах усіх галузей промисловості та с/г; у сфері торгівлі; у сфері послуг; у фінансовій сфері; у сфері цифрового маркетингу (усі цифрові канали для залучення та утримання клієнтів, інтернет-маркетинг, SEO, SEM, e-mail-маркетинг, контент-маркетинг, мобільні додатки, e-commerce); у рекламній галузі; у некомерційній сфері; у сфері освіти; у сфері фрілансу.
Подальше навчання	Після здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти випускники мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти, НРК України – 7 рівень, EQF-LLL – 7 рівень. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання, практичне навчання.
Оцінювання	Поточний контроль (усне та тестове опитування, презентації науково-творчих робіт, захист проєктних робіт тощо); підсумковий контроль (усні та письмові екзамени, заліки з урахуванням попередньо накопичених балів). Атестація бакалаврів з маркетингу здійснюється у формі Атестаційного екзамену. Система підсумкового оцінювання базується на умовах академічної доброчесності та прозорості.
6. Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової

	активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу недопустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності. *ЗК.16. Здатність до національного спротиву.*
Спеціальні компетентності (фахові компетентності)	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

7. Програмні результати навчання	
	Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. Р9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Р13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. Р15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. Р17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. Р18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності. *Р19. Знати основи національного спротиву та застосовувати набуті знання, уміння і практичні навички для виконання завдань у*

	системі національного спротиву відповідно до законодавства України.
8. Ресурсне забезпечення реалізації освітньої програми	
Кадрове забезпечення	Відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. № 1187 (зі змінами) Кадрове забезпечення освітньо-професійної програми включає науково-педагогічних працівників кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку, а також інших кафедр Університету, які володіють досвідом та компетентностями, що дозволяють сформувати результати навчання за освітніми компонентами даної освітньо-професійної програми. До викладання професійних дисциплін залучаються представники локального, регіонального та національного бізнесу, органів місцевого самоврядування, професійних організацій, грантових програм, запрошені лектори, бізнес-тренери. Окремі члени групи забезпечення спеціальності є науковими керівниками здобувачів ступеня доктора філософії (PhD), переможців та призерів міжнародних та всеукраїнських конкурсів студентських наукових робіт. Також окремі члени групи забезпечення мають публікації, що індексуються у наукометричних базах Scopus та WoS.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення та стан приміщень дозволяють повністю забезпечити освітній процес за освітньо-професійною програмою. Відповідає технологічним вимогам щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р., № 1187 (із змінами). В освітньому процесі використовується для проведення занять мультимедійне обладнання, для практичних та лабораторних занять - лабораторії та комп’ютерні класи.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення відповідає вимогам щодо освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р., № 1187 (із змінами). Ефективному управлінню освітньою діяльністю сприяє Єдина державна електронна база з питань освіти. Наявність інформаційного забезпечення: 1. Використання віртуального навчального середовища Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича та авторських розробок професорсько-викладацького складу. Забезпеченість бібліотеки вітчизняними та закордонними фаховими періодичними виданнями відповідного профілю, в тому числі в електронному вигляді. 2. Наукова бібліотека ЧНУ має електронний каталог в мережі Інтернет (ведеться з 2003 р.), понад 500 тис. записів (книги, аналітичний опис періодичних видань та збірників та ін.), Інтернет-путівник по цікавих та значимих сайтах та порталах, систематизований за розділами знань та типами ресурсів доступ до електронних архівів, колекцію оцифрованих ресурсів з фонду НБ ЧНУ - видання з колекцій відділу рідкісних книг та рукописів, наукові вісники ЧНУ тощо. Наявність

	доступу до баз даних періодичних наукових видань. 3. Офіційний веб-сайт закладу освіти, на якому розміщена основна інформація про його діяльність (структура, ліцензії та сертифікати про акредитацію, освітня/освітньо-наукова/ видавнича/атестаційна (наукових кадрів) діяльність, навчальні та наукові структурні підрозділи та їх склад, перелік навчальних дисциплін, правила прийому, контактна інформація. 4. Archer – інституційний репозитарій відкритого доступу представників ЧНУ, документи якого мають постійну URL- адресу, індексуються різноманітними пошуковими системами. 5. Електронний ресурс закладу освіти (сайт електронного навчання), який містить навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін навчального плану – 100%. Інформаційна система навчального процесу ґрунтується на застосуванні платформ дистанційного навчання Moodle, Google Meet, Zoom, Classroom, спілкуванні через корпоративну пошту ЧНУ. Наявність навчально-методичного забезпечення: 1. Навчальний план, силабуси та робочі програми з дисциплін навчального плану. 2. Представлений в системі Moodle комплекс навчально-методичного забезпечення з дисциплін навчального плану. 3. Підручники, навчальні посібники та інші навчально-методичні матеріали або їх наявність в електронній формі. 4. Методичні матеріали до курсової роботи, навчальної та виробничих практик. 5. Методичні матеріали до проведення атестації здобувачів.
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Реалізується в Чернівецькому національного університеті імені Юрія Федьковича відповідно до вимог чинного законодавства та регулюється внутрішніми локальними документами. Перезарахування отриманих кредитів на основі Європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС), отриманих під час участі здобувача вищої освіти у програмах національної академічної мобільності, відбувається шляхом порівняння змісту навчальних програм та з урахуванням програмних результатів навчання, здобутих студентом. Здобувачі вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» в межах співпраці Університету з провідними закладами вищої освіти України мають право впродовж окремих семестрів навчатися в інших ЗВО, проходити фахові стажування та фахові тренінги. Програмою передбачена можливість укладання угод про академічну мобільність та про подвійне дипломування.
Міжнародна кредитна мобільність	Програмою передбачена можливість укладання угод про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+ К1), про подвійне дипломування, про тривалі міжнародні проєкти. Перезарахування отриманих кредитів на основі Європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС) здійснюється шляхом порівняння змісту навчальних програм та з урахуванням програмних результатів навчання, здобутих здобувачем вищої освіти.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється на загальних підставах

2. Перелік компонентів освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

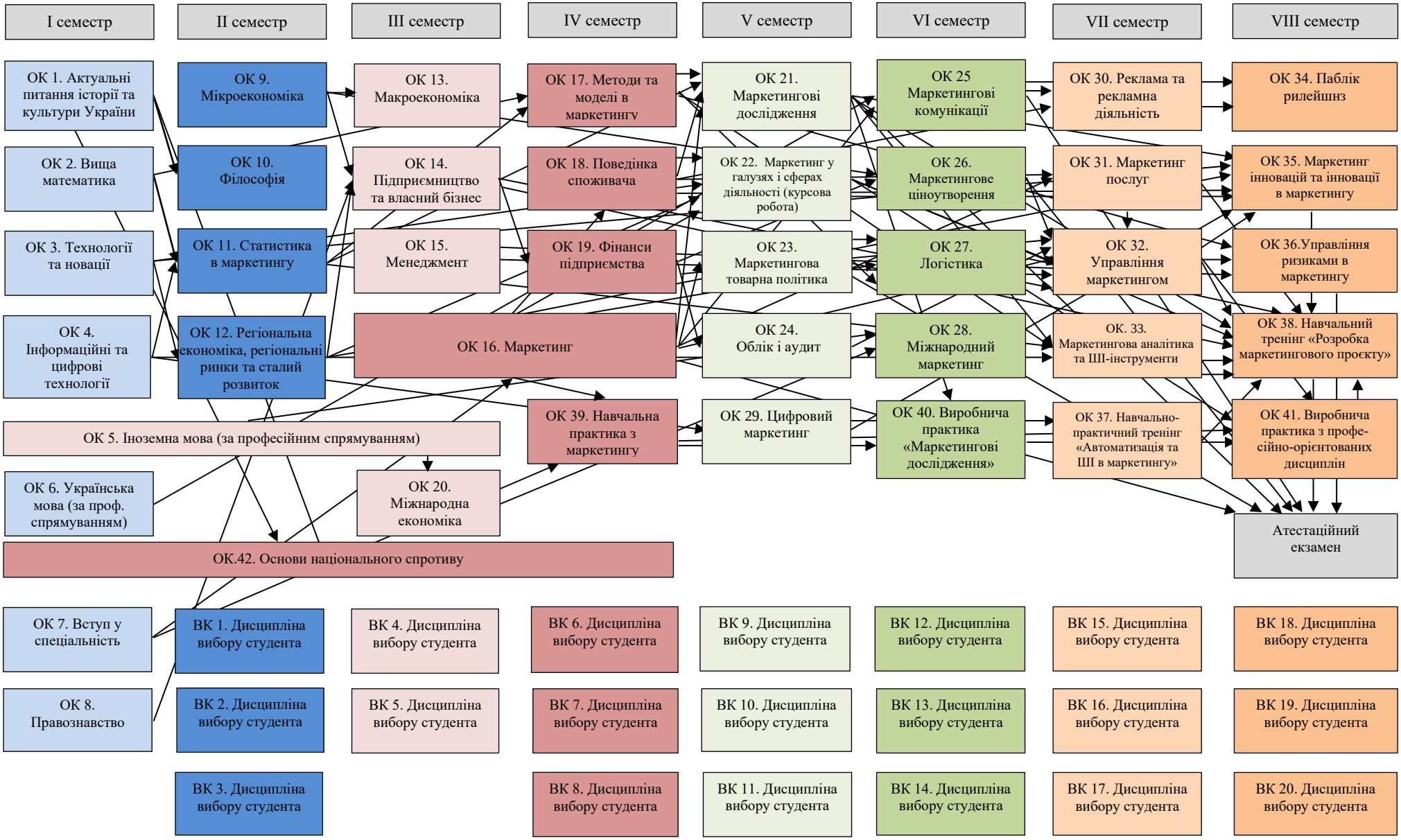
2.1. Перелік компонентів ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсова робота, практики, тренінги)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1	Актуальні питання історії та культури України	4	екзамен
ОК 2	Вища математика	4	екзамен
ОК 3	Технології та новації	4	екзамен
ОК 4	Інформаційні та цифрові технології	4	екзамен
ОК 5	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	6	залік, екзамен
ОК 6	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	екзамен
ОК 7	Вступ у спеціальність	4	залік
ОК 8	Правознавство	4	залік
ОК 9	Мікроекономіка	4	екзамен
ОК 10	Філософія	4	екзамен
ОК 11	Статистика в маркетингу	4	екзамен
ОК 12	Регіональна економіка, регіональні ринки та сталий розвиток	5	екзамен
ОК 13	Макроекономіка	4	екзамен
ОК 14	Підприємництво та власний бізнес	4	екзамен
ОК 15	Менеджмент	4	екзамен
ОК 16	Маркетинг	9	залік, екзамен
ОК 17	Методи та моделі в маркетингу	4	екзамен
ОК 18	Поведінка споживача	5	екзамен
ОК 19	Фінанси підприємств	4	екзамен
ОК 20	Міжнародна економіка	4	екзамен
ОК 21	Маркетингові дослідження	5	екзамен
ОК 22	Маркетинг у галузях і сферах діяльності (курсова робота)	6	екзамен
ОК 23	Маркетингова товарна політика	4	екзамен
ОК 24	Облік і аудит	3	залік
ОК 25	Маркетингові комунікації	4	екзамен
ОК 26	Маркетингове ціноутворення	4	екзамен
ОК 27	Логістика	5	екзамен
ОК28	Міжнародний маркетинг	4	екзамен
ОК29	Цифровий маркетинг	4	екзамен
ОК 30	Реклама та рекламна діяльність	4	залік
ОК 31	Маркетинг послуг	4	екзамен
ОК 32	Управління маркетингом	5	екзамен
ОК33	Маркетингова аналітика та ШІ-інструменти	5	екзамен
ОК 34	Паблік рилейшинз	4	екзамен
ОК 35	Маркетинг інновацій та інновації у маркетингу	4	екзамен
ОК 36	Управління ризиками в маркетингу	4	залік
ОК 37	Навчально-практичний тренінг «Автоматизація та ШІ в маркетингу»	3	залік
ОК 38	Навчальний тренінг «Розробка маркетингового проєкту»	5	екзамен
ОК 39	Навчальна практика з маркетингу	3	залік
ОК 40	Виробнича практика «Маркетингові дослідження»	3	екзамен
ОК 41	Виробнича практика з професійно-орієнтованих дисциплін	4	екзамен
ОК 42	Основи національного спротиву	5	залік
Загальний обсяг обов'язкових компонентів:		**180**	
ВК 1	Дисципліна вільного вибору 1	3	залік
ВК 2	Дисципліна вільного вибору 2	3	залік
ВК 3	Дисципліна вільного вибору 3	3	залік
ВК 4	Дисципліна вільного вибору 4	3	залік
ВК 5	Дисципліна вільного вибору 5	3	залік

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсова робота, практики, тренінги)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
ВК 6	Дисципліна вільного вибору 6	3	залік
ВК 7	Дисципліна вільного вибору 7	3	залік
ВК 8	Дисципліна вільного вибору 8	3	залік
ВК 9	Дисципліна вільного вибору 9	3	залік
ВК 10	Дисципліна вільного вибору 10	3	залік
ВК 11	Дисципліна вільного вибору 11	3	залік
ВК 12	Дисципліна вільного вибору 12	3	залік
ВК 13	Дисципліна вільного вибору 13	3	залік
ВК 14	Дисципліна вільного вибору 14	3	залік
ВК 15	Дисципліна вільного вибору 15	3	залік
ВК 16	Дисципліна вільного вибору 16	3	залік
ВК 17	Дисципліна вільного вибору 17	3	залік
ВК 18	Дисципліна вільного вибору 18	3	залік
ВК 19	Дисципліна вільного вибору 19	3	залік
ВК 20	Дисципліна вільного вибору 20	3	залік
Загальний обсяг вибіркових компонентів:		**60**	
Військова підготовка*[1]			
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ :		**240**	

[1] * не включається у загальний обсяг кредитів

СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ПІДГОТОВКИ



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми підготовки бакалавра спеціальності D5 «Маркетинг» проводиться у формі атестаційного екзамену з дисциплін фахового спрямування та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження ступеня бакалавра з присвоєнням кваліфікації «бакалавр з маркетингу».

Атестаційний екзамен проводиться як комплексна перевірка знань здобувачів вищої освіти письмово за тестами та письмово/усно за білетами із завданнями, складеними відповідно до програми атестації. Атестаційна комісія створюється щорічно і діє протягом календарного року. До її складу можуть включатися представники роботодавців та їх об’єднань. Результати складених атестаційних екзаменів відображаються у відомостях обліку успішності та зберігаються в деканаті.

Атестаційний екзамен передбачає оцінювання результатів навчання, визначених Стандартом та освітньо-професійною програмою спеціальності D5 «Маркетинг». Атестаційний екзамен повинен забезпечити оцінювання результатів навчання та рівня сформованості загальних і фахових компетентностей у відповідності з Положенням про атестацію здобувачів вищої освіти та організацію роботи Екзаменаційної комісії, затвердженим Вченою радою Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

Атестація здійснюється відкрито та публічно.

