

## Додаток 1

### **Звіт про наукову роботу кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку за 2024р.**

**1. Кафедральна тема:** «Маркетинговий підхід в контексті формування креативної економіки: теоретичні аспекти та прикладні рішення».

**Науковий керівник:** Завідувач кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку д.е.н., професор Буднікевич Ірина Михайлівна.

**Термін виконання теми:** 2022-2026 рр.

**Кількість виконавців:** 16 працівників основного складу: д.е.н., професор Буднікевич Ірина Михайлівна, д.е.н., доцент Кифяк Олександр Васильович, к.е.н., доцент Крупенна Інга Анатолівна, д.е.н., доцент Зрибнєва Ірина Павлівна, к.е.н., доцент Бурдяк Олег Мирославович, к.е.н., асистент Венгер Євгеній Іванович (на посаді доцента), к.е.н., доцент Бабух Ілона Борисівна, к.е.н., доцент Гордіца Тетяна Маноліївна, к.е.н., асистент Вардеванян Вардан Альбертович, к.е.н., асистент Фень Катерина Сергіївна, к.е.н., асистент Ковбас Галина Іванівна, к.е.н., асистент Никульча Валентин Анатолійович, к.е.н., доцент Гавриш Ірина Іванівна, к.е.н., асистент Романюк Надія Василівна, к.е.н., асистент Гончар Вадим Іванович, асистент Баранюк Діана Сергіївна, 1 особа працює за сумісництвом: асистент Клипач Андрій Ярославович.

### **2. Наукові результати, отримані при виконанні теми у звітному році.**

У 2024 році колектив кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку продовжив наукові дослідження в рамках третього етапу кафедральної науково-дослідної роботи під назвою «Розробка маркетингового інструментарію для суб'єктів різних сфер соціально-економічного середовища, в контексті особливостей та потреб креативної економіки».

Цей етап був зосереджений на визначенні та аналізі чинників, що впливають на формування ефективних маркетингових стратегій в умовах

креативної економіки. Основна ідея дослідження полягає в тому, що його результати можна буде використати для задоволення потреб і вимог аналізованого сектору, що базується на інноваціях, творчих ідеях та культурних продуктах. Враховуючи специфіку креативної економіки, маркетингові інструменти повинні бути гнучкими та орієнтованими на індивідуальний підхід.

Дослідження охоплювало такі ключові аспекти, як визначення, узагальнення та аналіз специфічних потреб різних цільових груп, із врахуванням особливостей їхнього попиту на креативні продукти та послуги та споживчої поведінки; комплексний аналіз існуючих маркетингових інструментів з метою визначення їхньої відповідності вимогам креативної економіки та потенціалу адаптації для забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання; дослідження впливу новітніх технологій на маркетингові процеси та вивчення їхнього потенціалу для створення інноваційних маркетингових рішень, що відповідають динамічному характеру креативної економіки.

Для досягнення поставлених цілей кафедра залучала фахівців з різних галузей, що дозволило отримати різносторонній погляд на проблематику. Було проведено ряд наукових семінарів, проблемно-орієнтованих зустрічей, дискусій та засідань фокус-груп, на яких обговорювалися отримані результати дослідження та перспективи подальшої роботи. Особливу увагу було приділено інтеграції новітніх технологій, зокрема штучного інтелекту, у маркетингові процеси, що є надзвичайно важливим в умовах швидко змінюваного економічного середовища.

В результаті проведених досліджень кафедра сформулювала низку рекомендацій щодо вдосконалення маркетингового інструментарію, які можуть бути впроваджені в практику господарювання суб'єктів економіки. Ці рекомендації є досить багатограними і можуть бути умовно об'єднані у декілька груп:

- 1) Розробка інноваційних підходів до просування продукції та послуг, що враховують специфіку креативної економіки та потреби цільових груп.
- 2) Оптимізація комунікаційних стратегій, що передбачає використання сучасних каналів комунікації та інструментів digital-маркетингу для ефективного донесення цінності креативних продуктів та послуг.
- 3) Впровадження нових методів і підходів, що дозволяють персоналізувати комунікацію та підвищити ефективність маркетингових кампаній в креативних індустріях.

Подальші дослідження плануються в рамках співпраці з підприємствами, що дозволить перевірити ефективність запропонованих рішень у реальних умовах та дослідити їхній вплив на розвиток креативної економіки.

Результати, отримані під час виконання етапу НДР, також традиційно були використані у навчальному процесі, зокрема, при викладанні таких навчальних дисциплін, як: «Інновації та інноваційна економіка», «Маркетинг», «Стратегічний маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Digital-маркетинг», «Регіональна економіка та регіональні ринки», «Маркетинг у галузях і сферах діяльності», «Маркетинг територій», «Маркетинг в індустрії гостинності», «Технології та новації», «Стиль та мода» та ін.

### **3. Досягнення провідних наукових шкіл за звітний рік (до 1 стор.).**

За звітний період колективом кафедри було отримано низку наукових результатів, які знайшли відображення у публікаціях та проведених кафедрою науково-практичних заходах, зокрема:

Підготовлено і опубліковано 41 наукову статтю, серед яких 5 – у рейтингових закордонних виданнях (що входять до наукометричних баз даних Scopus, Web of Science (WoS), Index Copernicus), 1 – у закордонному виданні, що має ISSN, 35 статей у вітчизняних збірниках наукових праць та вісниках, які входять до переліку фахових наукових видань України групи Б (33 входять до Index Copernicus). Видано 1 авторську монографію, підготовлено 1 одноосібний навчальний посібник та 2 навчальних посібника у співавторстві.

Колектив кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку постійно бере участь у міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях, виступаючи з доповідями на актуальну тематику. За звітний період опубліковано 46 тез доповідей у збірниках матеріалів міжнародних закордонних та українських конференцій.

Детальний перелік наукових праць подано у Додатку 2.

#### **4. Перелік (вказати конкретні назви):**

- захищених дисертацій співробітниками, аспірантами і докторантами - 0;
- виготовлених макетів приладів – 0 (не передбачалося);
- створених нових методик – 0 (не передбачалося);
- технологій – 0 (не передбачалося);
- експериментальних зразків матеріалів – 0 (не передбачалося);
- виставкових експонатів – 0 (не передбачалося).

#### **5. Міжнародне наукове та науково-технічне співробітництво**

Міжнародне співробітництво отримало розвиток через короткострокові відрядження викладачів кафедри, які брали участь у науково-практичних конференціях, проєктах, виставках та стажуваннях. Так, упродовж 2024 року д.е.н., проф. Буднікевич І.М. взяла участь у Форумі «Інтернаціоналізація навчальних програм через UNITA» (м. Тимішоара, Румунія), асистент Баранюк Д.С. та проф. Буднікевич І.М. відвідували фахові виставки (м. Турин, м. Мілан, Італія, м.Барселона, Іспанія), д.е.н., доц. Кифяк О.В. пройшов науково-педагогічне стажування в Університеті Козьмінського (м. Варшава, Польща) та в Університеті прикладних наук (м. Аален, Німеччина), в ході якого давав відкриту гостьову лекцію з тематики наукових досліджень кафедри. Також викладачі кафедри Бабух І.Б., Буднікевич І.М., Баранюк Д.С., Гордіца Т.М., Гавриш І.І., Ковбас Г.І., Романюк Н.В., Юрій Т.П. відвідали Сучавський

університет Штефана чел Маре (м. Сучава, Румунія) з метою участі у науково-практичній конференції.

Д.е.н., доц. Кифяк О.В. брав участь у проєкті CERGE-EI Foundation Distance Learning Program (Програма дистанційного навчання), під час якого виступив локальним інструктором курсу «Climate Change Economics / Економіка кліматичних змін», про що є відповідний сертифікат.