Таблиця 1

Матриця відповідності програмних компетентностей (6-й рівень, бакалаврський) компонентам освітньої програми

Освітні компоненти	Компетентності																															
	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності																Спеціальні (фахові) компетентності														
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	ЗК15	ЗК16	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10	СК11	СК12	СК13	СК14
Обов'язкові компоненти ОП																																
ОК 1.	+		+												+																	
ОК 2.	+			+	+			+	+																							
ОК 3.	+			+	+			+					+													+				+	
ОК 4.	+							+		+																	+					
ОК 5.	+				+		+	+			+							+	+										+		
ОК 6.	+	+			+			+					+																			
ОК 7.	+	+			+		+					+				+		+														
ОК 8.	+	+													+	+																
ОК 9.	+							+	+									+	+	+								+				
ОК 10.	+		+	+	+										+																	
ОК 11.	+			+	+			+	+																			+				
ОК 12.	+	+					+		+			+	+		+																	
ОК 13.	+			+	+	+			+										+	+												
ОК 14.	+					+		+				+	+		+																	+
ОК 15.	+				+							+			+																+	+
ОК 16.	+				+		+	+				+			+			+	+	+	+	+							+		+
ОК 17.	+			+					+										+	+												
ОК 18.	+							+															+					+	+		
ОК 19.	+			+				+					+																		+	+
ОК 20.	+				+									+														+				
ОК 21.	+			+				+	+														+				+	+	+		
ОК 22.	+				+		+	+					+									+								+	
ОК 23.	+						+						+					+	+		+			+							
ОК 24.	+				+	+		+					+																			

Освітні компоненти	Компетентності																															
	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності																Спеціальні (фахові) компетентності														
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	ЗК15	ЗК16	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10	СК11	СК12	СК13	СК14
ОК 25.	+						+			+						+					+	+								+	
ОК 26.	+						+	+						+				+			+	+		+						+	+
ОК 27.	+						+	+		+						+												+		+	+
ОК 28.	+						+	+			+			+	+				+		+									+	
ОК 29.	+				+			+		+												+				+					+
ОК 30.	+			+			+	+				+										+		+				+	+		
ОК 31.	+						+	+										+	+		+							+		+	
ОК 32.	+							+				+									+	+		+	+					+	+
ОК.33.	+			+					+	+												+	+				+	+			
ОК 34.	+		+							+		+						+		+		+									
ОК 35.	+				+			+					+					+				+				+					+
ОК 36	+			+				+		+			+							+					+		+				
ОК.37.	+			+			+	+		+												+	+						+		
ОК 38	+						+					+	+			+						+	+		+			+		+	+
ОК 39.	+				+		+	+										+			+	+						+			
ОК 40.	+			+					+	+			+										+				+	+	+		+
ОК 41.	+			+		+	+	+	+				+					+					+	+			+	+			+
ОК.42.	+																+														

Таблиця 2

Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми

Освітні компоненти	Програмні результати навчання (ПРН)																		
	Р1	Р2	Р3	Р4	Р5	Р6	Р7	Р8	Р9	Р10	Р11	Р12	Р13	Р14	Р15	Р16	Р17	Р18	Р19
Обов'язкові компоненти ОП																			
ОК 1	+																	+	
ОК 2		+	+	+								+							
ОК 3								+		+	+	+		+		+			
ОК 4							+									+			
ОК 5	+		+							+		+				+	+		
ОК 6											+	+			+	+	+		
ОК 7												+		+	+	+	+	+	
ОК 8															+			+	
ОК 9	+	+	+	+							+	+							
ОК 10												+			+	+		+	
ОК 11		+	+	+	+					+		+							
ОК 12		+		+							+	+		+	+	+			
ОК 13	+	+		+	+							+	+						
ОК 14			+								+		+	+	+	+			
ОК 15						+				+	+	+	+	+					
ОК 16	+	+	+							+		+	+	+	+	+		+	
ОК 17		+	+			+			+										
ОК 18	+	+									+	+							
ОК 19			+	+		+				+	+			+		+			
ОК 20		+										+			+				
ОК 21		+		+			+			+									

Освітні компоненти	Програмні результати навчання (ПРН)																		
	Р1	Р2	Р3	Р4	Р5	Р6	Р7	Р8	Р9	Р10	Р11	Р12	Р13	Р14	Р15	Р16	Р17	Р18	Р19
ОК 22	+									+	+	+		+		+			
ОК 23	+		+	+		+					+			+					
ОК 24				+						+	+	+	+						
ОК 25	+						+			+		+				+		+	
ОК 26		+	+	+	+	+				+	+			+					
ОК 27		+		+	+	+	+			+	+					+		+	
ОК 28	+		+		+										+	+		+	
ОК 29		+	+			+	+	+				+				+			
ОК 30			+		+	+	+				+			+		+			
ОК 31	+	+	+			+				+				+		+	+		
ОК 32		+	+	+	+	+				+			+	+					
ОК.33		+		+		+	+												
ОК34	+						+	+		+				+	+				
ОК35			+					+		+	+	+	+			+			
ОК36			+		+	+	+		+	+	+	+	+						
ОК 37		+	+	+	+		+					+							
ОК38		+			+	+		+	+		+		+			+			
ОК39	+		+									+					+		
ОК40		+		+			+			+							+		
ОК41		+		+	+	+	+					+				+	+	+	
ОК 42																			+

Інформація про членів проєктної групи

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади, місце роботи	Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково-педаго-гічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідній роботі, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)
Керівник проєктної групи						
Бурдяк Олег Мирославович	Доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету ім.Ю.Федьковича	Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 1991 р., спеціальність – «Планування промисловості», кваліфікація – «Економіст». Диплом КЛ 900246 від 18.06.1994р.	Кандидат економічних наук зі спеціальності 08.06.03. Маркетинг. Тема дисертації: «Організація та економічна оцінка діяльності маркетингових служб підприємств». Диплом ДК № 14768 від 23.05.1997 р. Доцент. Атестат 02 ДЦ № 24287 від 14.04.2011 р.	32 роки	**П1** 1. Бурдяк, О. М., Рейкін, В. С., & Голодюк, Г. І. Вплив корпоративної соціальної відповідальності на поведінку споживачів у сфері роздрібної торгівлі. Актуальні питання економічних наук, № 22 (2026). DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.20508404 2. Burdyak O., Zrybnieva I., Venherova O., Nosachenko O., Serhiienko O. Sustainable Marketing within the Environmental Responsibility Context: Research and Communication Strategies for Businesses Growth/ Grassroots Journal of Natural Resources, 8 (1), 2025. P. 759-776. https://grassrootsjournals.org/gjnr/0801m00519.html#status. SCOPUS: https://www.scopus.com/sourceid/21101226632 DOI: https://doi.org/10.33002/nr2581.6853.080132 Гіперпосилання: https://www.scopus.com/pages/publications/105005161305?origin=resultslist 3. Бурдяк О. М., Середа Н. М., Воскресенська О. Є. Маркетинг впливу (influence marketing) як ефективний інструмент формування споживчих переваг. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2025. № 12. Гіперпосилання: https://journals.indexcopernicus.com/search/details?id=49195 DOI: https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-12-11723 4. Бурдяк, О. М., Дьячук, І. В., & Романюк, Н. В. (2025). ESG-маркетинг як інструмент формування довгострокової стійкості та підвищення конкурентоспроможності брендів у глобальному ринковому середовищі. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права, (47), 225-237. Гіперпосилання: https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/1871 DOI: org/10.5281/zenodo.17993644 5. Бурдяк, О. Специфіка маркетингової діяльності окремих суб'єктів аграрного маркетингу в умовах конкуренції. Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences, 2024. №332(4), 473-481. DOI: https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-332-71 6. Burdyak O., Diadyk T., Dronova T., Nestor V., Voskresenska O. Marketing Research Dynamics Amidst the Digital Transformation of Society. ECONOMIC AFFAIRS. Official Publication of AESSRA. 2024, September, Volume 69, Issue 3. DOI:10.46852/0424-2513.4.2024.23 https://economicaffairs.co.in/Journal/abstract/id/NjUzNg==/?year=2024&month=September&volume=Volume%2069&issue=Issue%203 7. Бурдяк О.М. Особливості вибору стратегій позиціонування малих фермерських господарств-виробників яблук. Часопис економічних реформ. 2024. №3 (55). С. 89-98. DOI: https://doi.org/10.32620/cher.2024.3.10 8. Бурдяк О.М., Помазан Л.М., Гаврилюк І.І. Роль інфлюенсерів соціальних мереж в забезпеченні ефективності реклами. Економіка та суспільство. 2024. № 60. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3692	1. Підвищення кваліфікації (стажування) за програмою «Маркетинг» у Черкаському державному технологічному університеті з 14 квітня 2026 року по 25 травня 2026 року. Загальний обсяг – 6 кредитів ЄКТС (180 год.) з оцінкою «Відмінно». Свідоцтво про підвищення кваліфікації СПК 05390336/000496-26 від 28 травня 2026 року, Реєстраційний № 056/26. 2.Стажування в Українській асоціації маркетингу (УАМ). Сертифікат №112 засвідчує, що Олег Бурдяк взяв участь у навчальному курсі «маркетинг PRO: практичний підхід через кейси» обсягом 120 годин (4 ECTS). Курс проведено у рамках весняного циклу тренінгів Української асоціації маркетингу з 5 березня по 21 травня 2025 року. https://drive.google.com/drive/folders/1t3xBRh-5XIDW7J7q3_KHC_Ef2Fp7Ugva

					DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-125 9. Буднікевич І., Бурдяк О. Стратегії позиціонування у формуванні та розвитку брендів аграрних регіонів. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. 2024. Том 330. № 3. С. 418-423 DOI: https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-330-66 10. Burdyak O., Liashuk N., Kapral O., Lyfar V., Zerkal A. Social Networks as a Tool of Marketing Communications. Khazar Journal of Humanities & Social Sciences. 2023. Vol. 26 No. 3, Special Issue, P. 28-38. DOI: 10.5782/.kjhss.2023.28.38 https://ejournal.khazar.org/index.php/kjhss/issue/view/15 11. Burdyak O., Kozhukhar V., Poltoratska A., Milman L., Sereda N. Application of foreign experience in the development of Internet marketing in Ukraine. AD Alta: Journal Of Interdisciplinary Research. 2022, issue 2. special XXXI. № 12. P. 47-51. URL: https://doi.org/10.5281/zenodo.13142580 https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/120231/papers/A_09.pdf 12. Burdyak O.M., Kovalenko N.O., Panchenko I.M., Derkach E.M., Havrylyuk R.O. Economic and legal approaches to balancing the development of the transport and logistics system. Estudios de Economia Aplicada. Studies of Applied Economics. Special Issue: Innovative Development and Economic Growth in the CIS Countries. 2021. Vol. 39. №6. DOI: https://doi.org/10.25115/eea.v39i6.5270 URL: https://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/5270 **П3** 1. Маркетинг для бакалаврів: навча. посібник / уклад. : І. Буднікевич, І. Бабух, О. Бурдяк, В. Вардеванян, Є. Венгер, І. Гавриш, В.Гончар, І. Зрибнєва,, О. Кифяк, І. Крупенна, В.Нікульча, Н.Тафій, А.Павлюк, Н.Філіпчук, І.Черданцева / за ред. д.е.н., проф. І. М. Буднікевич. – Вид. 3-тє, переробл. та доповн. – Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2025. – 370 с. URL: https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/12811 2. Буднікевич І.М., Бурдяк О.М., Зрибнєва І.П. Маркетинговий проєкт : Робочий зошит з навчального тренінгу "Розробка маркетингового проєкту" для студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності "Маркетинг. Чернівці, ЧНУ, 2025. 104 с. URL: https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/12132 3. Маркетинг : збірник тестових завдань для підготовки й атестації здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» : навч. пос. / уклад.: Буднікевич І.М., Бурдяк О.М., Вардеванян В.А., Венгер Є.І., Гавриш І.І., Гордіца Т.М., Зрибнєва І.П., Кифяк О.В., Крупенна І.А., Нікульча В.А., Романюк Н.В. (за заг. ред. Буднікевич І.М.). Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. 428 с. URL: https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/9702 4. Організація власного бізнесу: навчальний посібник / Є. В. Ткач, П. Нікіфоров, Р. Грешко, Н. Бак, В. Харабара, І. Ткачук, Ю. Лопатинський, Л. Водянка, В. Кифяк, В. Кіндзерський, І. Кравчук, З. Галушка, Г. Поченчук, Т. Заволічна, О. Лусте, О. Бурдяк, В. Вардеванян, Є. Венгер, А. Клипач, Р. Білоскурський, І. Вінничук, Д. Михайлина, Т. Косташ, О. Білоскурська, Г. Івасюк, І. Грохолінська, Г. Єремія, М. Паламарюк. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2023. 264 с. URL: https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/6555 5. Маркетинг для бакалаврів: практичний курс: навч. посіб. для практ. занять/ уклад.: Буднікевич І.М., Бабух І.Б., Бурдяк О.М., Венгер Є,І., Гавриш І.І., Зрибнєва І.П., Кифяк О.В., Крупенна І.А., Романюк Н.В., Черданцева І.Г.; за ред. д.е.н., проф. Буднікевич І.М. – вид. 4-тт, переробл. та доповн. - Чернівці: Чернівецький нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2025. 316 с. **П4** 1. Методичні рекомендації з підготовки та захисту курсової роботи з професійно-орієнтованих маркетингових дисциплін для студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 – «Маркетинг» / укл.: Буднікевич І. М., Кифяк О. В., Бурдяк О.М. Чернівці: ЧНУ, 2023. 48 с. URL: https://mmix.chnu.edu.ua/media/tfjdccdf/kr_4kurs.pdf 2. Управління брендами та креатив: методичне забезпечення курсу / уклад.: В.А. Вардеванян,	3. Сертифікат № 126541 від 03 червня 2026 підтверджує, що Олег Мирославович Бурдяк пройшов курс «Академічна доброчесність в університеті» в обсязі 3 години, що становить 0,1 кредитів ЄКТС. https://drive.google.com/drive/folders/1t3xBRh-5XIDW7J7q3_KHC_Ef2Fp7Ugva 4. Міжнародне стажування у Ягелонському університеті, м. Краків (Польща), «Фандрейзинг та основи проектної діяльності в закладах освіти: європейський досвід». 8.04 – 12.05.2024 р. 180 годин (6 кредитів ЄКТС). 12.05.2024 р. Наказ ЧНУ імені Юрія Федьковича №130-від, від 05.04.2024 «Про направлення на онлайн стажування». Сертифікат, виданий О.М. Бурдяку про міжнародне стажування: file:///C:/Users/olegb/Downloads/SZFL-003143%20Burdyak%20Oleh%20(2).pdf Додаток до сертифікату: file:///C:/Users/olegb/Downloads/SZFL-003143%20Burdyak%20Oleh%20(1).pdf 5. Довідка №54/01-04 від 22.01.2021 року про Підвищення кваліфікації без відриву від освітнього процесу з 09.11.2020 по 18.12.2020 р. (Наказ №150 від 09.11.2020 р.) у Чернівецькому торговельно-економічному

					О.М.Бурдяк. – Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2026. – 38 с. 3. Маркетингові дослідження. Метод. реком. до вироб. практ. Ступінь вищої освіти: перший (бакалаврський). Галузь знань: 07 Управління та адміністрування. Спеціальність: 075 Маркетинг / Укладачі: І.М. Буднікевич, О.М. Бурдяк, І.А. Крупенна, І.І. Гавриш. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2023. 72 с. URL: https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/8867 4. Кваліфікаційна (магістерська) робота другого (магістерського) рівня вищої освіти. Методичні вказівки. / Укл.: Буднікевич І.М., Бурдяк О.М., Крупенна І.А., Кифяк О.В. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т ім. Ю.Федьковича, 2023. 70 с. URL: https://mmix.chnu.edu.ua/media/wutpvul4/magist_mar_metod_23.pdf 5. Виробнича практика з професійно-орієнтованих дисциплін : метод. реком. / уклад.: І.М. Буднікевич, О.М. Бурдяк, І.А. Крупенна, К.С. Фень. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т Ю. Федьковича, 2023. 56 с. URL: https://mmix.chnu.edu.ua/media/232btztn/vppd_4kurs_2023_elektronne-vydannya-na-arcer-1.pdf **П7** 1. Опонент дисертації PhD Сергієнка О.А. на тему: «Позиціонування аграрних підприємств в умовах конкуренції» у Разовій спеціалізованій вченій раді ДФ 08-24 у Черкаському державному технологічному університеті (рішення Вченої ради ЧДТЕУ від 25.22.2024 р., протокол №4). URL: https://chdtu.edu.ua/svr/povidomlennya-pro-zakhist-disertatsij/one-time-council/item/20641-informatsiia-pro-pryiniattia-do-rozhliadu-dysertatsii-serhiienka-oleksandra-anatoliiovycha-075-marketynh URL: https://er.chdtu.edu.ua/handle/ChSTU/5125 **П12** 2. Бурдяк О., Гавриш.І. Фандрайзинг як сучасний інструмент пошуку фінансування у маркетингу обєднаних територіальних громад // Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій : матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (02 травня 2025 р). Луцьк: ЛНТУ, 2025. 205 с. URL: https://mmix.chnu.edu.ua/media/f15nhw51/zbirnyk-tez-ii-mizhnarodnoi-konferentsii-2025-marketynh-v-umovakh-rozvytku-tsyfrovykh-tekhnolohiy.pdf 3. Бурдяк О.М. Гордіца Т.М., Штучний інтелект як двигун «творчого руйнування» в маркетинговому управлінні: нові підходи до контент-маркетингу. Інновації, підприємництво та економіка сучасних трансформацій у теорії Шумпетера: Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (1-2 жовтня 2025 р.). Чернівці: Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2025. С. 58-60. URL: https://ef.chnu.edu.ua/novyny/novyny-shumpeterivskoho-forumu/vyishla-drukom-zbirka-materialiv-mizhnarodnoi-naukovo-praktychnoi-konferentsii-innovatsii-pidpryiemnytstvo-ta-ekonomika-suchasnykh-transformatsii-u-dzerkali-teorii-shumpetera/. 4. Бурдяк О.М., Козуб І.І. Специфіка маркетингу підприємства сільгоспвиробника на ринку яблук. ІІ Міжнародна науково-практична конференція Потенціал сталого розвитку в умовах сучасних регіональних та глобальних викликів / Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges. Чернівці. 2024. С. 31-33. 5. Бурдяк О.М., Гончар В.І. Клипач А.Я. Маркетингові інструменти нецінового конкурування як ознака ринку монополістичної конкуренції. Міжнародна науково-практична конференція «Інноваційні технології маркетингу і менеджменту в умовах трансформаційних змін: тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф.» (Хмельницький кооперативний торговельно-економічний університет 27–29 квітня 2023 р., м. Хмельницький). – Хмельницький : ФОП Федоченко С.О., 2023. – 210 с. С. 30-35. URL: http://www.xktei.km.ua/files/27-29.04.2023.pdf 6. Бурдяк О.М., Вардеванян В.А. Значення маркетингових комунікацій у діяльності некомерційних організацій // Потенціал сталого розвитку в умовах регіональних та глобальних викликів/ Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 11-13 травня 2022 року. Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія) – Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022 - 132 с.	інституті КНТЕУ на кафедрі маркетингу, цифрової економіки та підприємництва. Тема підвищення кваліфікації: «Знайомство з новими технологіями викладання курсів з маркетингу, маркетингових комунікацій, міжнародного маркетингу». Загальний обсяг підвищення кваліфікації – 180 годин (6 кредитів ЄКТС).

					П14 1. Керівництво студенткою Сідор Алессандра, яка зайняла ІІІ місце у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт. «Всеукраїнський конкурс студентських дипломних робіт зі спеціальності «Маркетинг» за освітньо-кваліфікаційними рівнями бакалавр, магістр», за сприяння Української Асоціації Маркетингу. Хмельницький національний університет, м. Хмельницький, 2022 рік. URL: https://docs.google.com/presentation/d/1BdknYVueeajDuigvKyg_BgGGxSmKjQhK/edit#slide=id.p16 2. Керівництво студентом, який здобув Диплом переможця ІІІ ступеня перший (бакалаврський) рівень вищої освіти у Всеукраїнському конкурсі кваліфікаційних робіт зі спеціальності «Маркетинг» за першим (бакалавр) та другим (магістр) рівнями вищої освіти, Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, м. Хмельницький, 23 червня 2023 року. URL: https://drive.google.com/drive/folders/1rPYGjNyR1WEQfOitLpzXAgzDjCe73e9L?usp=sharing **П19** 1. Член ГО «Українська асоціація маркетингу», членський квиток – УАМ № 515 URL: https://docs.google.com/document/d/1GgTOPpLSN0hENxWLBZDYtEia1HwNtS6K/edit 2. Член ГО "Буковинська спілка маркетологів", членський квиток - БСМ №8 URL: https://drive.google.com/drive/u/4/folders/ 1elmoyGRY6e8-hceMsbMOu0wlicx2NM42	
Члени проєктної групи						
Буднікевич Ірина Михайлівна	Завідувач кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету ім.Ю.Федьковича	Чернівецький державний університет, 1990 р., спеціальність – «Економіка праці», кваліфікація – «економіст». Диплом ТВ 908884 від 23.06.1990 р.	Доктор економічних наук зі спеціальності 08.00.05 - Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. Тема дисертації: «Формування системи маркетингу міста». Диплом ДД № 002387 від 10.10.2013 р. Професор кафедри маркетингу. Атестат 12 ПР № 009783 від 26.06.2014	35 років	**П1** 1. Legeza, D., Kulish, T., Budnikevich, I., Krupenna, I., Feng, W., Putuntean, N. Harvesting Hope Through the Circularity Promotion in Children's Food Marketing. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies, 2025. Vol 240. Springer, Cham. 379-395 pp. URL: https://www.scopus.com/pages/publications/105000291799?origin=resultslist https://doi.org/10.1007/978-3-031-81557-7_22 2. Kulish, T., Sokil, Y., Legeza, D., Sokil, O., Budnikevich, I., Diyora, B. Digitalization of Consumers' Behavior Model in the Dairy Market. In: Semenov, A., Yepifanova, I., Kajanová, J. (eds) Data-Centric Business and Applications. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies, 2024. Vol 195. Springer, Cham. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-54012-7_8#citeas URL: https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85191520321&origin=resultslist DOI: 10.1007/978-3-031-54012-7_8 3. Nagadeepa C., Pushpa A., Budnikevich I., Krupenna I., Reznik N., Vitriak O., Chopei V. Trending on the Edge: Social Media's Impact on Gen Z's Dark Thana Tourism Choices. In: El Khoury, R. (eds) Technology-Driven Business Innovation: Unleashing the Digital Advantage. Studies in Systems, Decision and Control, 2024. vol 540. pp 133–145. URL: https://www.scopus.com/pages/publications/85201796003?origin=resultslist https://doi.org/10.1007/978-3-031-62656-2_13 4. Albeshchenko O., Pryhara O., Krupenna I., Budnikevich I., Shevchenko O. Managing tourism development: deploying successful strategies and techniques. Salud, Ciencia y Tecnología - Serie de Conferencias [Internet]. 2024, Aug. 18; 3:.1135. URL: https://conferencias.ageditor.ar/index.php/sctconf/article/view/1135 https://www.scopus.com/sourceid/21101199899 https://doi.org/10.56294/sctconf2024.1135 5. Буднікевич І.М., Ковальов Д.Г. Маркери ідентичності міста в стратегічному маркетингу територій. Науковий вісник Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. Серія Економіка. 2026. №1. С.28-36. https://doi.org/10.32782/ecovis/2026-1-5 6. Буднікевич І.М., Шумейко В.І. Еволюція корпоративної соціальної відповідальності в цифровій економіці: теоретичний аналіз та інноваційні практики ІТ-компаній України.	2021 р. – Centre for European Studies a.s.b.i. Grand Duchy of Luxembourg, Сертифікат, «Маркетинг та інновації. Інноваційна економіка», 5 червня 2021 року, 180 годин, 6 кредитів 2022 р. – Сучавський університет імені Штефана чел Маре, тема «Нові підходи до організації адміністративної, наукової, педагогічної, гуманітарної діяльності університетів в контексті нових компетенцій фахівців з маркетингу та менеджменту. Академічна культура, дослідницька та наукова політика в країнах ЄС», Сертифікат видано 24 лютого 2022 року, 180 годин, 6 кредитів 2026 р. – сертифікат 00493698/СВ-03-26 від 19.06.2026, міжнародна онлайн-програма навчання «Resilient Teaching»

					Науковий вісник Чернівецького університету. Серія Економіка. 2025. №4. С.8-15. URL: hhttps://journals.chnu.chernivtsi.ua/index.php/econom/issue/view/43 DOI: https://doi.org/10.32782/ecovis/2025-4-2 7. Буднікевич І.М., Бакун А.А. Концепція маркетингу в креативних індустріях. Часопис економічних реформ. 2025. №1. С.130-139. URL: http://nti.khai.edu/ojs/index.php/cher/article/view/2767 https://doi.org/10.32620/cher.2025.1.15 8. Буднікевич І., Павлюк А. Трансформація моделей поведінки споживача в умовах маркетингу відносин і цифрової економіки. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2025. Том 26. Випуск 4(77). URL: https://ven.chdtu.edu.ua/article/view/345044 9. Буднікевич І. М., Клипач А. Я. Еволюція маркетингових технологій в контексті маркетингу територій та регіонального розвитку. Часопис економічних реформ. 2024. №3(55). С. 77–88. URL: http://nti.khai.edu/ojs/index.php/cher/article/view/2549/2446 https://doi.org/10.32620/cher.2024.3.09 10. Буднікевич І., Гавриш І. Регіональна політика формування привабливості бренду аграрних регіонів. (Regional policy offorming brand attractivenessof agrarian regions). Modeling the development of the economic systems. 2024. №1, С.282–290. URL: https://mdes.khmnu.edu.ua/index.php/mdes/article/view/332 https://doi.org/10.31891/mdes/2024-11-42 11. Буднікевич І., Бурдяк О. Стратегії позиціонування у формуванні та розвитку брендів аграрних регіонів. Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences. 2024. 330(3), 418-423. URL: https://heraldes.khmnu.edu.ua/index.php/heraldes/article/view/207 DOI: https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-330-66 12. Нікульча В. А., Буднікевич І. М. Implementation of the concept of relationship marketing in retail. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2023. Випуск 71. С. 37-46 URL: https://eb-chstu.com.ua/uk/journals/tom-24-4-2023/implementatsiya-kontseptsiyi-marketingu-vzayemovidnosin-u-riteyli http://doi.org/10.62660/ebcstu/4.2023.37 13. Буднікевич І.М., Бастраков Д.А., Гончар В.І. Роль маркетингу у розвитку екосистеми закладів вищої освіти. Modern engineering and innovative technologies. 2024. Issue 31. Part 5. 56-68 pp. URL: https://www.moderntechno.de/index.php/meit/issue/view/meit31-05/meit31-05 DOI: 10.30890/2567-5273.2023-30-00-088 14. Budnikevich, I., Bastrakov, D., Kolomytseva, O (2023). Communication component in the formation of the image of higher education institutions based on a marketing approach. Proceedings of Scientific Works of Cherkasy State Technological University. Series: Economic Sciences, 71, 5-16. Available: http://ven.chdtu.edu.ua/article/view/302784 15. Буднікевич І.М., Крупенна І.А., Баранюк Д.С. Досвід Ізраїлю з розвитку інновацій та туризму в умовах воєнних дій. *Економіка та право.* 2023. №4 (71). С.68-78. URL: http://economiclaw.kiev.ua/index.php/economiclaw/article/view/1132 16. Буднікевич І.М., Заблодська І.В., Бастраков Д.А. SMART-концепція інноваційного просторового розвитку: досвід розвинутих країн. *Modeling the development of the economic systems.* 2023. №4. С.99-106. URL: https://mdes.khmnu.edu.ua/index.php/mdes/article/view/247 **ПЗ** 1. Маркетинг в креативних індустріях : навч. посібник. І. Буднікевич, І. Крупенна, Г.Ковбас, Н. Романюк / за ред. д.е.н., проф. І. М. Буднікевич. Частина 1. Серія «Маркетинг у сферах та галузях. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т, 2025. 208 с. URL: https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/12809 2. Маркетинг для бакалаврів : навч. посібник / уклад.: І. Буднікевич, О. Бурдяк, В. Вардеванян, Є.Венгер, О. Кифяк, І. Крупенна, І. Черданцева, І. Бабух, І. Зрибнєва, Н. Тафій, В. Нікульча, Н. Філіпчук, В. Гончар, А. Павлюк / за ред. д.е.н., проф. І. М. Буднікевич. 3-тє видання перероблене та доповнене. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т, 2025. 370 с. URL:	що проходила (16.04.2026-19.06.2026) ERASMUS-EDU-2025-CBHE SAFE LEARN. ID проекту 101236049. «Підтримка адаптивної та гнучкої освіти для постраждалих від війни студентів в Україні. 2026 р. – Сертифікат ІТК-26/1122 підвищення кваліфікації у межах проєкту Prof2IT «Цифрова трансформація професійної діяльності» від ГС «Харківський кластер інформаційних технологій». 2025 р. – Навчальний курс «Маркетинг PRO: практичний підхід через кейси» 120 год. (4 ECTS). Курс проведено у рамках весняного циклу тренінгів Української Асоціації Маркетингу з 5 березня по 21 травня 2025 року. 2025 р. – курс «Marketing for IT Products» в компанії Genesis Verification code: 5aae3157b03ff82b29a3c353e56a5323 2023 р. – Проект Міжнародної організації праці за фінансування ЄС «На шляху до безпечної, здорової та задекларованої праці в Україні». Освітньо-професійна програма «Бренд-комунікації: формування та інтеграція» (1 кредит) від Спілки рекламістів України. Сертифікат 36в (5-19.05.2023) 2023 р. – Проект Міжнародної організації праці за фінансування ЄС «На шляху до безпечної, здорової та задекларованої праці в Україні». Освітньо-професійна програма