У рамках проєкту «Створення Центру підтримки розвитку підприємництва у Чернівецькій області», що реалізується Чернівецькою обласною громадською організацією «Буковинська агенція ініціатив та розвитку» (БАІР) у партнерстві з Департаментом регіонального розвитку Чернівецької обласної державної (військової) адміністрації у межах проєкту «Посилене партнерство для сталого відновлення» (EPSR), що фінансується Урядом Швеції в особі Шведського агентства з міжнародної співпраці та розвитку (SIDA) та виконується Програмою розвитку ООН (ПРООН) в Україні на базі Агенції регіонального розвитку Чернівецької області, О.В. Кифяком було проведено тренінг для підприємців на тему «Маркетингові стратегії бізнесу та формування стійкого бренду» (<https://acc.cv.ua/news/chemivtsi/u-cherniveckiy-oblasti-proveli-nizku-treningiv-dlya-pidpriemciv-ta-aktivnih-gromadyan-106270>).

Доц. Зрибнєва І.П. – член редакційної колегії німецького рецензованого наукового журналу «Deutscher Wissenschaftsherold». ISSN: 2510-4780 (Online) <https://dwherold.de/home/about/editorial%20board.html>

## **6. Конференції, семінари**

Кафедра виступила організатором Міжнародної науково-практичної конференції «Потенціал сталого розвитку в умовах регіональних та глобальних викликів / Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges», проведеної 29-31 травня 2024 року, у м. Чернівці (Україна) та м. Сучава (Румунія), із виданням збірника матеріалів конференції.

Кафедра виступила співорганізатором міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій», проведеної 24 травня 2024 року у м. Луцьку, видано збірник матеріалів конференції.

Проф. І.М. Буднікевич є членом робочої групи з розробки проєкту Стратегії розвитку Чернівецької області на період до 2027 року та Плану заходів з її реалізації у 2021-2024 роках.

Кафедра маркетингу, інновацій та регіонального розвитку активно продовжує втілювати освітньо-науковий проєкт «Запрошені лектори: студентам від випускників». Проєкт пропонує новаторські та нестандартні для академічного середовища формати навчання, які поєднують лекції з презентаціями, майстер-класами та демонстраційними показами. У межах цієї ініціативи студенти мають можливість зустрічатися з провідними підприємцями, досвідченими фахівцями та науковцями, що сприяє обміну практичним досвідом і сучасними знаннями.

Реалізовано науково-прикладний проєкт «Партнерський курс зі стратегічного маркетингу», в якому поєднано теорію стратегічного маркетингу з кейсами вітчизняних та зарубіжних компаній. Лекції та кейси були підготовлені та викладені партнерами кафедри, зокрема, Д. Лукенчуком та О.Баранником (ТОВ «ОЗЗІ-Груп»).

Проведено серію науково-прикладних досліджень у формі опитувань, які дозволили оцінити креативний потенціал студентів ЧНУ, визначити критерії вибору університету новими поколіннями студентів, сформувані уявлення про рівень екологічної обізнаності мешканців м.Чернівців:

- 1) Критерії вибору університету поколінням Z (212 респондента)
- 2) Оцінка креативного потенціалу (204 респондента)
- 3) Оцінка культурних переваг студентів (262 респондента)
- 4) Екологічна обізнаність мешканців м.Чернівців.

За результатами проведених досліджень підготовлені звіти та готуються до публікації наукові статті.

На основі укладених угод про співпрацю кафедра підтримує тісні зв'язки з Чернівецьким Центром розвитку місцевого самоврядування, «Агенцією розвитку громад Буковини», Чернівецькою міською та обласною радами, ТОВ «ОЗЗІ КОРП», АТ «Креді Агріколь Банк», ТОВ «Автоподіум», ПП «Західна маркетингова компанія», ДП «М'ясо Буковини», ЦТП «Барви Світу», ТМ «Брашмі», компанія МТА (Мультимедіа), Чернівецькою міською та обласною радами та іншими організаціями і підприємствами та іншими організаціями і підприємствами. Також постійними партнерами кафедри є Компанія «Лілак», PAPAUA, Morning Star, IDLO, «Detex». Результатами співпраці є укладання договорів про проходження практики студентами, проведення зустрічей та лекцій на професійні теми, комунікації студентів з майбутніми роботодавцями, обговорення освітніх програм, навчальних планів та спеціалізованих курсів, які забезпечують маркетологам потрібні компетенції.

Триває постійне довгострокове співробітництво з Українською асоціацією маркетингу (завідувач та провідні доценти кафедри є її діючими членами), а також Громадською організацією «Буковинська спілка маркетологів» (БСМ) для сприяння розвитку різних аспектів ринкових відносин в Чернівецькій області шляхом пропаганди ідей маркетингу та захисту законних соціальних, економічних, творчих, вікових та інших спільних інтересів своїх членів.

Проф. І.М. Буднікевич є членом спеціалізованої вченої ради Д 73.052.02 по захисту дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук зі спеціальності 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка та 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) Черкаському державному технологічному університеті, а також неодноразово виступала офіційним опонентом дисертацій на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук та доктора економічних наук, утому числі як член одноразової спеціалізованої ради.

Протягом звітнього періоду на базі кафедри був проведений ряд тематичних наукових семінарів у відповідності до напрямків наукових досліджень викладачів кафедри в рамках кафедральної тематики.

Проф. Буднікевич І.М. є членом редколегій Наукового вісника Чернівецького національного університету. Серія «Економіка» (з 2020 року група Б), Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) (Copernicus), Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки (Copernicus).

Також кафедра провела ряд заходів наукового та освітньо-наукового характеру, зокрема: Зимовий табір маркетологів-2024, Весняний табір «Маркетинг-інтенсив»-2024, Форум «SMM для молодих поколінь-Marketing Tools» (10 квітня 2024 року, 70 учасників-учнів 10-11 класів шкіл області), Круглий стіл на тему «Штучний інтелект у маркетингу» (запрошені учасники В Шумейко, П. Охрем, І. Яковлєв, С. Кибич), Круглий стіл на тему «Інформаційні війни», ініційований студентами кафедри, Круглий стіл з фахівцями та представниками автомобільного бізнесу «Тренди та тенденції розвитку автомобільного ринку та його субринків».

Ініційовано проєкт «Креативна студія 075», який започаткував серію зустрічей у малому форматі з дизайнерами, винахідниками, письменниками, художниками, блогерами, ШТ-фахівцями. У 2024 році в рамках проєкту проведено декілька пілотних зустрічей: з Вікторією Ткачук (комунікаційна агенція «Prosto Agency»), з якою обговорили авторський проєкт «Я тебе... війна», фотографом О. Січковським, маркетологом М. Сидоренко та ін.

Проведено тренінг «Портрет емоційно компетентної людини» від психолога Каріни Кілініч (8.04.2024р.).

На постійній основі здійснюється співпраця з IT Cluster Chernivtsi, що знайшла відображення в участі у форуму «IT Kick Start» та у серії IT-сніданків.

## **7. Інтелектуальна власність**

Кількість поданих заявок на винаходи 0; корисні моделі 0; отриманих патентів на винаходи 0; корисні моделі 0; отриманих свідоцтв про реєстрацію авторських прав 0.

## **8. Матеріали для реклами досягнень підрозділу.**

Маркетинг: збірник тестових завдань для підготовки й атестації здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» : навч. пос. / уклад.: І.М. Буднікевич, О.М. Бурдяк, Вардеванян В.А., Венгер Є.І., Гавриш І.І., Гордіца Т.М., Зрибнева І.П., Кифяк О.В., Крупенна І.А., Нікульча В.А., Романюк Н.В. (за заг. ред. Буднікевич І.М.). Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. 428 с. ISBN 978-966-423-865-3. URL: <https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/9702>

## **9. Відомості про науково-дослідну роботу та інноваційну діяльність студентів, молодих учених:**

На кафедрі створений та працює студентський науковий гурток «Лабораторія реклами та дизайну», (науковий керівник – к.е.н., асист. В.А. Вардеванян), який відвідує 35 студентів. Також працює науково-практичний гурток «Студія «Event marketing», який відвідує 17 студентів (науковий керівник – к.е.н., доц. Бабух І.Б.). Для висвітлення інформації про івенти кафедри створена та модерується сторінка в Інстаграм (@marketing.chnu). Розроблено положення та протестовано формат проєкту «Креативна студія 075», який довів свою практичну значущість та виноситься на затвердження.

Роботи учасників гуртків у 2024 році були представлені на багатьох конкурсних заходах, зокрема:

**I.** Учасники студентського наукового гуртка «*ЦЕНТР РЕКЛАМИ ТА ДИЗАЙНУ*» протягом 2023-2024 н.р. взяли активну участь у всеукраїнських та міжнародних конкурсах з маркетингу, реклами та дизайну:

1. Студенти-учасники креатив-батлу «Рекламний Полігон» (літо, 2023) Миронова Софія (275 гр.), Позднякова Таїсія (275 гр.), Лазар Марина (275 гр.), Книгиницька Юлія (175 гр.), Сушинська Емілія (275 гр.), Гаврилюк Валерія (275 гр.), Гуріна Яна (275 гр.). Отримали **2 місце** за брифом від Офіційного Партнера Проєкту – корпорації «Артеріум». 29.06.2023, м. Київ, КНУ імені Тараса Шевченка. - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
2. Студенти-учасники 9-го Харківського студентського фестивалю реклами (1.12.2023, м. Харків):
  - 2.1. Майкан Анна (575 гр.). Серія робіт «Панська гуральня». **2 місце** в номінації «Друкована реклама». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
  - 2.2. Головатенко Юлія (275 гр.). Серія робіт «Еліт-Фрукт». **3 місце** в номінації «Друкована реклама». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
  - 2.3. Главіцка Дарина (275 гр.). Серія робіт «La Felicita». **1 місце** в номінації «Друкована реклама». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
  - 2.4. Ціхоцька Вікторія (675 гр.). Відеоробота «Station Vorohtha». **3 місце** в номінації «Відеореклама». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
  - 2.5. Гринюк Єлизавета (275 гр.). Серія робіт «Bon Appetit запрошує!» в номінацію «Друкована реклама». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
  - 2.6. Нечаєва Анна (275 гр.). Серія робіт «На сторожі вашої безпеки ЦЕНТР НЕЧАЄВА» в номінацію «Друкована реклама». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
  - 2.7. Мукоєд Андрій та Малий Олександр з серією робіт «Такі Вікна» в номінацію «Зовнішня реклама». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.

3. Студенти-учасники 18-го Українського студентського фестивалю реклами (1.03.2024, м. Київ):
  - 3.1. Главіцка Дарина (275 гр.). Серія робіт «La Felicita». 1 місце в номінації «Друкована реклама». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
  - 3.2. Главіцка Дарина (275 гр.). Робота «Орео». 2 місце в номінації «Друкована реклама». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
4. Студенти-учасники XI Міжнародного фестивалю соціальної реклами «Інший погляд!» (20.04.2024, м. Київ):
  - 4.1. Вайпан Юстина (175 гр.) з серією плакатів «Joint Forces». **Шорт ліст. Фестивалю.** - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
  - 4.2. Бабич Ангеліна (175 гр.), Мельничук Марія-Юліана (175 гр.), Твердохліб Давид (175 гр.) з плакатом «Ментальне здоров'я в умовах війни». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
  - 4.3. Гогунський Євген (175 гр.) та Сабіна Скрипкару (175 гр.) з плакатом «З Днем Єдності!». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
  - 4.4. Пашняк Катерина (175 гр.) з плакатом «HELP!».
  - 4.5. Кеніг Аліса (175 гр.) та Кривуля Ярослав (175 гр.) з плакатом «Save Ukraine Ecology». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
  - 4.6. Костик Артем (175 гр.) та Черногуз Валентина (175 гр.) з плакатом «ЕМІГРАЦІЯ 2024». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
  - 4.7. Рознай Амалія (175 гр.) з плакатом «Ми б'ємося за те, чому нема ціни в усьому світі, – за Батьківщину». Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
  - 4.8. Компанієць Варвара (175 гр.) з плакатом «Дбай про своє здоров'я одразу!». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
  - 4.9. Балан Каріна (175 гр.) з плакатом «Україна незламна».
  - 4.10. Вовчук Катерина (175 гр.) з плакатом «Наша культура сильніша за будь-яку зброю». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
  - 4.11. Крістіна Тодорюк (175 гр.) та Діана Чистякова (175 гр.) з плакатом «Героям Слава!». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.

- 4.12. Симака Марія (175 гр.) з плакатом «Пам'ятай кожного, хто боровся за Україну». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
- 4.13. Осадчук Аліна (175 гр.) та Осадчук Вікторія (175 гр.) «Don`t Forget». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
- 4.14. Марія Дмитрієва (175 гр.) та Віра Швець (175 гр.) з плакатом «Популяризуй Своє». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
5. Студенти-учасники VI Міжнародного конкурсу для студентів і школярів "Реклама-Фест" (16-17.05.2024, м. Одеса):
- 5.1. Вайпан Юстини (175 гр.) з серією плакатів «Joint Forces» - **Диплом першого ступеня** в секції "Соціальна реклама".- Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
- 5.2. Дарина Главіцка (275 гр.) з серією рекламних постерів "La felicità pizza"- **Диплом першого ступеня** в секції "Друкована реклама".- Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
- 5.3. Юлія Головатенко (275 гр.) з серією рекламних постерів "Еліт-Фрукт"- **Диплом першого ступеня** в секції "Зовнішня реклама".- Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
- 5.4. Юлія Головатенко (275 гр.), Анна Нечаєва (275 гр.) та Юлія Паламарчук (275 гр.) з новою айдентикою Чернівецького обласного художнього музею - **Диплом першого ступеня** в секції "Сувенірна реклама і POS-матеріали". - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
6. Студенти-учасники Національних рекламних конкурсів ADC\*UA Awards 2024 і Ukrainian Design: The Very Best Of 2024 в категорії Young & Students/ Student of the Year – Graphic Design/Product Design (30-31 травня 2024 р.):
- 6.1. Вайпан Юстина (175 гр.) з серією плакатів «Joint Forces».- Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
- 6.2. Дарина Главіцка (275 гр.) з серією рекламних постерів "La felicità pizza".- Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.

- 6.3. Юлія Головатенко (275 гр.) з серією рекламних постерів "Еліт-Фрукт".- Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
7. Студенти-учасники V Міжнародного конкурсу реклами «Do. It Ads» (15 червня 2024 р., Державний університет інфраструктури та технологій, м. Київ):
- 7.1. Вайпан Юстина (175 гр.) з серією плакатів «Joint Forces». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
- 7.2. Бабич Ангеліна (175 гр.), Мельничук Марія-Юліана (175 гр.), Твердохліб Давид (175 гр.) з плакатом «Ментальне здоров'я в умовах війни». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
- 7.3. Гогунський Євген (175 гр.) та Сабіна Скрипкару (175 гр.) з плакатом «З Днем Єдності!». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
- 7.4. Пашняк Катерина (175 гр.) з плакатом «HELP!». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
- 7.5. Кеніг Аліса (175 гр.) та Кривуля Ярослав (175 гр.) з плакатом «Save Ukraine Ecology». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
- 7.6. Костик Артем (175 гр.) та Черногуз Валентина (175 гр.) з плакатом «ЕМІГРАЦІЯ 2024». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
- 7.7. Рознай Амалія (175 гр.) з плакатом «Ми б'ємося за те, чому нема ціни в усьому світі, - за Батьківщину». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
- 7.8. Компанієць Варвара (175 гр.) з плакатом «Дбай про своє здоров'я одразу!». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
- 7.9. Балан Каріна (175 гр.) з плакатом «Україна незламна».
- 7.10. Вовчук Катерина (175 гр.) з плакатом «Наша культура сильніша за будь-яку зброю». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
- 7.11. Крістіна Тодорюк (175 гр.) та Діана Чистякова (175 гр.) з плакатом «Героям Слава!». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
- 7.12. Симака Марія (175 гр.) з плакатом «Пам'ятай кожного, хто боровся за Україну». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.