					https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/12811 3. Буднікевич І. М., Бабух І. Б. Методологія та організація наукових і прикладних досліджень у маркетингу: тестові завдання : навчальний посібник. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2025. 188 с. URL: https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/12302?show=full&locale-attribute=en 4. Стратегічний маркетинг : навч. посібник / уклад.: І. Буднікевич, І. Крупенна, Г.Ковбас, В. Нікульча / за ред. д.е.н., проф. І. М. Буднікевич. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2026. 252 с. 5. Маркетинг : збірник тестових завдань для підготовки й атестації здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» : навч. пос. / уклад.: Буднікевич І.М., Бурдяк О.М., Вардеванян В.А., Венгер Є.І., Гавриш І.І., Гордіца Т.М., Зрибнєва І.П., Кифяк О.В., Крупенна І.А., Нікульча В.А., Романюк Н.В. (за заг. ред. Буднікевич І.М.). Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. 428 с. URL: https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/9702 6. Маркетинг для бакалаврів: практичний курс. Навчальний посібник для практичних занять / уклад. : І. Буднікевич, І. Бабух, О. Бурдяк, В. Вардеванян, Є. Венгер, І. Гавриш, В. Гончар, І. Зрибнєва, О. Кифяк, І. Крупенна, Г. Ковбас, Н. Романюк, Т. Юрій / за ред. д.е.н., проф. І. М. Буднікевич. Вид. 4-те, переробл. та доповн. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2025. 316 с. URL: https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/12810 7. Маркетинговий проєкт : Робочий зошит з навчального тренінгу «Розробка маркетингового проєкту» для студентів першого (бакалаврського) рівня вишої освіти спеціальності "Маркетинг. Чернівці, ЧНУ, 2025. 104 с. URL: https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/12132 8. Маркетинг: Світовий досвід та український вимір. За ред. Старостіної А.О. (Буднікевич І.М. Конкурентна стратегія). К.: Ліра К, 2024. 484 с. URL: https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/11623 **П4** 1. Інноваційна економіка: концепції, глобальні тенденції та виклики розвитку : консп. лекції, метод. реком. та завд. до вивч. курсу / І. М. Буднікевич. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2026. 66 с. URL: https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/14195 2. Торговельний маркетинг: матод. рекомендації / уклад.: І.М.Буднікевич, В.А. Нікульча, Н.В. Романюк. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. 64 с. URL: https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/10049 3. Виробнича практика з професійно-орієнтованих дисциплін : метод. реком. / уклад.: І.М. Буднікевич, О.М. Бурдяк, І.А. Крупенна, К.С. Фень. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т Ю. Федьковича, 2023. 56 с. URL: https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/9304 4. Маркетингові дослідження. Метод. реком. до вироб. практ. Ступінь вищої освіти: перший (бакалаврський). Галузь знань: 07 Управління та адміністрування. Спеціальність: 075 Маркетинг / Укладачі: І.М. Буднікевич, О.М. Бурдяк, І.А. Крупенна, І.І. Гавриш. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2023. 72 с. URL: https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/8867 5. Методичні рекомендації з підготовки та захисту курсової роботи з професійно-орієнтованих маркетингових дисциплін для студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 – «Маркетинг» / укл.: Буднікевич І. М., Кифяк О. В., Бурдяк О.М. Чернівці: ЧНУ, 2023. 48 с. 6. Методичні вказівки до проходження навчальної практики для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» для студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 – Маркетинг / укл.: Буднікевич І. М., Бабух І.Б., Крупенна І.А. Чернівці: ЧНУ, 2022. 28 с. 7. Курс «Інновації та інноваційна економіка» в системі MOODLE https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=1948 8. Курс «Event-маркетинг» в системі MOODLE	«Івент-маркетинг: сучасні реалії» (1 кредит) від Спілки рекламістів України. Сертифікат 36в (23.01-03.02.2023)

					https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=3541 9. Курс «Територіальний маркетинг / Маркетинг територій» в системі MOODLE https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=3539 10. Курс «Стратегічний маркетинг» в системі MOODLE https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=3506 11. Курс «Маркетинг інновацій та інновації в маркетингу» в системі MOODLE https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=5739 **П6** 1. Науковий керівник Клипач А.Я., доктор філософії з економіки, «Маркетингові технології та інструменти забезпечення сталого соціально-економічного розвитку регіону», Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 26 червня 2026 URL: https://www.chnu.edu.ua/nauka/zdobuvachu-naukovoho-stupenia/baza-danykh-razovykh-spetsializovanykh-vchenykh-rad/klypach-andrii-yaroslavovych/ 2. Член разової спеціалізованої ради (Наказ 2008/ос від 08.09.5 р) та офіційний опонент 5 листопада 2025 р. Пороскун Сергій Сергійович, спеціальність 075 – Маркетинг, Тема «Сучасна маркетингова концепція в управлінні розвитку міст» https://snau.edu.ua/science/specradi/specializovani-vcheni-radi-z-prisudzhennja-stupenja-doktora-filosofii/fakultet-ekonomiki-ta-menedzhmentu/poroskun-sergij-sergijovich/ 3. Офіційний опонент докторської дисертації Єрко І.В. на тему «Трансформація конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії у повоєнний період», 15 квітня 2025 р., спеціалізована вчена рада Д 32.075.03 при Луцькому національному технічному університеті. URL: https://lntu.edu.ua/uk/dysertatsiyi-zdobuvachiv-yerko-iryna-volodymyrivna 4. Офіційний опонент докторської дисертації Бєлоусова Я.І. «Просторова трансформація розвитку легкої промисловості в регіонах України». 17 квітня 2025 року, спеціалізована вчена рада Д 29.051.01 у Східноукраїнському національному університеті імені Володимира Даля. URL: https://snu.edu.ua/index.php/science/spetsializovani-vcheni-rady-iz-zahystu-dysertatsij-d-29-051-01/ 5. Участь у роботі разової спецради в якості офіційного опонента дисертації PhD Лакас В.В. «Інвестиційне забезпечення сталого розвитку регіонів України у повоєнний період» 16 квітня 2025 року. URL: https://dir.ukrintei.ua/view/okd/20ea08225242faf84b86209e1ae96f9f 6. Офіційний опонент докторської дисертації Газуда С.М. «Механізм формування та розвитку брендингу аграрних регіонів в умовах євроінтеграції» у спецраді – Д 32.075.03 при Луцькому національному технічному університет за спеціальністю 08.00.05, 22» листопада 2024 р. URL: https://lntu.edu.ua/uk/dysertatsiyi-zdobuvachiv 7. Офіційний опонент дисертаційної роботи Третяк О.О. на тему «Імідж як складова економічної стійкості ЗВО» у разовій СВР ДФ 32.075.011 Луцького національного технічного університету на здобуття ступеня доктора філософії з галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» за спеціальністю 051 «Економіка». 5.09.2024 р. URL: https://lntu.edu.ua/uk/df-3207501 **П7** 1) Член спеціалізованої ради Д 73.052.02, Черкаський державний технологічний університет, Наказ МОН 60.60.2022 р, № 530 https://chdtu.edu.ua/svr/spetsializovana-vchena-rada-d-73-052-02 **П8** 1. Член редакційної колегії наукового фахового видання категорії Б «Науковий вісник Чернівецького університету. Серія Економіка». URL: https://journals.chnu.chernivtsi.ua/index.php/econom 2. Член редакційної колегії наукового фахового видання категорії Б «Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки)». URL: http://feb.tsatu.edu.ua/science/scientific-publications/ 3. Член редакційної колегії наукового фахового видання "Збірник наукових праць Черкаського	

					державного технологічного університету. Серія «Економічні науки» URL: http://ven.chdtu.edu.ua/about/editorialTeam 4. Науковий керівник теми «Маркетинговий підхід в контексті формування креативної економіки: теоретичні аспекти та прикладні рішення / Marketing approach in the context of creative economy formation: theoretical aspects and applied solutions» 2022-2026 рр. (№ державної реєстрації 0122U000902) **П11** 1. Експерт НФДУ, «Конкурс проєктів НФДУ» https://grants.nrfu.org.ua 2. Наукове консультування Чернівецького Центру розвитку місцевого самоврядування з питань територіального маркетингу та брендингу, виставкового маркетингу з 2017 року по даний час. Співпраця продовжується. https://drive.google.com/open?id=1YND6tLGfjX3rQwcul1RpruGBBQKgcFeA 3. Наукове консультування Асоціації органів місцевого самоврядування Чернівецької області "Агенції розвитку громад Буковини" з 2018 року по даний час. https://drive.google.com/open?id=1LrkFTh_y3YE4F4CkDhPixFVbEJjr1fzi 4. Член робочої групи з розробки Стратегії розвитку Чернівецької області на період до 2027 року Чернівецької ОДА https://drive.google.com/drive/u/4/folders/1AM4y1I9RHHTQ9W7KWVr6P3Oxavx7xd6X 5. Експертно-консультативна підтримка європейської Програми для Украйни «U-LEAD з Європою» URL: https://drive.google.com/drive/u/2/home 6. Науково-експертний внесок для Програми розвитку ООН в Україні при проведенні ІІІ-го Всеукраїнського конкурсу наукових робіт молодих вчених. https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1PYK6YcB7NFnkM1oetbO3O4orzmjT1lEL **П12** 1. Буднікевич І.М., Павлюк А.І. Цифрові нудж-інструменти у формуванні споживчої поведінки generation Z. *Форсайт розбудови України: ESG – орієнтири та вектори розвитку в економіці, менеджменті, маркетингу й публічному управлінні: матеріали IV міжнародної науково-практичної конференції (28 травня 2026 р.)* / Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного. Запоріжжя, 2026. С.174-177. URL: https://drive.google.com/file/d/1ozCyZ8sp-dReQmJrEO30Y1fBh5nNZUft/view?usp=drivesdk 2. Буднікевич І.М., Ковальчук С.П. ТРАНСФОРМАЦІЯ МАРКЕТИНГУ ВЗАЄМОДІЇ В УМОВАХ ЦИФРОВОГО ПРОСУМЕРСТВА. Збірник тез XVIII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 14 травня 2026 року). *Маркетингове забезпечення продуктового ринку.* Полтава: ПДАУ. 2026. С. 47-50. URL: https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/22364/tezyzbirnyk2026finishcompressed.pdf 3. Буднікевич І.М., Крупенна І.А., Гончар В.І. Диференційовані моделі «нічної економіки» в умовах воєнних ризиків. *Форсайт розбудови України: ESG – орієнтири та вектори розвитку в економіці, менеджменті, маркетингу й публічному управлінні: матеріали IV міжнародної науково-практичної конференції (28 травня 2026 р.)* / Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного. Запоріжжя, 2026. С.65-68. URL: https://drive.google.com/file/d/1ozCyZ8sp-dReQmJrEO30Y1fBh5nNZUft/view?usp=drivesdk 4. Буднікевич І.М., Павлюк А. Вплив цифровізації на поведінкові маркери споживачів. V Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні тренди в поведінковому маркетингу: тези доповідей. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2025. URL: https://science.lpnu.ua/uk/stpm/tezy-dopovidey 5. Буднікевич І. М., Бакун А. А. Напрями цифровізації маркетингу креативних індустрій. Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій : матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (02 травня 2025 р). Луцьк: ЛНТУ, 2025. URL: https://drive.google.com/file/d/1BOy6iQE3n-GEkR_Km7lizXQqb1NwLa_N/view?usp=drivesdk 6. Буднікевич І.М., Клипач А.Я. Маркетингові підходи до формування територіальної	

					ідентичності для сталого розвитку. Форсайт розбудови України: стратегічні імпульси сталого розвитку в економіці, менеджменті, маркетингу та публічному управлінні: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 27 травня 2025 р.) URL: http://www.tsatu.edu.ua/ep/wp-content/uploads/sites/31/materialy-konferenciyi.pdf#page=50 7. Буднікевич І.М., Павлюк А.І. Роль цифрових технологій у трансформації поведінкових моделей економічних суб'єктів під час післявоєнного відновлення України. Форсайт розбудови України: стратегічні імпульси сталого розвитку в економіці, менеджменті, маркетингу та публічному управлінні: матеріали III міжнародної науково-практичної конференції (27 травня 2025 р.) / Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного. Запоріжжя, 2025. С.231-233. URL: http://www.tsatu.edu.ua/ep/wp-content/uploads/sites/31/materialy-konferenciyi.pdf#page=50 8. Буднікевич І.М., Верхоляк А.І., Кайдан С.М. Маркетинг як ефективна концепція розвитку сучасних маркетплейсів. Потенціал сталого розвитку в умовах регіональних та глобальних викликів / Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 29-31 травня 2024 року, Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія). Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. С.17-19. URL: http://mmix.cv.ua/mizhnarodna-diyalnist/programa-ii-mizhnarodnoyi-naukovo-praktychnoyi-konferentsiyi-potentsial-stalogo-rozvmytku-v-umovah-suchasnyh-regionalnyh-ta-globalnyh-vyklykiv 9. Буднікевич І., Бастраков Д. Роль маркетингу у розвитку екосистеми університету. Abstracts of reports of the II International scientific and practical conference "Innovative technologies of marketing and management in the conditions of transformational changes" (February 28-29, 2024, Khmelnytskyi) have been published, p.35-39. URL: https://de.promonograph.org/index.php/de/catalog/view/mges03-2024/30/57 10. Буднікевич І. М., Клипач А. І. Стримінг як інноваційна технологія маркетингу. Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій : матеріали І Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (24 травня 2024 р). Луцьк: ЛНТУ, 2024. С.147-150. URL: https://surli.cc/guqoun 11. Budnikevich Iryna, Bastrakov Daniil Factors of development of northern smart cities in the concept of sustainable development. *The 19 th Economic International Conference Challenges and Opportunities for a Sustainable Development Stefan cel Mare University of Suceava*, 2023. URL: http://conferinta.feaa.usv.ro/index.php/iec/cosd2023/paper/view/634/95 12. Буднікевич І.М., Крупенна І.А., Баранюк Д. Досвід Ізраїлю з розвитку інновацій та туризму в умовах військових дій. Міжнародна науково-практична конференція *«Розвиток України в умовах мілітарного впливу: соціально-правові, економічні та екологічні аспекти».* 26 березня 2023 року, м.Київ. URL: http://www.iepd.kiev.ua/wp-content/uploads/2023/03/ 13. Буднікевич І.М.., Крупенна І.А. Маркетингові стратегії вітчизняних туристичних операторів в умовах війни: оновлення, адаптація, виживання чи розвиток. *Інноваційні технології маркетингу і менеджменту в умовах трансформаційних змін :* тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (27–29 квітня 2023 р., м. Хмельницький). Хмельницький : ХНУ, 2023. С.25-30. URL: https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/52738/1/%D0%A2%D0%B5%D0%B7%D0%B8_%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D1%8F_%D0%86%D0%A2%D0%9C%D0%9C_2023.pdf 14. Буднікевич І.М., Гавриш І.І. Цифровізація маркетингу спортивних організацій. *Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці.* Матеріали VIII Міжнародної науково-методичної конференції. Чернівці: Чернівец. нац. ун-т ім.Ю. Федьковича, 2023. 176 с. С.60-62. URL: https://emm.cv.ua/viii-mizhnarodna-naukovo-metodichna-konferentsiya-matematichni-metodi-modeli-ta-informatsijni-tehnologiyi-v-ekonomitsi/ **П14** 1) Диплом II ступеня (науковий керівник д.е.н., проф. Буднікевич І.М.) отримала магістерська робота Шпаюк О.І. на VI Всеукраїнський конкурс студентських дипломних робіт з	