- 7.13. Осадчук Аліна (175 гр.) та Осадчук Вікторія (175 гр.) «Don`t Forget».
- 7.14. Марія Дмитрієва (175 гр.) та Віра Швець (175 гр.) з плакатом «Популяризуй Своє». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
- 7.15. Луцук Оксана (175 гр.) з плакатом «Stop War». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
- 7.16. Сауткіна Альбіна (175 гр.) з плакатом «Ментальне здоров'я під час війни». - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
8. Студенти-учасники ІХ Міжнародного конкурсу «Cel mai bun marketer» (15 червня 2024 року, факультет економіки, адміністрування та бізнесу, Сучавський університет Штефана чел Маре, м. Сучава, Румунія):
- 8.1. Аміхалакіоас Дмитро (475 гр.). **2 місце.** - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.
- 8.2. Кокоячук Анастасія (475 гр.). **3 місце.** - Науковий керівник асистент Вардан Вардеванян.

Використання результатів етапу науково-дослідного дослідження кафедри знайшло своє відображення при підготовці бакалаврів та магістрів у процесі написання ними випускних кваліфікаційних робіт. Тематика робіт кафедри, яка пропонується студентам для виконання випускних кваліфікаційних робіт, розроблена у рамках науково-дослідної роботи кафедри з урахуванням наукових інтересів студентів, актуальності та відповідності сучасному стану науки та економіки. Запропоновані заходи та рекомендації є економічно обґрунтованими та пройшли практичну апробацію і прийняті до розгляду на предмет доцільності їх використання у практиці господарювання. Актуальність та важливість наукових результатів, отриманих у випускних кваліфікаційних роботах підтверджується довідками про їх впровадження, виданими підприємствами та організаціями, на матеріалах яких студенти писали роботи.

Студенти брали участь у студентських та міжнародних наукових конференціях з публікацією тез доповідей (як у співавторстві з викладачами кафедри, та і одноосібно). Усього було опубліковано 20 тез доповідей (дод. 2).

У 2024 році для студентів було продовжено успішну практику зворотного зв'язку у форматі прямих ефірів в Instagram, що дозволяє створювати відкритий і конструктивний діалог між керівництвом університету, викладачами, представниками бізнесу та студентською спільнотою. Учасниками цих ефірів стали ключові фігури університету, зокрема ректор Руслан Білоскурський, завідувачка кафедри маркетингу інновацій та регіонального розвитку Ірина Буднікевич, гаранті ОП, а також представники регіонального бізнесу, викладацького складу та активні лідери студентської громади. Цей формат сприяв не лише оперативній комунікації, але й створенню платформи для обговорення важливих питань, що турбують студентів. Під час ефірів учасники мали можливість отримати відповіді на актуальні запитання щодо особливостей навчального процесу та можливостей його удосконалення, перспектив науково-дослідної діяльності студентів і співпраці з науковими центрами, можливостей для стажування, практичної підготовки та професійного зростання, функціонування реального бізнесу, викликів ринку праці та шляхів успішної кар'єрної реалізації.

Особливу увагу було приділено питанням інтеграції теоретичних знань з практикою, взаємодії з регіональними підприємствами, а також ініціативам університету щодо розширення співпраці зі стейкхолдерами.

## **10. Грантова діяльність**

Інформація про участь у грантових програмах (міжнародні, державні). Назви проектів, на які конкурси *подавались заявки*, які з них отримали фінансування та в якому обсязі.

## **11. Інформація щодо створених навчально-наукових підрозділів (Центри, лабораторії) (копія положення)**

Завідувач кафедри  
маркетингу, інновацій  
та регіонального розвитку

проф. Ірина БУДНІКЕВИЧ

Заліковий рік: 2024р.

Чисельність співробітників кафедри – 16

№ п/п	Бібліографічний перелік публікацій та гіперпосилань на публікацію	Кількість <u>сторінок</u> / друківаних <u>аркушів</u>	До якої теми відноситься публікація (кафедральна, № д/б, госпдоговірна)
<b>1</b>	<b>Монографії, підручники та посібники</b>		кафедральна
<b>1.1</b>	<b>Закордонні монографії, опубліковані (або підготовлені і подані до друку) у закордонних виданнях мовами країн ОЕСР та/або ЄС (вказати видавництво та ISBN) (по цьому пункту вказати загальну кількість статей з відкритим доступом)</b>		
1.1.1	<i>Бібліографічний опис згідно ДСТУ 8302:2015, ISBN</i>		
1.1.1.1	<b>- з них, які індексуються у Scopus та/або WoS</b>		
	<i>Бібліографічний опис згідно ДСТУ 8302:2015, ISBN</i>		
<b>1.2</b>	<b>Монографії вітчизняні (вказати видавництво та ISBN) (по цьому пункту вказати загальну кількість статей з відкритим доступом)</b>		
1.2.1	<b>Юрій Т.П.</b> Ефективність зайнятості у сільськогосподарських підприємствах та господарствах населення: монографія. Київ : ТОВ «ТРОПЕА», 2024. 204 с., ISBN 978-617-8268-00-8	200/11,85	кафедральна
<b>1.3</b>	<b>Розділи монографій, які індексуються у Scopus та/або WoS (по цьому пункту вказати загальну кількість статей з відкритим доступом)</b>		
1.3.1	<i>Бібліографічний опис згідно ДСТУ 8302:2015, ISBN</i>		
<b>1.4</b>	<b>Підручники</b>		
1.4.1	<i>Бібліографічний опис згідно ДСТУ 8302:2015, ISBN</i>		
<b>1.5</b>	<b>Навчальні посібники</b>		
1.5.1	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., Зрибнева І.П., Кифяк О.В., Крупенна І.А., Нікульча В.А., Романюк Н.В. (за заг. ред. Буднікевич І.М.). Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. 428 с.	428/17,7	кафедральна

	ISBN 978-966-423-865-3 URL: <a href="https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/9702">https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/9702</a>		
	Маркетинг: Світовий досвід та український вимір. За ред. Старостіної А.О. (Буднікевич І.М. Конкурентна стратегія). К.: Ліра К, 2024. 484 с. ISBN 978-617-520-673-7	484/26,8	кафедральна
	<b>Бабух І.Б.</b> Методологія та організація наукових і прикладних досліджень у маркетингу: навч. пос. для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю.Федьковича, 2024. 260 с. <a href="https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/10756">https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/10756</a> <b>ISBN 978-966-423-840-0</b>	260/14,2	кафедральна
<b>1.6</b>	<b>Методичні роботи</b>		
	Торговельний маркетинг: метод. рекомендації / уклад.: <b>І.М.Буднікевич, В.А. Нікульча, Н.В. Романюк.</b> Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. 64 с. URL: <a href="https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/10049">https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/10049</a>	64/3,5	кафедральна
1.6.1	<b>Кифяк О.В., Фень К.С.</b> Маркетингове ціноутворення : практикум. Чернівці : Чернів. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. 93 с. URL: <a href="https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/9920">https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/9920</a>	93/5,1	кафедральна
	<b>Кифяк О.В., Гавриш І.І., Ковбас Г.І., Крупенна І.А.</b> Маркетинг у галузях і сферах діяльності : метод. реком. до вивчення дисципліни. Чернівці: Чернівець. нац. ун. ім. Ю. Федьковича, 2024. 112 с. УДК: 658.8(072). URL: <a href="https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/10048">https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/10048</a>	112/6,2	кафедральна
<b>1.7</b>	<b>Словники, довідники, енциклопедії, каталоги, видані українськими та/або закордонними видавництвами</b>		
1.7.1	Бібліографічний опис згідно ДСТУ 8302:2015, ISBN		
<b>1.8</b>	<b>Препринти, які мають DOI</b>		
1.8.1	Бібліографічний опис згідно ДСТУ 8302:2015, ISBN		
<b>1.9</b>	<b>Набори FAIR-даних, які мають DOI</b>		
1.9.1	Бібліографічний опис згідно ДСТУ 8302:2015, ISBN		
<b>2</b>	<b>Публікації у закордонних періодичних виданнях</b>		
<b>2.1</b>	<b>Статті у журналах, що індексуються наукометричними базами даних Scopus та/або Web of Science (WoS) із кватилем Q1 та Q2 (по цьому пункту вказати загальну кількість статей з відкритим доступом)</b>		
2.1.1	Стаття 1, Бібліографічний опис згідно ДСТУ 8302:2015, ISSN		
	IF (WoS) =		

	$Q (JCR WoS) =$		
2.1.2	<b>Статті у журналах, що індексуються наукометричними базами даних Scopus та/або Web of Science (WoS) із квартилем Q3 та Q4 (по цьому пункту вказати загальну кількість статей з відкритим доступом)</b>		
	Kulish, T., Sokil, Y., Legeza, D., Sokil, O., <b>Budnikevich, I.</b> , Diyora, B. (2024). 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, vol 195. Springer, Cham. ISSN 2367-4512 Cite Score (Scopus) = 0,9, Q (SJR Scopus) = 0,128 <a href="https://doi.org/10.1007/978-3-031-54012-7_8">https://doi.org/10.1007/978-3-031-54012-7_8</a>	0,6	кафедральна
	Nagadeepa, C., Pushpa A., <b>Budnikevich, I.</b> , Krupenna, I., Reznik, N., Vitriak, O., Chopei, V. (2024) 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. vol 540. pp133–145. ISSN 21984182 Cite Score (Scopus) = 1,6, Q (SJR Scopus) = 0,116 <a href="https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-62656-2_13">https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-62656-2_13</a>	13/0,7	кафедральна
	Albeshchenko O., Pryhara O., <b>Krupenna I., Budnikevich I.</b> , Shevchenko O. (2024) Managing tourism development: deploying successful strategies and techniques. Salud, Ciencia y Tecnología - Serie de Conferencias [Internet]. 2024. 3.: 1135. ISSN:2953-4860 Cite Score (Scopus) = 0,3, Q (SJR Scopus), SNIP 2023 = 0,157 <a href="https://www.researchgate.net/publication/383404485_Managing_tourism_development_deploying_successful_strategies_and_techniques">https://www.researchgate.net/publication/383404485_Managing_tourism_development_deploying_successful_strategies_and_techniques</a>	0,9	кафедральна
	<b>Burdyak O.</b> , Diadyk T., Dronova T., Nestor V., Voskresenska O. Marketing Research Dynamics Amidst the Digital Transformation of Society. <i>Economic affairs</i> . Official Publication of AESSRA. 2024, September, Volume 69, Issue 3. ISSN - 0424-2513. URL: <a href="https://intjfermentedfoods.com/Journal/abstract/id/NjUzNg==">https://intjfermentedfoods.com/Journal/abstract/id/NjUzNg==</a>	11/0,88	кафедральна
	Kraus, N., Kraus, K., <b>Babukh, I.</b> , Lisitsa, V., Novikova, O. Activities of Digital Platforms on the Basis of Clusterization and Innonative Development Strategies in the Conditions of European Integration. <i>WSEAS Transactions on Environment and Development</i> . 2023. No.19. P. 1179-1195. <a href="https://wseas.com/journals/articles.php?id=8654">https://wseas.com/journals/articles.php?id=8654</a> ISSN: 1790-507, E-ISSN: 2224-3496	26/1,2	кафедральна
	$Cite\ Score\ (Scopus) =$		
	$Q\ (SJR\ Scopus) =$		
2.2	<b>Статті у періодичних виданнях інших країн, що мають ISSN</b>		

	<i>(Вказати ISSN журналу та гіперпосилання на публікацію.)</i>		
2.2.1	<b>Буднікевич І.М.,</b> Бастраков Д.А., <b>Гончар В.І.</b> Роль маркетингу у розвитку екосистеми закладів вищої освіти. Modern engineering and innovative technologies. 2024. Issue 31. Part 5. 56-68 pp. ISSN 2567-5273 URL: <a href="https://www.moderntechno.de/index.php/meit/issue/view/meit31-05/meit31-05">https://www.moderntechno.de/index.php/meit/issue/view/meit31-05/meit31-05</a> .	13/0,8	кафедральна
<b>3</b>	<b>Публікації в українських періодичних виданнях:</b>		
<b>3.1</b>	<b>Статті у фахових виданнях України категорії «А»</b>		
3.1.1	Стаття 1, <i>Бібліографічний опис згідно ДСТУ 8302:2015, ISSN</i>		
	<i>IF (WoS) =</i>		
	<i>Q (JCR WoS) =</i>		
<b>3.2</b>	<b>Статті у фахових виданнях України категорії «Б»</b>		
	<b>Буднікевич І.М.,</b> Бастраков Д.А. Маркетингові технології формування іміджу та укріплення бренду закладів вищої освіти. <i>Часопис економічних реформ.</i> 2024. №1. С.93-101. ISSN 2221-8440 (print), 2663-2896 (online)	9/0,84	кафедральна
	<b>Буднікевич І.М., Вардеванян В.А.</b> Мала айдендика вулиць як інструмент управління брендом міст та територій. <i>Часопис економічних реформ.</i> 2024. № 1(53). С. 102–109. ISSN 2221-8440 (print), 2663-2896 (online)	8/0,84	кафедральна
	<b>Budnikovich, I.,</b> Bastrakov, D., Kolomytseva, O. Communication component in the formation of the image of higher education institutions based on a marketing approach. <i>Proceedings of Scientific Works of Cherkasy State Technological University.</i> Series: Economic Sciences, 71, 2023. Pp. 5-16. Available: <a href="http://ven.chdtu.edu.ua/article/view/302784">http://ven.chdtu.edu.ua/article/view/302784</a> ISSN 2306-4420	12/1,0	кафедральна
	<b>Нікульча В. А., Буднікевич І. М.</b> Implementation of the concept of relationship marketing in retail. <i>Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки.</i> 2023. Випуск 71. С. 37-46 (У звіті 2024 року). ISSN 2306-4420	10/0,7	кафедральна
	<b>Буднікевич І. М., Клипач А. Я.</b> Еволюція маркетингових технологій в контексті маркетингу територій та регіонального розвитку. <i>Часопис економічних реформ.</i> 2024. № 3(55). С. 77–88. ISSN 2221-8440 (print), 2663-2896 (online)	12/1,12	кафедральна
	<b>Буднікевич І.М., Гавриш І.І.,</b> Сергієнко О.А. Стратегічні напрямки підтримки бренду аграрних регіонів Німеччини інструментами партнерської концепції територіального маркетингу. <i>Часопис економічних реформ.</i> 2024. №2 (54). С.92-101. ISSN 2221-8440 (print), 2663-2896 (online)	10/1,0	кафедральна