					маркетингу», який проходив на базі Хмельницького національного університету у квітні 2022 року URL: https://docs.google.com/presentation/d/1BdknYVueeajDuigvKyg_BgGGxSmKjQhK/edit#slide=id.p24 2) Диплом ІІ ступеня (науковий керівник д.е.н., проф. Буднікевич І.М.). отримала випускна кваліфікаційна робота студентки Шпаюк О.І. «Маркетинг медичних закладів», яка була представлені на VI Всеукраїнському конкурсі дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності «Маркетинг», який проходив на базі Хмельницького національного університету у квітні 2022 року. URL: https://docs.google.com/presentation/d/1BdknYVueeajDuigvKyg_BgGGxSmKjQhK/edit#slide=id.p24 3) Диплом І ступеня (науковий керівник д.е.н., проф. І.М.Буднікевич) магістерська робота студентки Лаб'як Ганни на Всеукраїнському конкурсі кваліфікаційних робіт зі спеціальності 075 «Маркетинг» за першим (бакалавр) та другим (магістр) рівнями вищої освіти, 2024 рік/ URL: https://drive.google.com/drive/u/2/folders/19NjYNS6gtDW0sLbmsLAIYZn348gdF89h 4) Павлюк Андрій – 1 місце в 17-му українському студентському фестивалі реклами, номінація «Відеореклама» (2022 р.). Керівник – проф. І.М.Буднікевич http://mmix.cv.ua/uncategorized/vitayemo-nashyh-studentiv-marketologiv-chnu-z-peremogoyu-v-17-mu-ukrayinskomu-studentskomu-festyvali 5) Павлюк Андрій – 3 місце в 17-му українському студентському фестивалі реклами, номінація «Відеореклама» (2022 р.). Керівник – проф. І.М.Буднікевич http://mmix.cv.ua/uncategorized/vitayemo-nashyh-studentiv-marketologiv-chnu-z-peremogoyu-v-17-mu-ukrayinskomu-studentskomu-festyvali 6) Павлюк Андрій – Гран-прі 17-го українського студентського фестивалю реклами за ролик реклами кафедри «Маркетинг – сміливий крок до твого успіху» (2022 р.). Керівник – проф. І.М.Буднікевич http://mmix.cv.ua/uncategorized/vitayemo-nashyh-studentiv-marketologiv-chnu-z-peremogoyu-v-17-mu-ukrayinskomu-studentskomu-festyvali **П19** 1) Член Української асоціації маркетингу від 19 грудня 2020 р. https://docs.google.com/document/d/1cjk5zQg66lEh9TF2CvLw_hVnES2MQH_e/edit?rtpof=true 2) Голова Буковинської асоціації маркетологів. 3) https://opendatabot.ua/pdf/company/2851/38289691-2851907-4327804-057a2124493ea57ad160f44f8259f9c1.pdf	
Крупенна Інга Анатоліївна	Доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету ім.Ю.Федьковича	Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 2007 р., спеціальність – «Менеджмент організацій», кваліфікація – «Магістр з економіки». Диплом РН 32614656 від 30.06.2007 р	Кандидат економічних наук зі спеціальності 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Тема дисертації: «Організаційна культура в системі стратегічного управління вищими навчальними закладами	17 років	**П1** 1. Legeza, D., Kulish, T., Budnikevich, I., Krupenna, I., Feng, W., Putuntean, N. Harvesting Hope Through the Circularity Promotion in Children's Food Marketing. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies, 2025. Vol 240. Springer, Cham. 379-395 pp. URL: https://www.scopus.com/pages/publications/105000291799?origin=resultslist https://doi.org/10.1007/978-3-031-81557-7_22 2. Nagadeepa C., Pushpa A., Budnikevich I., Krupenna I., Reznik N., Vitriak O., Chopei V. Trending on the Edge: Social Media's Impact on Gen Z's Dark Thana Tourism Choices. In: El Khoury, R. (eds) Technology-Driven Business Innovation: Unleashing the Digital Advantage. Studies in Systems, Decision and Control, 2024. vol 540. pp 133–145. URL: https://www.scopus.com/pages/publications/85201796003?origin=resultslist https://doi.org/10.1007/978-3-031-62656-2_13 3. Albeshchenko O., Pryhara O., Krupenna I., Budnikevich I., Shevchenko O. Managing tourism development: deploying successful strategies and techniques. Salud, Ciencia y Tecnología - Serie de Conferencias [Internet]. 2024, Aug. 18; 3:.1135. URL: https://conferencias.ageditor.ar/index.php/sctconf/article/view/1135 https://www.scopus.com/sourceid/21101199899 https://doi.org/10.56294/sctconf2024.1135 4. Davydenko I., Khramtsova Y., Krupenna I., Baraniuk D., Naumik-Gladka K. Strategic	1. 05.06.2021р., Centre for European Studies a.s.b.i. Grand Duchy of Luxembourg, 6 кредитів (180 год.). (Очна форма підвищення кваліфікації). Сертифікат, «Маркетинг та інновації. Інноваційна економіка», 5 червня 2021 року 2. 14.01.2022р. – 25.02.2022 р., Університет «Штефан чел Маре» м. Сучава, Румунія факультет економіки, адміністрування та бізнесу, 6 кредитів (180 год.) Наказ

			України». Диплом ДК № 068127 від 31.05.2011 р. Доцент кафедри маркетингу. Атестат 12 ДЦ № № 038063 від 14.02.2014 р		Management of the Hotel, Restaurant and Tourism Business: The Impact of Innovative and Marketing Strategies on Competitiveness. Pacific Business Review International (PBRI). Volume 17 issue 6. 2024, p. 77-89. ISNN 0974-438X(P) URL: http://www.pbr.co.in/2024/December8.aspx https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:001401663100008 5. Крупенна І. А. Напрями модифікації традиційних та розвиток нових видів туризму в концепції сталого туризму. Часопис економічних реформ. 2025. №1. С.148-156. https://journals.indexcopernicus.com/search/article?articleId=4448159 https://doi.org/10.32620/cher.2025.1.17 6. Крупенна І., Баранюк Д., Крупенний Я. Поведінковий маркетинг у проєктуванні туристичного досвіду. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2025 . Вип. 77 (Том 26, №4) https://journals.indexcopernicus.com/search/details?id=16169 https://doi.org/10.24025/2306-4420.77(4).2025.346183 7. Крупенна І.А., Крупенний Я.С. Маркетинговий підхід до забезпечення сталого розвитку готельного сегмента індустрії гостинності. Часопис економічних реформ. 2025. №2. С.201-212 https://doi.org/10.32620/cher.2025.2.23 8. Крупенна І., Крупенний Я. Оновлення маркетингової складової стратегічного розвитку закладів індустрії гостинності. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки, 2025. Т. 26. Вип. 1 (74). С. 101-111. URL: https://doi.org/10.24025/2306-4420.1(74).2025.326289 9. Крупенна І. А., Федюк Н. В., Баранюк Д. С. Напрями оновлення інструментів маркетингу ресторанних закладів з урахуванням світових та національних тенденцій розвитку. Науково-виробничий журнал. Часопис економічних реформ. 2024. № 3 (55). С. 99-111. https://journals.indexcopernicus.com/search/article?articleId=4393780 https://doi.org/10.32620/cher.2024.3.11 10. Крупенна І.А., Остапенко М.Е. Маркетингові стратегії мережевих форм ведення бізнесу в індустрії гостинності. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». 2023. Вип. 69. С.75-84. DOI 10.24025/2306-4420.69.2023.288927 URL:https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/4740/2/75-84_Krupenna_%D0%9Estapenko.pdf 11. Буднікевич І.М., Крупенна І.А., Баранюк Д.С. Досвід Ізраїлю з розвитку інновацій та туризму в умовах воєнних дій. Економіка та право. 2023. №4 (71). С.68-78. https://doi.org/10.15407/econlaw.2023.04.068 URL: http://economiclaw.kiev.ua/index.php/economiclaw/article/view/1132 12. Крупенна І. Маркетингова діяльність нішових туроператорів в умовах кризового стану туристичного ринку. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. 2023. №4. С.238-254. http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.17 URL: http://herald.chite.edu.ua/content/download/archive/2023/v4/17.pdf 13. Крупенна І.А., Горбатюк. Я.П. Вплив концепції сталого розвитку туризму на формування маркетингових стратегій туристичних компаній. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: «Економічні науки». 2022. №2. Том 2. С.203-209. https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2(2)-32 URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/?p=1613 14. Крупенна І.А. Маркетингові цифрові інструменти від стартап-проєктів в індустрії туризму та подорожей. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». 2022. Вип. 67. DOI: 10.24025/2306-4420.67.2022.278790 URL: https://er.chdtu.edu.ua/handle/ChSTU/4402 **ПЗ** 1. Маркетинг для бакалаврів: навча. посібник / уклад. : І. Буднікевич, І. Бабух, О. Бурдяк, В. Вардеванян, Є. Венгер, І. Гавриш, В.Гончар, І. Зрибнєва,, О. Кифяк, І. Крупенна, В.Нікульча, Н.Тафій, А.Павлюк, Н.Філіпчук, І.Черданцева / за ред. д.е.н., проф. І. М. Буднікевич. – Вид. 3-	№ 7-Від від 13.01.2022р. (Очна форма підвищення кваліфікації) 3. 29.05.2026 по 10.06.2026 Сертифікат TRAIN-2026-026. Міжнародне стажування «Штучний менталітет у підприємницькому просторі» що проводилося з організоване проектом EIT HEI-TRAIN: «Трансформація вищих навчальних закладів для підприємництва та інновацій, керованих штучним інтелектом» проведене Академією громадської безпеки Університету Миколаса Ромеріса, Литва. 3 ECTS 4. 27.01.2025 - 14.02.2025 р. Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, тема «Практичний інтенсив з іноземної мови (англійська)»», 3 кредити. (Очна форма підвищення кваліфікації). 5. 03.06.2025р., Онлайн - платформа ВУМ-online, викладач: С. Квіт, директор Центру забезпечення якості освіти НУ «Києво-Могилянська академія», тема: «Академічна доброчесність в університеті», 0,1 кредити (3 год.). (Дистанційна форма підвищення кваліфікації). Сертифікат від 03.06.2025 № 126544 5. 24.10.2025р., Університет Короля Данила, 0,5 кредити (15

					тє, переробл. та доповн. – Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2025. – 370 с. 2. Маркетинг в креативних індустріях : навч. посібник. І. Буднікевич, І. Крупенна, Г.Ковбас, Н. Романюк / за ред. д.е.н., проф. І. М. Буднікевич. Частина 1. Серія «Маркетинг у сферах та галузях. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т, 2025. 208 с 3. Маркетинг для бакалаврів: практичний курс. Навчальний посібник для практичних занять / уклад. : І. Буднікевич, І. Бабух, О. Бурдяк, В. Вардеванян, Є. Венгер, І. Гавриш, В. Гончар, І. Зрибнєва, О. Кифяк, І. Крупенна, Г. Ковбас, Н. Романюк, Т. Юрій / за ред. д.е.н., проф. І. М. Буднікевич. Вид. 4-тt, переробл. та доповн. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2025. 316 с. 4. Маркетинг : збірник тестових завдань для підготовки й атестації здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» : навч. пос. / уклад.: Буднікевич І.М., Бурдяк О.М., Вардеванян В.А., Венгер Є.І., Гавриш І.І., Гордіца Т.М., Зрибнєва І.П., Кифяк О.В., Крупенна І.А., Нікульча В.А., Романюк Н.В. (за заг. ред. Буднікевич І.М.). Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. 428 с. 5. Маркетинг для бакалаврів: практичний курс / за редакцією д.е.н.,проф. уклад. І. Буднікевич, І. Бабух, О. Бурдяк, В. Вардеванян, Є. Венгер, І. Гавриш, І. Зрибнєва, О. Кифяк, І. Крупенна, Н. Романюк, І. Черданцева / за ред. д.е.н., проф. І.М. Буднікевич. Вид. 3-те, переробл. та доповн. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2023. 268 с. **П4** 1. Курс «Інновації та інноваційна економіка» в системі MOODLE https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=1948 2. Курс «Інновації та інноваційний маркетинг» в системі MOODLE https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=4228 3. Курс «Маркетинг інновацій та інновації в маркетингу» в системі MOODLE https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=5739 4. Курс «Маркетинг» в системі MOODLE https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=1971 5. Курс «Маркетинг індустрії гостинності» в системі MOODLE https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=3482 6. Курс «Маркетинг в туризмі » в системі MOODLE https://moodle.chnu.edu.ua/course/section.php?id=35831 7. Курс «Маркетинг для немаркетингових спеціальностей» в системі MOODLE URL: https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=6245 8. Курс «Практикум з маркетингу» в системі MOODLE URL: https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=6246 9. Курс «Маркетингу креативних індустрій» в системі MOODLE URL: https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=8310 10. Кифяк О.В., Гавриш І.І., Ковбас Г.І., Крупенна І.А. Маркетинг у галузях і сферах діяльності : метод. реком. до вивчення дисципліни. Чернівці: Чернівец. нац. ун. ім. Ю. Федьковича, 2024. 112 с. УДК: 658.8(072). URL: https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/10048 . 11. Кваліфікаційна (магістерська) робота другого (магістерського) рівня вищої освіти. Методичні вказівки. / Укл.: Буднікевич І.М., Бурдяк О.М., Крупенна І.А., Кифяк О.В. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т ім. Ю.Федьковича, 2023. 70 с. https://mmix.chnu.edu.ua/media/wutpvul4/magist_mar_metod_23.pdf 12. Методичні вказівки до виробничої практики з професійно-орієнтованих дисциплін для студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 – Маркетинг / укл.: Буднікевич І. М., Кифяк О.В., Крупенна І.А. Чернівці: ЧНУ, 2022. 30 с. 13. Маркетингові дослідження. Метод. реком. до вироб. практ. Ступінь вищої освіти: перший (бакалаврський). Галузь знань: 07 Управління та адміністрування. Спеціальність: 075 Маркетинг / Укладачі: І.М. Буднікевич, О.М. Бурдяк, І.А. Крупенна, І.І. Гавриш. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2023. 72 с. URL:	год.). (Очна форма підвищення кваліфікації). Сертифікат № KDU Q/0020/25 7. 12.01.2026 – 18.01.2026 рр., Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, тема «Інноваційні практики як інструмент розвиткупотенціалу учасників освітнього процесу», 2 кредити (60 год.). (Очна форма підвищення кваліфікації).