	<b>Буднікевич І., Гавриш І.</b> Регіональна політика формування привабливості бренду аграрних регіонів. <i>Modeling the development of the economic systems</i> . 2024. №1, С.282–290. ISSN 2786-5355	8/1,19	кафедральна
	<b>Бурдяк О.</b> Специфіка маркетингової діяльності окремих суб'єктів аграрного маркетингу в умовах конкуренції. <i>Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences</i> , 2024. №332(4), 473-481. ISSN 2307-5740 URL: <a href="https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-332-71">https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-332-71</a>	9/1,16	кафедральна
	<b>Бурдяк О.М.</b> Особливості вибору стратегій позиціонування малих фермерських господарств-виробників яблук. <i>Часопис економічних реформ</i> . 2024. №3 (55). С. 89-98. ISSN 2221-8440 (Print), ISSN 2663-2896 (Online) URL: <a href="https://doi.org/10.32620/cher.2024.3.10">https://doi.org/10.32620/cher.2024.3.10</a>	10/1,08	кафедральна
	<b>Бурдяк О.М.,</b> Помазан Л.М., Гаврилюк І.І. Роль інфлюенсерів соціальних мереж в забезпеченні ефективності реклами. <i>Економіка та суспільство</i> . 2024. № 60. URL: <a href="https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-125">https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-125</a>	8/0,78	кафедральна
	<b>Буднікевич І., Бурдяк О.</b> Стратегії позиціонування у формуванні та розвитку брендів аграрних регіонів. <i>Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки</i> . 2024. Том 330. № 3. С. 418-423. URL: <a href="https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-330-66">https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-330-66</a>	6/0,79	кафедральна
	<b>Зрибнєва І. ()</b> . Аналіз стратегій ведення переговорів у сфері управління маркетинговими проєктами. <i>Економіка та суспільство</i> , 2024, (68). <a href="https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4879/4820">https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4879/4820</a> ISSN: 2524-0072	8/0,83	кафедральна
	<b>Зрибнєва І. П.</b> Аналіз впливу міжнародних логістичних коридорів на розвиток транспортної інфраструктури України. <i>Актуальні питання економічних наук</i> . Вип.5. 2024. <a href="https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/34/33">https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/34/33</a> ISSN: 3041-2129	26/1,25	кафедральна
	<b>Зрибнєва І.</b> Аналіз новітніх технологій, методів та підходів у логістиці, їх вплив на оптимізацію ланцюгів постачання та підвищення продуктивності. <i>Економіка та суспільство</i> , 2024. (60). <a href="https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3615/3546">https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3615/3546</a> ISSN: 2524-0072	9/0,75	кафедральна
	<b>Зрибнєва І.</b> Використання відеоконтенту в маркетингу: стратегії створення, розповсюдження та взаємодії зі споживачами. <i>Економіка та суспільство</i> , 2024 (59). <a href="https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3401/3329">https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3401/3329</a> ISSN: 2524-0072	6/0,49	кафедральна

	<p><b>Крупенна І. А., Федюк Н. В., Баранюк Д. С.</b> Напрями оновлення інструментів маркетингу ресторанних закладів з урахуванням світових та національних тенденцій розвитку. <i>Часопис економічних реформ</i>. 2024. № 3 (55). С. 99-111.</p> <p>URL: <a href="https://doi.org/10.32620/cher.2024.3.11">https://doi.org/10.32620/cher.2024.3.11</a></p> <p>ISSN 2221-8440 (Print), ISSN 2663-2896 (Online)</p>	15/1,42	кафедральна
	<p><b>Романюк Н. В.</b> Маркетингова документація як інструмент управління інноваційними продуктами в креативних індустріях. <i>Підприємництво і торгівля</i>, (42), 2024. С. 55-63.</p> <p>ISSN 2522-1256 (Print) ISSN 2522-1264 (Online)</p> <p>URL: <a href="https://doi.org/10.32782/2522-1256-2024-42-08">https://doi.org/10.32782/2522-1256-2024-42-08</a></p>	8/0,4	кафедральна
	<p><b>Нікульча В. А., Фень К. С.</b> Цифрові трансформації програм лояльності підприємств торгівлі. <i>Часопис економічних реформ</i>. 2024. № 2(54). С. 83-91. ISSN 2221-8440 (Print), ISSN 2663-2896 (Online)</p> <p>file:///C:/Users/%D0%9A%D0%B0%D1%82%D1%8F/Downloads/%D1%87%D0%B0%D1%81%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%81_%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC_%E2%84%96%203(39).pdf</p>	9/0,5	кафедральна
	<p><b>Фень К.С., Бабух І.Б.</b> Ціноутворення як складова маркетингового аналізу: сучасні підходи. <i>Економічний простір: Збірник наукових праць</i>. № 191. Дніпро: ПДАБА, 2024. с. 280-284. ISSN 2224-6282 (print), ISSN 2224-6290(online).</p> <p>URL: <a href="https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1566">https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1566</a></p>	5/0,3	кафедральна
	<p><b>Венгер Є. І., Фень К. С.</b> Штучний інтелект як драйвер розвитку маркетингових кампаній у цифрову епоху. <i>Часопис економічних реформ</i>. 2024. № 2(54). С. 102–109. ISSN: 2221-8440 (print).</p> <p>URL: <a href="https://journals.indexcopernicus.com/search/article?articleId=3951092">https://journals.indexcopernicus.com/search/article?articleId=3951092</a></p>	8/0,4	кафедральна
	<p><b>Кифяк О.,</b> Кифяк В. Регіональний маркетинговий цикл та інструменти територіального маркетингу. <i>Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту</i>. Випуск IV (92), 2023. С. 96-106. ISSN: 2310-8185 (print). URL: <a href="http://herald.chite.edu.ua/content/download/archive/2023/v4/7.pdf">http://herald.chite.edu.ua/content/download/archive/2023/v4/7.pdf</a></p>	11/0,6	кафедральна
	<p><b>Кифяк О. В.</b> Організація транскордонного маркетингового центру: функції, завдання та напрямки діяльності. <i>Вісник економіки</i>. 2024. Вип. 1. С. 21–31. ISSN 2786-4537 (print), ISSN 2786-4545 (online). URL: <a href="https://visnykj.wunu.edu.ua/index.php/visnykj/article/view/1573">https://visnykj.wunu.edu.ua/index.php/visnykj/article/view/1573</a> .</p>	11/0,6	кафедральна
	<p><b>Кифяк О. В.,</b> Бондарчук К. П., &amp; Горішевський П. А. Аналіз взаємодії маркетингу й обслуговування клієнтів у готельно-ресторанному бізнесі України. <i>Академічні візії</i>. 2024. (30). e-ISSN: 2786-586X. URL: <a href="https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1018/">https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1018/</a> .</p>	11/0,9	кафедральна
	<p><b>Кифяк О.,</b> Кифяк В. Формування регіональної системи управління підприємствами сфери гостинності. <i>Development Service Industry Management</i>, 2024 (1), 140–147. ISSN 2786-7870. URL:</p>	8/0,9	кафедральна

	<a href="https://dsim.khmn.edu.ua/index.php/dsim/article/view/50">https://dsim.khmn.edu.ua/index.php/dsim/article/view/50</a> .		
	<b>Кифяк О.В.</b> , Кифяк В.Ф. Якість життя населення як базовий індикатор соціально-економічного розвитку регіону. <i>Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту</i> , 2024. Вип. I (93). Економічні науки. С. 27-38. URL: <a href="http://herald.chite.edu.ua/content/download/archive/2024/v1/3.pdf">http://herald.chite.edu.ua/content/download/archive/2024/v1/3.pdf</a> . ISSN 2310-8185.	12/07	кафедральна
	<b>Кифяк О.</b> , Кифяк В. Стратегія розвитку сфери гостинності: регіональний контекст. <i>Scientia fructuosa</i> . 2024. № 5. С. 121-134. ISSN 2786-7978. URL: <a href="https://journals.knute.edu.ua/scientia-fructuosa/article/view/2178">https://journals.knute.edu.ua/scientia-fructuosa/article/view/2178</a> .	14/0,75	кафедральна
	Зав'ялова М.В, <b>Романюк Н.В.</b> , <b>Ковбас Г.І.</b> Актуальні тенденції у попиті споживачів на продукти та послуги, спрямовані на підтримку здорового способу життя в умовах креативної економіки. <i>Економіка та суспільство</i> . 2024. № 60. ISSN (Online): 2524-0072 URL: <a href="https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3658">https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3658</a>	8/0,4	кафедральна
	<b>Ковбас Г. І.</b> , Курганський Р. Д., Мадай Ю. В., Сьомкін О. В., Дубов А. В., Белов В. В. Формування стратегії емоційного маркетингу бренду. <i>Наукові записки Львівського університету бізнесу та права</i> , 41. 2024. С. 57-66. ISSN 2663-0117. URL: <a href="https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/1204">https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/1204</a>	10/0,5	кафедральна
	<b>Ковбас Г.І.</b> Сучасні підходи формування маркетингової політики управління персоналом логістики. <i>Економіка та суспільство</i> . 2024. № 67. ISSN (Online): 2524-0072. URL: <a href="https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4745">https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4745</a>	9/0,4	кафедральна
	Мамчур В., Студінська Г., <b>Юрій Т.</b> Сучасні інструменти реалізації державної політики інноваційного розвитку аграрної сфери. <i>Економіка та суспільство</i> . 2024. № 61. URL: <a href="https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3730">https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3730</a> ISSN (Online): 2524-0072	9/0,5	кафедральна
	Столярчук Н.М., <b>Юрій Т.П.</b> Аналіз стану інноваційної діяльності України в агросекторі в контексті глобалізації. <i>Економіка та суспільство</i> . 2024. № 67. URL: <a href="https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4701/4642">https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4701/4642</a> ISSN (Online): 2524-0072	8/0,09	кафедральна
	Півторак В.С., <b>Юрій Т.П.</b> , Дендебера О.П. Проблеми та перспективи підвищення інноваційно-інвестиційної активності малого аграрного підприємства. <i>Економіка та суспільство</i> . 2024, № 67. URL: <a href="https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4731/4672">https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4731/4672</a> ISSN (Online): 2524-0072	8/0,09	кафедральна
	<b>Бабух І. Б.</b> , <b>Романюк Н. В.</b> Маркетинговий аналіз товарної політики		кафедральна

	підприємства: цілі, завдання, перспективи. <i>Економіка і регіон</i> . 2024. № 1 (92). С. 87-93. ISSN: 2218-1199 (Print) ISSN: 2414-0538 (Online) <a href="https://journals.nupp.edu.ua/eir/article/view/3313/2735">https://journals.nupp.edu.ua/eir/article/view/3313/2735</a>	15/0,65	
	<b>Бабух І. Б.,</b> Нікіфоров П. С. Академічна доброчесність як імператив освітнього процесу в системі вищої школи. <i>Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки</i> . 2024. Вип. 2 (112). С. 60-65. ISSN: 2409-6873 <a href="http://puet.poltava.ua/index.php/economics/article/view/249/236">http://puet.poltava.ua/index.php/economics/article/view/249/236</a>	14/0,7	кафедральна
	<b>Бабух І. Б.</b> Ціноутворення в системі маркетингового аналізу : теоретичні підходи. <i>Економічний простір: Збірник наукових праць</i> . № 189. Дніпро : ПДАБА, 2024. С. 328-332. <a href="https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1432">https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1432</a> ISSN: 2224-6282 (print); ISSN: 2224-6290 (online)	12/0,6	кафедральна
<b>3.3</b>	<b>Статті у збірниках наукових праць та інших журналах</b>		
3.3.1	Стаття 1, <i>Бібліографічний опис згідно ДСТУ 8302:2015, ISSN</i>		
<b>4</b>	<b>Матеріали конференцій</b>		
<b>4.1</b>	<b>Матеріали закордонних конференцій, що входять до наукометричних баз даних Scopus, Web of Science</b>		
4.1.1	<i>Бібліографічний опис згідно ДСТУ 8302:2015, ISBN</i>		
<b>4.2</b>	<b>Матеріали міжнародних українських конференцій, що входять до наукометричних баз даних Scopus, Web of Science</b>		
4.2.1	<i>Бібліографічний опис згідно ДСТУ 8302:2015, ISBN</i>		
<b>4.3</b>	<b>Інші конференції, матеріали яких не індексуються в базах даних Scopus, Web of Science</b>		
	<b>Буднікевич І.М.,</b> <i>Верхоляк А.І.,</i> Кайдан С.М. Маркетинг як ефективна концепція розвитку сучасних маркетинг-плейсів. <i>Потенціал сталого розвитку в умовах регіональних та глобальних викликів / Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges:</i> Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 29-31 травня 2024 року, Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія). Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. С.17-19. URL: <a href="http://mmix.cv.ua/mizhnarodna-diyalnist/programa-ii-mizhnarodnoyi-naukovo-praktychnoyi-konferentsiyi-potentsial-stalogo-rozvytku-v-umovah-suchasnyh-regionalnyh-ta-globalnyh-vyklykiv">http://mmix.cv.ua/mizhnarodna-diyalnist/programa-ii-mizhnarodnoyi-naukovo-praktychnoyi-konferentsiyi-potentsial-stalogo-rozvytku-v-umovah-suchasnyh-regionalnyh-ta-globalnyh-vyklykiv</a>	3/0,25	кафедральна
	<b>Буднікевич І.М.,</b> Клипач А.Я. Креативний маркетинг та маркетинг спорідненості в системі територіального управління. <i>Маркетинг і</i>	0,2	кафедральна

	логістика в системі менеджменту: виклики цифрової глобалізації: тези доповідей XV Міжнародної науково-практичної конференції, пам'яті професора Євгена Крикавського. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2024. URL: <a href="https://science.lpnu.ua/ml-conference/proceedings">https://science.lpnu.ua/ml-conference/proceedings</a> ISBN 978-966-941-962-0		
	<b>Буднікевич І., Бакун А.</b> Особливості маркетингової діяльності у креативних індустріях. <i>Економіка. Фінанси. Бізнес. Управління</i> , матеріали III Міжнародного форуму / за заг. ред. проф. А. І. Ігнатюк : Київ : Видавництво Ліра-К, 2024. Міжнародний форум EFBM 3.0 «Економіка. Фінанси. Бізнес. Управління. Від відновлення до зростання». С.20-22. ISBN 978-617-520-827-4 (online)	0,2	кафедральна
	<b>Буднікевич І.М., Лаб'як Г.В., Ютиш Н.В.</b> Реалізація концепції соціально-етичного маркетингу в стратегіях розвитку fashion-брендів. <i>Потенціал сталого розвитку в умовах регіональних та глобальних викликів / Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges</i> : Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 29-31 травня 2024 року, Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія). Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. С. 19-23. URL: <a href="http://mmix.cv.ua/mizhnarodna-diyalnist/programa-ii-mizhnarodnoyi-naukovo-praktychnoyi-konferentsiyi-potentsial-stalogo-rozvytku-v-umovah-suchasnyh-regionalnyh-ta-globalnyh-vyklykiv">http://mmix.cv.ua/mizhnarodna-diyalnist/programa-ii-mizhnarodnoyi-naukovo-praktychnoyi-konferentsiyi-potentsial-stalogo-rozvytku-v-umovah-suchasnyh-regionalnyh-ta-globalnyh-vyklykiv</a>	0,36	кафедральна
	<b>Буднікевич І.М., Охотська К.О.</b> Особливості маркетингу франшизи. <i>Потенціал сталого розвитку в умовах регіональних та глобальних викликів / Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges</i> : Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 29-31 травня 2024 року, Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія). Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. С. 23-25. URL: <a href="http://mmix.cv.ua/mizhnarodna-diyalnist/programa-ii-mizhnarodnoyi-naukovo-praktychnoyi-konferentsiyi-potentsial-stalogo-rozvytku-v-umovah-suchasnyh-regionalnyh-ta-globalnyh-vyklykiv">http://mmix.cv.ua/mizhnarodna-diyalnist/programa-ii-mizhnarodnoyi-naukovo-praktychnoyi-konferentsiyi-potentsial-stalogo-rozvytku-v-umovah-suchasnyh-regionalnyh-ta-globalnyh-vyklykiv</a>	3/0,22	кафедральна
	<b>Буднікевич І. М., Клипач А. І.</b> Стрімінг як інноваційна технологія маркетингу. Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій : матеріали I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (24 травня 2024 р). Луцьк: ЛНТУ, 2024. С.147-150	3/0,17	кафедральна
	<b>Буднікевич І.М., Бахраков Д.А.</b> Роль маркетингу у розвитку екосистеми університету. <i>Інформаційні технології маркетингу і менеджменту в умовах трансформаційних змін</i> : матеріали міжнар. наук.-практ. конференції (м. Хмельницький, 28-29 лютого 2024 р.). Хмельницький: Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, 2024. С. 35-39. ISBN 978-3-98924-013-1	5/0,23	кафедральна