					https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/8867 14. Методичні рекомендації до написання міждисциплінарної курсової роботи першого (бакалаврського) рівня вищої освіти для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» / укл.: І.М. Буднікевич, І.А. Крупенна, Т.М. Гордіца. Чернівці: ЧНУ, 2023. 44 с. 15. Виробнича практика з професійно-орієнтованих дисциплін : метод. реком. / уклад.: І.М. Буднікевич, О.М. Бурдяк, І.А. Крупенна, К.С. Фень. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т Ю. Федьковича, 2023. 56 с. URL: https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/9304 **П11** 1. Наукове консультування Чернівецького Центру розвитку місцевого самоврядування з питань територіального маркетингу та брендингу, виставкового маркетингу з 2017 року по даний час. Співпраця продовжується. Довідка № 83/1 від 10 .09.2019 р. URL: https://drive.google.com/open?id=1vKqr5RD8BiHCTESNf4b0vAyuRPY3_aN8 2. Експерт та консультант в проведенні маркетингової експертизи пов'язаної з маркетингом та брендингом територій для ГО «Асоціація «Туристична Буковина», в організації локальних та регіональних івентів туристичної сфери Буковини. На безоплатній основі. Довідка № 10 від 3.02.2025 р. URL: https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1PYK6YcB7NFnkM1oetbO3O4orzmjT1lEL **П12** 1. Крупенна І.А., Баранюк Д.С. Інструменти територіального маркетингу в підвищенні привабливості туристичної дестинації Буковина. Форсайт розбудови України: ESG – орієнтири та вектори розвитку в економіці, менеджменті, маркетингу й публічному управлінні: матеріали IV міжнародної науково-практичної конференції (28 травня 2026 р.) / Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного. Запоріжжя, 2026. С.527-531. URL: https://drive.google.com/file/d/1ozCyZ8sp-dReQmJrEO30Y1fBh5nNZUft/view?usp=drivesdk 2. Буднікевич І.М., Крупенна І.А., Гончар В.І. Диференційовані моделі «нічної економіки» в умовах воєнних ризиків. Форсайт розбудови України: ESG – орієнтири та вектори розвитку в економіці, менеджменті, маркетингу й публічному управлінні: матеріали IV міжнародної науково-практичної конференції (28 травня 2026 р.) / Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного. Запоріжжя, 2026. С.65-68. URL: https://drive.google.com/file/d/1ozCyZ8sp-dReQmJrEO30Y1fBh5nNZUft/view?usp=drivesdk 3. Буднікевич І.М., Крупенна І.А. Комплексний маркетинг і сталий розвиток міста у досвіді Нью-Йорка. Стратегічне управління бізнесом на зламі епох: тенденції та виклики : зб. матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, КНУ імені Тараса Шевченка, 23 жовтня 2025 року). С. 112-114. https://econom.knu.ua/wp-content/uploads/2025/12/Conference-MBA-Dep-2025-1-1.pdf 4. Крупенна І.А., Кифяк О.В., Крупенний Я.С. Креативна стратегія сталого розвитку індустрії гостинності регіону. Форсайт розбудови України: стратегічні імпульси сталого розвитку в економіці, менеджменті, маркетингу та публічному управлінні: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (27 травня 2025 р.). Запоріжжя. 2025. С. 47-49. http://www.tsatu.edu.ua/ep/wp-content/uploads/sites/31/materialy-konferenciyi.pdf 5. Крупенна І.А. Маркетингова розвідка в маркетинговій інформаційній системі сучасних організацій. Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій : матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (02 травня 2025р). Луцьк: ЛНТУ, 2025. С.200-203. URL: https://docs.google.com/document/d/1BulLd3Kw3FVCEMH7MTA4IItGNl25JU0TCtwpIb9P-mM/edit?tab=t.0 6. Крупенна І.А., Баранюк Д.С. Напрями застосування маркетингових технологій та інструментів у програмах просування туристичних дестинацій у повоєнний час. Інновації, підприємництво та економіка сучасних трансформацій у дзеркалі теорії Шумпетера: матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (Чернівці, 1-2 жовтня 2025 р.). Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2025. С.30-33. URL:	

					https://ef.chnu.edu.ua/media/rqqfncxw/materialy_shumpeter-konf_2025.pdf 7. Крупенна І.А., Баранюк Д.С. Особливості маркетингової підтримки у франчайзинговій моделі розвитку туристичного бізнесу. Потенціал сталого розвитку в умовах регіональних та глобальних викликів / Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges: Матеріали Міжнародної науковопрактичної конференції, 29-31 травня 2024 року, Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія). – Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2024. – 132 с. URL: http://surl.li/lkdclv 8. Крупенна І.А., Крупенний Я.С., Семенович В. Напрямки використання маркетингових інструментів в програмах розвитку заміських закладів готельного бізнесу регіону. Потенціал сталого розвитку в умовах регіональних та глобальних викликів / Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges: Матеріали Міжнародної науковопрактичної конференції, 29-31 травня 2024 року, Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія). – Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2024. – 132 с. URL: http://surl.li/lkdclv 9. Крупенна І. А. Напрямки оновлення маркетингової діяльності ресторанів з урахуванням ринкових тенденцій. Інформаційні технології маркетингу і менеджменту в умовах трансформаційних змін: матеріали міжнар. наук.-практ. конференції (м.Хмельницький, 28-29 лютого 2024 р.). Хмельницький: Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, 2024. 10. Крупенна І. А. Напрямки імплементації маркетингових інновацій в практику вітчизняних закладів індустрії гостинності. Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій : матеріали всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (12 травня 2023 р). – Луцьк: ЛНТУ, 2023. С. 101-104 URL: https://docs.google.com/document/d/1gnyuMg5BCOh0ZUVWIdERW7Gqsw1K9qyHj1gTRpy7FJU/edit?tab=t.0 11. Буднікевич Ірина, Крупенна Інга, Баранюк Діана. Досвід Ізраїлю з розвитку інновацій та туризму в умовах воєнних дій. Розвиток України в умовах мілітарного впливу: соціально-правові, економічні та екологічні аспекти : Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 28 березня 2023 р.). У 2-х томах. Том 2. За заг. ред. Устименка В.А.; ред.-упоряд.: Градобоєва Є.С., Ілларіонов О.Ю., Санченко А.Є. Київ: ВАІТЕ, 2023. 296 с. С.211-217. URL: https://hozpravoreposit.kyiv.ua/bitstream/handle/765432198/214/DevelopmentOfUkraine_vol2.pdf?sequence=1&isAllowed=y 12. Крупенна І.А., Баранюк Д.С. Цифрові рішення маркетингу туристичних компаній у напрямку взаємодії зі споживачами. Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці. Матеріали VIII Міжнародної науково-методичної конференції. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2023. 176 с. С.104-107. https://emm.cv.ua/viii-mizhnarodna-naukovo-metodichna-konferentsiya-matematichni-metodi-modeli-ta-informatsijni-tehnologiyi-v-ekonomitsi/ 13. Крупенна І.А., Фортуна Д.І., Баранюк Д.С. Актуалізація технологій антикризового маркетингу в туристичній індустрії. Потенціал сталого розвитку в умовах регіональних та глобальних викликів. Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 11-13 травня 2022 року, Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія). Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. С.24-27. 14. Крупенна І.А., Бастраков Д.А., Баранюк Д.С. Практика застосування маркетингового підходу при трансформації систем просування туристичних дестинацій Туреччини. Маркетинг: виклики та рішення : матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 21 квітня 2021 року) / за ред. д.е.н., проф. І.Л. Литовченко. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2021. С.57-60. 155 с. 15. Крупенна І. А. Актуальні проблеми маркетингового менеджменту. Виклики сьогодення [Електронне видання] : Матеріали ІХ Міжнародної наук.-практ.конф. здобувачів та молодих вчених (Луцьк, 21 жовтня 2022 р.) / відп. ред.Войтович С.Я.. Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2022. 234 с.	

					П14 1. Диплом ІІ ступеня (науковий керівник к.е.н., Доц. І.А.Крупенна) студента Андрія Бакуна на Всеукраїнському конкурсі кваліфікаційних робіт зі спеціальності 075 «Маркетинг» за першим (бакалавр) та другим (магістр) рівнями вищої освіти **П19** 1. Член Чернівецької обласної громадської організації «Буковинська спілка маркетологів» 2. Член Української асоціації маркетингу. https://drive.google.com/open?id=1tK3aBQq-gjrg4Dm6-QiHZ5mS4wmUeS-X **П20** 1. З 11.09.2008 по 13.02.2017 зареєстрована як приватний підприємець за видом діяльності організація та робота туристичних агенцій. 2. З 2018 року по даний час робота по сумісництву на посаді головного менеджера туристичної компанії «Барви світу» ФОП А.А.Бастраков	
Чаплінський Юрій Богданович	Доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича	Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 2002 р., спеціальність – «Фінанси», кваліфікація – «Економіст». Диплом РВ №21251129 від 30.06.2002р.	Кандидат економічних наук зі спеціальності 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Тема дисертації: «Управління маркетинговою діяльністю туристичних підприємств». Диплом ДК № 057718 від 10.02.2010 р. Доцент. Атестат 12ДЦ № 029311 від 23.12.2011 р.	24 роки	**П1** 1. Чаплінський Ю. Б., Бозуленко О. Я. Вплив криз на маркетингове ціноутворення та поведінку споживачів. *Часопис економічних реформ*. 2026. № 1(61). С. 133–141. URL: https://nti.khai.edu/ojs/index.php/cher/article/view/cher.2026.1.15 2. Бозуленко О. Я., Чаплінський Ю. Б. Корпоративна соціальна відповідальність у ритейлі в умовах сучасних викликів. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. Чернівці: ЧТЕІ ДТЕУ, 2025. Вип. ІІІ (99). Економічні науки. С. 122–135. URL: https://herald.chite.edu.ua/content/download/archive/2025/v3/7.pdf 3. Чаплінський Ю. Б., Бозуленко О. Я. Принципи ESG та цілі сталого розвитку: маркетинговий аспект. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. Чернівці: ЧТЕІ ДТЕУ, 2025. Вип. ІІ (98). Економічні науки. С. 142–161. URL: https://herald.chite.edu.ua/content/download/archive/2025/v2/9.pdf 4. Чаплінський Ю. Б. Маркетингове ціноутворення в ESG-орієнтованих програмах лояльності. *Науковий вісник Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. Серія Економіка*. 2025. № 2. С. 137–142. URL: https://journals.chnu.chernivtsi.ua/index.php/econom/article/view/302 5. Бозуленко О. Я., Чаплінський Ю. Б. Роль торгівлі у досягненні цілей сталого розвитку в умовах війни та відновлення післявоєнної економіки. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. Чернівці: ЧТЕІ ДТЕУ, 2024. Вип. IV (96). Економічні науки. С. 36–50. URL: http://herald.chite.edu.ua/content/download/archive/2024/v4/3.pdf 6. Романовська О. Л., Чаплінський Ю. Б., Багрій К. Л. Імплементація іноземного досвіду впровадження дуальної освіти та її інтеграція в Україні. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. Чернівці: ЧТЕІ ДТЕУ, 2024. Вип. ІІІ (95). Економічні науки. С. 149–164. URL: http://herald.chite.edu.ua/content/download/archive/2024/v3/10.pdf 7. Чаплінський Ю. Б., Бозуленко О. Я. Стратегічні інструменти маркетингових комунікацій підприємств ресторанного бізнесу. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. Чернівці: ЧТЕІ ДТЕУ, 2024. Вип. ІІ (94). Економічні науки. С. 168–180. URL: http://herald.chite.edu.ua/content/download/archive/2024/v2/11.pdf 8. Чаплінський Ю. Б., Свекла Д. Стратегічне управління діяльністю громадської організації: основні елементи та механізми. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. Чернівці: ЧТЕІ ДТЕУ, 2023. Вип. IV (92). Економічні науки. С. 176–189. URL: http://herald.chite.edu.ua/content/download/archive/2023/v4/12.pdf 9. Бозуленко О. Я., Чаплінський Ю. Б. Взаємозв'язок логістики та лояльності споживачів в умовах воєнного стану. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. Чернівці: ЧТЕІ ДТЕУ, 2023. Вип. ІІІ (91). Економічні науки. С. 128–147. URL: https://herald.chite.edu.ua/content/download/archive/2023/v3/9.pdf 10. Vdovichen Anatolii, Vdovichena Olha, Losheniuk Iryna, Chaplinskyi Yurii, Losheniuk Oksana.	1. 23.06.2026 р. Харківський ІТ-кластер, тема «Цифрова трансформація професійної діяльності», 3 кредити (90 год.). (Дистанційна форма підвищення кваліфікації). Сертифікат №ІТК-26/1936 2. 16.04.2026 р. – 19.06.2026 р. Таврійський державний агротехнічний університет імені Дмитра Моторного, тема «Supporting Adaptive and Flexible Education for War-Affected Students in Ukraine», 6 кредитів (180 год.). (Дистанційна форма підвищення кваліфікації). Сертифікат №00493698/СВ-23-26 3. 23.03.2026 р. – 23.04.2026 р. Genesis, Product IT Foundation for Education, тема «Кар'єрні навички», 2 кредити (60 год.). (Дистанційна форма підвищення кваліфікації). Сертифікат №112/2303-2026 4. 10.02.2026 р. – 31.03.2026 р. Київський національний університет

					EU international trade impact on regional retail markets of neighbouring countries. *International Journal of Economics and Business Research*, 2023. Vol. 26. No. 4. pp. 451–462 (Scopus). URL: https://www.scopus.com/pages/publications/85177770437?origin=resultslist 11. Бозуленко О. Я., Чаплінський Ю. Б. Застосування маркетингової логістики у ритейлі. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. Чернівці: ЧТЕІ ДТЕУ, 2023. Вип. I (89). Економічні науки. С. 117–129. URL: http://herald.chite.edu.ua/content/download/archive/2023/v1/9.pdf 12. Чаплінський Ю. Б., Бозуленко О. Я. Інструменти PR у реалізації програми лояльності до бренду підприємства. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. Чернівці, 2022. Вип. IV (88). С. 55–65. URL: https://herald.chite.edu.ua/content/download/archive/2022/v4/5.pdf 13. Бозуленко О. Я., Чаплінський Ю. Б. Інноваційні концепції розвитку роздрібного ритейлу. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2022. Вип. II (86). С. 79–95. **URL:** https://herald.chite.edu.ua/content/download/archive/2022/v2/6.pdf 14. Чаплінський Ю. Б., Бозуленко О. Я. Рекламна підтримка імплементації програми лояльності. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. Чернівці, 2021. Вип. III (83). С. 68–79. URL: https://herald.chite.edu.ua/content/download/archive/2021/v3/5.pdf 15. Чаплінський Ю. Б. Підходи до оцінки ефективності програми лояльності. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. Вип. II (82). С. 54–65. URL: https://herald.chite.edu.ua/content/download/archive/2021/doi2/2_4.pdf **П3** 1. Вдовічена О. Г., Королюк Ю. Г., Чаплінський Ю. Б., Бозуленко О. Я., Урсакій Ю. А., Верстяк О. М. Управління лояльністю споживачів: навчальний посібник / за ред. д.е.н., проф. Вдовічена А. А. Чернівці: Технодрук, 2025. 430 с. (розділ 7. Комунікації у програмах лояльності; розділ 8. Фінансова концепція та ціноутворення в програмах лояльності) URL: http://rps.chtei-knteu.cv.ua:8585/jspui/bitstream/123456789/3212/3/Consumer%20Loyalty%20Management_manual.pdf 2. Формування системи лояльності споживачів підприємствами сфери обслуговування: колективна монографія / за ред. А. А. Вдовічена. Чернівці : Технодрук, 2025. 300 с. (розділ 3.1. Групування витрат та оцінка ефективності програми лояльності споживачів до туристичного підприємства; розділ 4.2. Реклама та PR-підтримка реалізації програми лояльності) **URL:** http://rps.chtei-knteu.cv.ua:8585/jspui/handle/123456789/2986 3. Організаційно-управлінські основи розвитку територіальних громад в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення: колективна монографія / колектив авторів за загальною редакцією д.е.н., проф. Вдовічена А. А. Чернівці : Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ, 2025. 276 с. (розділ 4.2. Маркетингове забезпечення розвитку територіальних громад) URL**:** http://rps.chtei-knteu.cv.ua:8585/jspui/handle/123456789/3081 4. Формування та управління брендинговими технологіями підприємств регіону в умовах євроінтеграції: монографія / колектив авторів за загальною редакцією д.е.н., проф. Вдовічена А. А. Чернівці : Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ, 2023**.** 108 с. URL: http://rps.chtei-knteu.cv.ua:8585/jspui/handle/123456789/1783 **П4** 1. Курс «Маркетингове ціноутворення» в системі MOODLE https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=3273 2. Курс «Історія маркетингу та маркетингова культура» в системі MOODLE https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=3547 3. Курс «Performance-маркетинг та маркетингова аналітика» в системі MOODLE https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=8919 4. Програма атестаційного екзамену професійної підготовки першого (бакалаврського) рівня	технологій та дизайну, тема «SEAL-NR: Skills Enrichment for Adaptive Leadership in the New Reality», 6 кредитів (180 год.). (Дистанційна форма підвищення кваліфікації). Сертифікат № As-26-404 5. 19.02.2026 р. ГО «Прогресильні», тема «Академічна доброчесність», 0,2 кредита (6 год.). (Дистанційна форма підвищення кваліфікації). Сертифікат №1677 6. 11.11.2025 р. – 21.11.2025 р. Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», кафедра менеджменту і логістики, тема: «Creation of personal Digital Competence Wheel» and «Evaluation of competencies for sustainable employability. Curriculum Vitae Europass», 1,5 кредити (45 год.). (Дистанційна форма підвищення кваліфікації). Протокол Вченої ради економічного факультету № 7 від 21.01.2026 р. 7. 29.10.2025 р. – 21.11.2025 р. ТОВ «Академія цифрового розвитку», тема «Академія ШІ для освітян від Google», 1 кредит (30 год.). (Дистанційна форма підвищення кваліфікації). Сертифікат №AIAFEC2-9431 від 2.12.2025 р. Протокол Вченої ради економічного факультету № 7 від 21.01.2026 р.

					вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» / уклад. : І. М. Буднікевич, І. А. Крупенна, О. М. Бурдяк, Ю. Б. Чаплінський, Н. В. Романюк, К. С. Фень ; Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. Чернівці, 2026. URL: https://media.chnu.edu.ua/media/kdkpogyv/prohrama_2026.pdf 5. Робоча програма дисципліни «Історія маркетингу та маркетингова культура» для студентів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеня «бакалавр» усіх форм навчання / уклад. : І. М. Буднікевич, Ю. Б. Чаплінський ; Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. Чернівці : ЧНУ, 2025. URL: https://drive.google.com/drive/folders/10rs1Tw-fohVZL3F6-2dh-CeH3yKKNKrg 6. Робоча програма дисципліни «Performance-маркетинг та аналітика в маркетингу» для студентів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеня «бакалавр» усіх форм навчання / уклад. Ю. Б. Чаплінський ; Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. Чернівці : ЧНУ, 2025. URL: https://drive.google.com/drive/folders/10rs1Tw-fohVZL3F6-2dh-CeH3yKKNKrg 7. Робоча програма дисципліни «Маркетингове ціноутворення» для студентів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеня «бакалавр» усіх форм навчання / уклад. Ю. Б. Чаплінський ; Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. Чернівці : ЧНУ, 2025. URL: https://drive.google.com/drive/folders/10rs1Tw-fohVZL3F6-2dh-CeH3yKKNKrg 8. Програма навчальної практики для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» / уклад. : І. Р. Лошенюк, О. Г. Вдовічена, О. Я. Бозуленко, Ю. Б. Чаплінський, О. В. Зеленюк, В. Березовська ; Чернівец. торг.-екон. ін-т Держ. торг.-екон. ун-ту. Чернівці : ЧТЕІ ДТЕУ, 2023. URL: https://chite.edu.ua/ua/content/download/kmt/progr_praktik/n_pr_m_b.pdf 9. Програма практичної підготовки (виробничої практики) для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» / уклад. : І. Р. Лошенюк, О. Г. Вдовічена, Ю. Б. Чаплінський, О. Я. Бозуленко ; Чернівец. торг.-екон. ін-т Держ. торг.-екон. ун-ту. Чернівці : ЧТЕІ ДТЕУ, 2023. URL: https://chite.edu.ua/ua/content/download/kmt/progr_praktik/pr_m_m.pdf **П9** 1. Участь в акредитаційній експертизі ОП «Маркетинг» ОС «Доктор філософії» у Львівському національному університеті імені Івана Франка 02-04 лютого 2026 р. URL: https://public.naqa.gov.ua/v2/accreditation-folder/15344 2. Участь в акредитаційній експертизі ОП «Маркетинг» ОС «Магістр» в Університеті митної справи та фінансів 23-25 жовтня 2024 р. URL: https://public.naqa.gov.ua/v2/accreditation-folder/12088 3. Участь в акредитаційній експертизі ОП «Маркетинг» ОС «Магістр» у Кременчуцькому національному університеті імені М. Остроградського (24-26 жовтня 2023 р.) URL: https://public.naqa.gov.ua/v1/accreditation-folder/9452 4. Участь в акредитаційній експертизі ОП «Маркетинг» ОС «Магістр» у Карпатському національному університеті ім. В.Стефаника (26-28 вересня 2022 р.) URL: https://public.naqa.gov.ua/v1/accreditation-folder/6341 **П12** 1. Чаплінський Ю. Б. Моделі гнучкого маркетингового ціноутворення в умовах переходу до ESG-стандартів. Форсайт розбудови України: ESG – орієнтири та вектори розвитку в економіці, менеджменті, маркетингу й публічному управлінні : матеріали IV міжнар. наук.-практ. конф., 28 трав. 2026 р. / Таврійський держ. агротехнол. ун-т ім. Д. Моторного. Запоріжжя, 2026. С. 148–151. URL: https://drive.google.com/file/d/1ozCyZ8sp-dReQmJrEO30Y1fBh5nNZUft/view 2. Чаплінський Ю. Б., Чаплінська К. Ю. Порівняльний аналіз витратного та ціннісного (маркетингового) підходів до ціноутворення. Актуальні проблеми та перспективи розвитку	8. 22.07.2025 р. – 19.08.2025 р. Genesis, тема «Educators Track: серії лекцій з цифрової майстерності від Genesis», 0,4 кредити (12 год.). (Дистанційна форма підвищення кваліфікації). Протокол Вченої ради економічного факультету № 7 від 21.01.2026 р. 9. 03.02.2025 р. – 14.02.2025 р. Genesis, Product IT Foundation for Education, тема: «Маркетинг IT-продуктів», 2 кредити (60 год.). (Дистанційна форма підвищення кваліфікації). Сертифікат №079/0302-2025. Протокол Вченої ради економічного факультету № 7 від 21.01.2026 р. 10. 20.03.2024 р. – 20.06.2024 р. Науково-методичний центр вищої та фахової передвищої освіти, тема «Впровадження дуальної форми здобуття освіти у закладах вищої та фахової передвищої освіти», 2 кредити (60 год.). (Дистанційна форма підвищення кваліфікації). Сертифікат СС 3828994/3143-24. Протокол Вченої ради економічного факультету № 7 від 21.01.2026 р. 11. 22.01.2024 р. – 04.03.2024 р. Університет менеджменту безпеки у м. Кошице (Словаччина, University of Security Management in Kosice), тема: «International Experience of Effective

					обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством : матеріали IX Всеукр. наук.-практ. конф., 26 берез. 2026 р. Полтава, 2026. С. 1537–1540. URL: https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/2908/zbirnykberezenfesenko1009compressedcompressed-876-1770.pdf 3. Чаплінський Ю. Б., Чаплінська К. Ю. Переваги та недоліки Data-Driven підходу у маркетинговій аналітиці. Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф., 15–17 квіт. 2026 р. : у 2 т. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2026. Т. 2. С. 358–359. URL: https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/39622 4. Чаплінський Ю. Б., Чаплінська К. Ю. Вплив поведінкових факторів на маркетингове ціноутворення в умовах цифровізації. Фінансові інструменти сталого розвитку економіки : матеріали 8-ї міжнар. наук.-практ. конф., 16 квіт. 2026 р. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2026. С. 491–493. URL: https://dspace.chnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/20ba33a3-ecf9-4230-a2e5-5ee2566475ba/content 5. Чаплінський Ю. Б., Чаплінська К. Ю. Маркетингове ціноутворення в умовах сталого розвитку. Сталі бізнес-моделі як драйвер трансформації інституційного середовища розвитку підприємництва : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 27 лют. 2026 р. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2026. С. 404–406. URL: https://media.chnu.edu.ua/media/bwrhkiw3/materialy-konferentsii-270226-chnu-verstka-archer.pdf 6. Чаплінський Ю. Б., Чаплінська К. Ю. Інтеграція цілей сталого розвитку у підготовку кваліфікованих фахівців з маркетингу. Підготовка конкурентоспроможних фахівців: виклики та перспективи сучасності : зб. праць I Міжнар. наук.-практ. конф., 25 лют. 2026 р. Київ : ДЗВО «Університет менеджменту освіти» НАПН України, 2026. С. 378–380. 7. Чаплінський Ю. Б., Гудзь В. Роль маркетингової стратегії у формуванні конкурентоспроможності підприємства. Інновації в обліково-фінансовій сфері та інженерії різних галузей економіки : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 3–4 груд. 2025 р. Запоріжжя : ЗНУ, 2025. С. 225–227. URL: https://www.znu.edu.ua/ii_znu/nauka/2026/1/zb__rnik_konferents__yi.pdf 8. Чаплінський Ю. Б., Чаплінська К. Ю. Використання мотиваційних інструментів у маркетинговому ціноутворенні. Сучасний стан та тенденції розвитку професійної системи менеджменту: виклики для України і світу : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 14 листоп. 2025 р. Львів – Торунь : Liha-Pres, 2025. С. 64–66. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/51222/1/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA.pdf 9. Чаплінський Ю. Б., Чаплінська К. Ю. Напрями інтеграції ціноутворення у комплекс маркетингу підприємства. Наукове забезпечення розвитку національної економіки: досягнення теорії та проблеми практики : матеріали XII Всеукр. наук.-практ. конф., 12 листоп. 2025 р. Полтава : ПДАУ, 2025. С. 342–344. URL: https://dspace.pdau.edu.ua/server/api/core/bitstreams/cb46bcdf-3408-45ac-b08e-27b1b48216fd/content 10. Чаплінський Ю. Б., Чаплінська К. Ю. Переваги і недоліки performance-маркетингу в умовах цифрової трансформації. Інформаційні технології, економіка та право: стан і перспективи розвитку (ІТЕП-2025) : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 9–10 жовт. 2025 р. Чернівці : ПВНЗ «Буковинський університет», 2025. С. 285–287. URL: https://bukuniver.edu.ua/wp-content/themes/bukuniver/docs/tezy_itep_2025_.pdf 11. Чаплінський Ю. Б., Чаплінська К. Ю. Принципи етичної поведінки та прозорості у маркетинговому ціноутворенні. Стратегічне управління бізнесом на зламі епох: тенденції та виклики : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 23 жовт. 2025 р. Київ : Вид-во Ліра-К, 2025. С. 152–154. URL: https://econom.knu.ua/wp-content/uploads/2025/12/Conference-MBA-Dep-2025-1-1.pdf 12. Чаплінський Ю. Б., Чаплінська К. Ю. Інноваційні інструменти маркетингового ціноутворення. Інновації, підприємництво та економіка сучасних трансформацій у дзеркалі	Management in Modern Business Processes», 6 кредитів ECTS (180 год.). Сертифікат №SK/USM/271-2024 12. 11.03.2023 р. Платформа масових відкритих онлайн-курсів Prometheus, тема «Академічна доброчесність: онлайн-курс для викладачів», (Дистанційна форма підвищення кваліфікації). Сертифікат від 11.03.2023 р., 2 кредити ECTS (60 год.). Протокол Вченої ради економічного факультету № 7 від 21.01.2026 р.

					теорії Шумпетера : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф., 1–2 жовт. 2025 р. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2025. С. 209–211. URL: https://ef.chnu.edu.ua/media/rqqfncxw/materialy_shumpeter-konf_2025.pdf 13. Чаплінський Ю. Б. Реалізація принципів ESG-підходу у програмах лояльності. Модернізація управління соціально-економічним розвитком регіону в умовах євроінтеграції : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 15–16 трав. 2025 р. Чернівці : Технодрук, 2025. С. 246–249. URL: http://chite.edu.ua/ua/content/download/subsection/nayka/konf_15_05_2025.pdf 14. Чаплінський Ю. Б. Логістика та управління ланцюгами постачання на принципах ESG. Сучасні теорія і практика менеджменту та бізнес-адміністрування : зб. тез доп. IX Всеукр. наук.-практ. конф., 30 квіт. 2025 р. Черкаси : ЧДТУ, 2025. С. 175–178. URL: https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/5680/1/01-06-25 15. Чаплінський Ю. Б. Маркетингові інструменти формування іміджу футбольного клубу. Економіко-соціальні відносини в галузі фізичної культури та сфери обслуговування : матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф., 24–25 квіт. 2025 р. Львів, 2025. С. 140–142. URL: https://repository.ldufk.edu.ua/server/api/core/bitstreams/769e8999-7274-460a-9cde-367c54de1558/content 16. Чаплінський Ю. Б., Чаплінська К. Ю. Основні KPI показники оцінки впровадження ESG принципів в логістиці. Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу : матеріали III міжнар. наук.-практ. конф., 23–24 квіт. 2025 р. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2025. С. 178–181. URL: https://ekmair.ukma.edu.ua/items/fb6640cf-ffab-46bb-9356-6076ac536096 17. Чаплінський Ю. Б., Чаплінська К. Ю. Основні етапи та проблеми управління репутацією підприємства на міжнародному ринку. Сучасні перетворення міжнародного бізнесу : матеріали VIII Всеукр. наук.-практ. конф., 22 квіт. 2025 р. Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2025. С. 154–157. 18. Чаплінський Ю. Б., Чаплінська К. Ю. Зелені програми лояльності: принципи застосування, формати, переваги і недоліки. Актуальні проблеми сучасної науки: теоретичні та практичні дослідження молодих вчених : матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф., 14–15 квіт. 2025 р. Полтава, 2025. С. 426–428. URL: https://drive.google.com/file/d/1oQccKxkw0OD-P6trC1950X1eQdUSmHag/view 19. Чаплінський Ю. Б., Чаплінська К. Ю. Практичні аспекти управління репутацією підприємства. Інноваційний потенціал сучасної освіти і науки : зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 11 квіт. 2025 р. Кам'янець-Подільський, 2025. С. 221–224. URL: http://188.190.43.194:7980/jspui/bitstream/123456789/14110/1/%d0%97%d0%91%d0%86%d0%a0%d0%9d%d0%98%d0%9a%20%d0%bc%d0%b0%d1%82%d0%b5%d1%80%d1%96%d0%b0%d0%bb%d1%96%d0%b2%20II%20%d0%bc%d1%96%d0%b6%d0%bd%d0%b0%d1%80%d0%be%d0%b4%d0%bd%d0%be%d1%97%20%d0%ba%d0%be%d0%bd%d1%84%d0%b5%d1%80%d0%b5%d0%bd%d1%86%d1%96%d1%97%20%281%29.pdf 20. Чаплінський Ю. Б. Брендинг територій як основний інструмент розвитку регіонів. Бренд-менеджмент: маркетингові технології : матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф., 12 берез. 2025 р. Київ, 2025. С. 575–577. URL: https://ur.knute.edu.ua/server/api/core/bitstreams/f04f45b2-705f-4259-882c-905611063ee2/content 21. Чаплінський Ю. Б. Застосування елементів комплексу маркетингу для розвитку територіальних громад. Маркетингові технології в умовах євроінтеграційних процесів : тези доп. XIX Міжнар. наук.-практ. конф., 19–20 груд. 2024 р. Хмельницький : ХНУ, 2024. С. 240–243. URL: https://lib.khmnu.edu.ua/konfer_HNU/2024/marketyngovi_teh.pdf 22. Чаплінський Ю. Б., Чаплінська К. Ю. Перспективи впровадження дуальної освіти в Україні. Дуальна освіта як одна із форм поліпшення якості підготовки фахівців. Дуальна освіта під час війни : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 27 листоп. 2024 р. Полтава : Наук.-метод. центр ВФПО, 2024. С. 122–124. URL: http://rps.chtei-knteu.cv.ua:8585/jspui/handle/123456789/2834 23. Чаплінський Ю. Б., Чаплінська К. Ю. Фінансове забезпечення маркетингової діяльності. Наукове забезпечення розвитку національної економіки: досягнення теорії та проблеми	

					практики : матеріали XI Всеукр. наук.-практ. конф., 21 листоп. 2024 р. Полтава, 2024. С. 410–412. URL: https://dspace.pdau.edu.ua/server/api/core/bitstreams/15073c69-552b-4e2b-9c5c-464a708dbbb7/content 24. Чаплінський Ю. Ю., Чаплінська К. Ю. Цілі та інструменти маркетингового менеджменту в сучасних умовах. Перспективи розвитку управлінських систем у соціальній та економічній сферах України: теорія і практика : матеріали VIII всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., 13 листоп. 2024 р. Київ, 2024. С. 217–225. URL: https://feu.kubg.edu.ua/images/FEU/Nauk_d/131124_.pdf 25. Чаплінський Ю. Б. Цифровий маркетинг як інструмент маркетингових комунікацій підприємства. Фінансово-економічні, соціальні та правові аспекти розвитку регіонів: загрози та виклики : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 24 трав. 2024 р. Чернівці : Технодрук, 2024. С. 275–278. URL: http://chite.edu.ua/ua/content/download/subsection/nayka/konf_24_05_2024.pdf 26. Чаплінський Ю. Б. Інновації в маркетинговій товарній політиці підприємства. Інноваційний потенціал сучасної освіти та науки : матеріали I Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 25 квіт. 2024 р. Кам'янець-Подільський, 2024. С. 42–45. URL: http://188.190.43.194:7980/jspui/bitstream/123456789/13273/1/%d0%97%d0%91%d0%86%d0%a0%d0%9d%d0%98%d0%9a%20%d0%bc%d0%b0%d1%82%d0%b5%d1%80%d1%96%d0%b0%d0%bb%d1%96%d0%b2%20%d0%ba%d0%be%d0%bd%d1%84.pdf 27. Чаплінський Ю. Б. Роль маркетингових досліджень у діяльності підприємства в сучасних умовах. Незалежна Україна: вектори політичного та соціально-економічного розвитку : матеріали VIII міжвуз. наук.-практ. конф., 09 квіт. 2024 р. Одеса : ОТЕФК, 2024. С. 71–72. URL: https://drive.google.com/file/d/1M0qFD4mWSKz04Mgp-qE3pIHNNBQqNBfo/view 28. Чаплінський Ю. Б. Стратегічні інструменти управління маркетингом підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством : матеріали VII Всеукр. наук.-практ. конф., 28–29 берез. 2024 р. Полтава : ПДАУ, 2024. С. 1192–1194. URL: https://drive.google.com/file/d/1KWF50uoHCog9UL86ny0QrEAcZkMuKz2G/view 29. Чаплінський Ю. Б. Управління процесами автоматизації маркетингу в готельному бізнесі. Управління розвитком соціально-економічних систем : матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф., 21–22 берез. 2024 р. Харків : ДБТУ, 2024. Ч. 2. С. 570–572. URL: https://repo.btu.kharkiv.ua/server/api/core/bitstreams/5c6386b9-924b-4276-a6c7-9f7771709013/content 30. Чаплінський Ю. Б. Комунікаційні інструменти формування бренду підприємства готельного бізнесу. Бренд-менеджмент: маркетингові технології : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф., 14 берез. 2024 р. Київ : ДТЕУ, 2024. С. 422–424. URL: https://ur.knute.edu.ua/server/api/core/bitstreams/39eb0544-0d91-4aea-8fd7-4acecd7112d8/content 31. Чаплінський Ю. Б. Маркетингові комунікації підприємств в умовах воєнного стану. Трансформація готельно-ресторанного бізнесу регіону в умовах євроінтеграції : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 11 трав. 2023 р. Чернівці : Технодрук, 2023. С. 100–104. URL: http://chtei-knteu.cv.ua/ua/content/download/subsection/nayka/konf_11_05_2023.pdf 32. Чаплінський Ю. Б. Програми лояльності споживачів до бренду підприємства. Бренд-менеджмент: маркетингові технології : тези доп. V Міжнар. наук.-практ. конф., 14 берез. 2023 р. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. С. 308–311. URL: https://ur.knute.edu.ua/server/api/core/bitstreams/5d16e7da-4896-4ef8-bbb2-e3c50d0d4f14/content 33. Чаплінський Ю. Б. PR-підтримка програми лояльності. Стратегічні засади розвитку підприємств у сучасних ринкових умовах : матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., 12 груд. 2022 р. Херсон : ФОП Вишемирський В. С., 2022. С. 104–107. URL: https://kntu.net.ua/ukr/content/download/102999/586042 34. Чаплінський Ю. Б. Маркетингові складові розробки та реалізації цінової стратегії програм лояльності. Актуальні питання сучасної економіки : матеріали XIV Всеукр. наук. конф. за міжнар. участю, 15 листоп. 2022 р. Умань : УНУС, 2022. С. 217–219. URL: http://rps.chtei-knteu.cv.ua:8585/jspui/bitstream/123456789/2375/3/Chaplinskyi_Uman_22.pdf	

					35. Чаплінський Ю. Б. Інноваційні інструменти аналізу маркетингової інформації. Сучасне управління організаціями: концепції, цифрові трансформації, моделі інноваційного розвитку : зб. тез доп. II Міжнар. наук.-практ. конф., 25 листоп. 2022 р. Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2022. С. 245–248. URL: https://ekhnuir.karazin.ua/server/api/core/bitstreams/ec414707-7cea-46e1-a606-a06ee4d1d2e9/content 36. Чаплінський Ю. Б. Етапи впровадження маркетингу у діяльність туристичного підприємства. Шістдесят п'яті економіко-правові дискусії : матеріали міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 24–25 трав. 2022 р. Львів, 2022. URL: https://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-3961/ 37. Чаплінський Ю. Б. Цінові стратегії програм лояльності підприємств сфери гостинності. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект : матеріали Міжнар. наук.-практ. онлайн-конф., 5 трав. 2022 р. Чернівці : Технодрук, 2022. С. 139–144. URL: https://chite.edu.ua/ua/content/download/subsection/nayka/konf_05_05_2022.pdf 38. Чаплінський Ю. Б. Підходи до формування бюджету програм лояльності. Матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф., 25 лют. 2022 р. : зб. наук. пр. Вінниця : ВНТУ, 2022. URL: https://d.conf.vntu.edu.ua/index.php/fiip/fiip2022/paper/viewFile/14387/12162 **П14** Керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком «Маркетолог» у Чернівецькому торговельно-економічному інституті ДТЕУ (2020-2025 р.р.) https://chite.edu.ua/kmt_gurt_marketolog/ **П19** 1. Член ГО «Українська асоціація маркетингу» 2. Член ГО «Українська асоціація з розвитку менеджменту та бізнес-освіти» 3. Член ГО «Буковинська спілка маркетологів»	
Баранюк Діана Сергіївна	Ассистент кафедри Випускник ОП «Маркетинг» Діючий підприємець	Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 2020 рік, Спеціальність «Маркетинг» Диплом магістра М20 147688 від 31.12.202о	Диплом доктора філософії Н25 №002569 075 Маркетинг Тема дисертації: «Маркетингові технології та інструменти підвищення привабливості туристичних дестинацій»		**П 1** 1. Davydenko I., Khramtsova Y., Krupenna I., Baraniuk D., Naumik-Gladka K. Strategic Management of the Hotel, Restaurant and Tourism Business: The Impact of Innovative and Marketing Strategies on Competitiveness. Pacific Business Review International (PBRI). Vol. 17, issue 6. 2024, p. 77-89. 2. Баранюк Д. С., Кифяк О. В. Маркетинговий аналіз привабливості туристичної дестинації: методологічні аспекти. Часопис економічних реформ. 2025. № 4(60). С. 135–144. https://doi.org/10.32620/cher.2025.4.15 3. Крупенна І., Баранюк Д., Крупенний Я. Поведінковий маркетинг у проєктуванні туристичного досвіду. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2025 . Вип. 77 (Том 26, №4) https://doi.org/10.24025/2306-4420.77(4).2025.346183 4. Баранюк Д., Коломицева О. Методики маркетингової оцінки туристичних дестинацій. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2022. Вип. 66. С. 57–62. DOI 10.24025/2306-4420.66.2022.268542 5. Буднікевич І.М., Крупенна І.А., Баранюк Д.С. Досвід Ізраїлю з розвитку інновацій та туризму в умовах воєнних дій. Економіка та право. 2023. №4 (71). С.68-78. https://doi.org/10.15407/econlaw.2023.04.068 6. Баранюк Д. С. Концепція SMART у маркетингу туристичних дестинацій: суть, механізми та інструменти. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2025. Вип. 74. С.92-100. DOI:10.24025/2306-4420.1(74).2025.326305 **П4** 1. Навчальний курс на платформі Moodle «Мода і стиль» https://moodle.chnu.edu.ua/enrol/index.php?id=6248 2. Навчальний курс на платформі Moodle «Вступ у спеціальність»	Захист дисертації 2025 р. Підвищення кваліфікації «Брендинг у дії: реклама, маркетинг, комунікації» (0,5 кредита ЄКТС) Гіперпосилання https://drive.google.com/drive/mobile/folders/1XhQJGBd02ffVimsGUS1oa2iM3QyR-3sI?pli=1

					https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=1531 3. Навчальний курс на платформі Moodle «Фешен-маркетинг» 4. Навчальний курс на платформі Moodle «Спітчрайтинг та риторика» https://moodle.chnu.edu.ua/enrol/index.php?id=8201 **П5** Захистила дисертацію у Черкаському державному технологічному університеті за ОНП Маркетинг,тему «Маркетингові технології та інструменти підвищення привабливості туристичних дестинацій.(2025 р) **П12** 1. Крупенна І.А., Баранюк Д.С. Інструменти територіального маркетингу в підвищенні привабливості туристичної дестинації Буковина. Форсайт розбудови України: ESG – орієнтири та вектори розвитку в економіці, менеджменті, маркетингу й публічному управлінні: матеріали IV міжнародної науково-практичної конференції (28 травня 2026 р.) / Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного. Запоріжжя, 2026. С.527-531. URL: https://drive.google.com/file/d/1ozCyZ8sp-dReQmJrEO30Y1fBh5nNZUft/view?usp=drivesdk 2. Крупенна І. А., Фортуна Д. І., Баранюк Д. С. Актуалізація технологій антикризового маркетингу в туристичній індустрії. Потенціал сталого розвитку в умовах регіональних та глобальних викликів = Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Чернівці (Україна) – м. Сучава (Румунія), 11–13 трав. 2022 р. Чернівці: Чернів. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. С. 78–80. 3. Ахтоян А. Н., Баранюк Д. С., Шевченко В. О. Напрямки застосування маркетингових інструментів в розвитку територій за концепціями «центр торгівлі та шопінгу» та «туристичне місто». Ефективне управління економікою: інформаційні технології, маркетинг, бізнес: матеріали VI міжнар. наук.-практ. конф., м. Черкаси, 27 квіт. 2022 р. / Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси: ЧДТУ, 2022. С. 8–13. 4. Буднікевич І.М., Крупенна І.А., Баранюк Д. Досвід Ізраїлю з розвитку інновацій та туризму в умовах військових дій. Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 28 березня 2023 р.). У 2-х томах. Том 2. Київ: BAITE, 2023. С. 211-217. 5. Крупенна І. А., Баранюк Д. С. Цифрові рішення маркетингу туристичних компаній у напрямку взаємодії зі споживачами. Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці: матеріали VIII Міжнар. наук.-метод. конф. Чернівці: Чернів. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2023. С. 104–107. 6. Баранюк Д., Кохан М. Актуальні чинники впливу на поведінку відвідувачів туристичних дестинацій. Innovative technologies of marketing and management in conditions of transformational changes: theses of the report of the II Int. sci. and pract. conf., Feb. 28–29, 2024 / ScientificWorld-NetAkhatAV. Khmelnytskyi. P. 22–25. 7. Крупенна І. А., Баранюк Д. С. Особливості маркетингової підтримки у франчайзинговій моделі розвитку туристичного бізнесу. Потенціал сталого розвитку в умовах регіональних та глобальних викликів = Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Чернівці (Україна) – м. Сучава (Румунія), 29–31 трав. 2024 р. Чернівці: Чернів. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. С. 77–81. **П19** 1) Член ГО «Буковинська спілка маркетологів» 2) Член ГО «Українська асоціація маркетингу»	
Богачик Олександр Ілліч	Керуючий партнер ТОВ «Брашмі» Випускник					
Кока Діана	Комерційний					

Олександрівна	директор ДП «М’ясо Буковини» Випускниця					
Фріц Анна Яношівна	Здобувач					