	<p><b>Бурдяк О.М.,</b> Козуб І.І. Специфіка маркетингу підприємства сільгоспвиробника на ринку яблук. <i>Потенціал сталого розвитку в умовах регіональних та глобальних викликів / Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges</i>: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 29-31 травня 2024 року, Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія). Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. С. 31-33. ISBN 978-966-423-865-3.</p> <p>URL:  <a href="https://drive.google.com/file/d/1gOT9SYLrRwldChxx6LCJoLd7AiBQxFCl/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1gOT9SYLrRwldChxx6LCJoLd7AiBQxFCl/view?usp=sharing</a></p>	3/0,15	кафедральна
	<p><b>Вардеванян В.А.</b> До питання аналізу ринку реклами України. // <i>Потенціал сталого розвитку в умовах регіональних та глобальних викликів / Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges</i>: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 29-31 травня 2024 року, Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія). Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. 136 с. - С. 27-29, ISBN 978-966-423-865-3</p>	3/0,15	кафедральна
	<p><b>Вардеванян В.А.</b> Айдентика вулиць та брендинг міста: аспекти формування бренду Чернівців // <i>Мистецтво як культурно-освітній бренд: проблеми і пріоритети розвитку</i> : збірник матеріалів I Міжнародного симпозіуму, присвяченого 70-річчю членства України в ЮНЕСКО (24-26 квітня 2024 року, м. Чернівці) / за заг. ред. І.І. Бойчук. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. 544 с. – С. 48-52. – URL: <a href="https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/10106">https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/10106</a>, ISBN 978-966-423-855-4</p>	5/0,23	кафедральна
	<p><b>Вардеванян В.А.,</b> Мукоєд А.В. Про дизайн рекламних кампаній. // <i>Економічний та соціальний розвиток у контексті правового регулювання та глобальних викликів</i> : збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Житомир, 16 листопада 2024 р.). Житомир: ЦФЕНД, 2024. 55 с. – С. 44-45. – URL: <a href="https://www.economics.in.ua/2024/11/16.html">https://www.economics.in.ua/2024/11/16.html</a></p>	2/0,1	кафедральна
	<p><b>Zrybnieva I.</b> Logistics Management Strategies in the Face of Market Uncertainty and Global Risks. /Mieniyailova, H. &amp; Zrybnieva, I./ World conference on future innovations and sustainable solutions, Futurity Publishing, 2024. ISBN: 978-1-910129-36-4  <a href="https://futurity-proceedings.com/index.php/home/article/view/70/69">https://futurity-proceedings.com/index.php/home/article/view/70/69</a></p>	6/0,31	кафедральна
	<p><b>Зрибнева І.П.,</b> Зрибнева К.С. Проблеми розвитку інфраструктури автомобільного транспорту в Україні. <i>Потенціал сталого розвитку в умовах регіональних та глобальних викликів / Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges</i>: Матеріали Міжн. науково-практичної конференції, 29-31 травня 2024 року, Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія). Чернівці :Чернівець. нац. ун-т ім.</p>	2/0,15	кафедральна

	<p>Ю. Федьковича, 2024. 136 с. С. 57-59.  ISBN: 978-966-423-865-3  <a href="http://mmix.cv.ua/wp-content/uploads/ZbirnykTez- -20.06.pdf">http://mmix.cv.ua/wp-content/uploads/ZbirnykTez- -20.06.pdf</a></p>		
	<p><b>Зрибнєва І.П.</b> Використання технологічних інновацій в маркетингу нерухомості. II Міжнародна науково-практична конференція «Інноваційні технології маркетингу та менеджменту в умовах трансформаційних змін». 28-29 лютого 2024 р. 2024. С. 100-102. ISBN: 978-3-98924-013-1  <a href="https://de.promonograph.org/index.php/de/catalog/view/mges03-2024/30/57">https://de.promonograph.org/index.php/de/catalog/view/mges03-2024/30/57</a></p>	3/0,17	кафедральна
	<p><b>Бабух І. Б., Ковальов Д. Г.</b> Мультиканальний маркетинг як засіб побудови цілісного образу бренду й інструмент формування клієнтської цінності. <i>Світ наукових досліджень</i>. Випуск 35: матеріали Міжнародної мультидисциплінарної наукової інтернет-конференції (м. Тернопіль, Україна, м. Ополе, Польща, 20-21 листопада 2024 р.) / за ред. : О. Патряк та ін. ГО “Наукова спільнота”, WSZIA w Opolu. Тернопіль: ФО-П Шпак В.Б. 2024. С. 16-18.  <a href="https://www.economy-confer.com.ua/full-article/5870/">https://www.economy-confer.com.ua/full-article/5870/</a>  <b>ISSN 2786-6823 (print)</b></p>	3/0,12	кафедральна
	<p><b>Бабух І., Нікіфоров П., Книжницька К.</b> Наукова діяльність та сучасне світосприйняття. <i>International Scientific Conference Transformation of the Economic System in the Modern Context: Processes, Strategies, Technologies : Conference Proceedings</i> (May 30-31, 2024. Leipzig, Germany). Riga, Latvia : Baltija Publishing. P. 87-89.  <a href="https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/10770">https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/10770</a>  <b>ISBN: 978-9934-26-447-4</b></p>	3/0,13	кафедральна
	<p><b>Babukh I., Berdnyk I.</b> Цифровізація й активність маркетингового інструментарію підприємницької діяльності. <i>International Scientific Conference Science in the Modern World: Prospects and Directions of Development : Conference Proceedings</i>, May 17-18, 2024. Riga, Latvia : Baltija Publishing. P. 82-84.  <a href="https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/10769">https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/10769</a>  <b>ISBN 978-9934-26-438-2</b></p>	3/0,12	кафедральна
	<p><b>Babukh I., Nikiforov P.</b> Цифровий банківський маркетинг : становлення та розвиток в Україні. <i>International Scientific Conference Science in the Modern World: Prospects and Directions of Development : Conference Proceedings</i>, May 17-18, 2024. Riga, Latvia : Baltija Publishing, 100 pages. P. 85-87.  <a href="https://doi.org/10.30525/978-9934-26-438-2-23">https://doi.org/10.30525/978-9934-26-438-2-23</a>  <b>ISBN 978-9934-26-438-2</b></p>	3/0,12	кафедральна
	<p><b>Бабух І. Б.</b> Штучний інтелект як різновид економічного ресурсу : перспективи розвитку в маркетингу. <i>Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій</i> : матеріали I Міжнародної науково-практичної</p>	3/0,13	кафедральна

	<i>інтернет-конференції (24 травня 2024 р).</i> Луцьк: ЛНТУ, 2024. С. 76-78. <a href="https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/10771">https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/10771</a>		
	<b>Бабух І. Б., Залевський С. В.</b> Цифровий банківський маркетинг : основні інструменти й особливості сучасного застосування. <i>Фінансові інструменти сталого розвитку економіки</i> : матер. 6-ої міжнар. наук.-практ. конференції (Чернівці, 18 квітня 2024 р.). Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. С. 211-213. <a href="https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/10268">https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/10268</a> <b>ISBN 978-966-423-848-6</b>	4/0,15	кафедральна
	<b>Babukh I., Havrysh I.</b> Цінова стратегія підприємств у системі маркетингового аналізу. <i>International Scientific Conference Innovation and investment mechanisms for the development of international relations and market economy : Conference Proceedings</i> (April 5-6, 2024. Kielce, Poland). Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2024. P. 93-95. <a href="https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/10773">https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/10773</a> <b>ISBN: 978-9934-26-417-7</b>	4/0,16	кафедральна
	<b>Бабух І. Б., Нікіфоров П. С.</b> Методологія економічної науки : зміни в сучасній парадигмі. <i>Інноваційні технології маркетингу і менеджменту в умовах трансформаційних змін</i> : тези доп. II Міжнар. наук.-практ. конф. (28-29 лютого 2024 р., м. Хмельницький). Хмельницький : ХКТЕІ, 2024. 255 с. С. 20-21. <a href="https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/10772">https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/10772</a> <b>ISBN 978-3-98924-013-1</b>	3/0,16	кафедральна
	<b>Гавриш І.І., Дорош Р.І.</b> Подієвий маркетинг як інструмент підвищення спортивного іміджу територій України. <i>Інформаційні технології маркетингу і менеджменту в умовах трансформаційних змін: матеріали міжнар. наук.-практ. конференції</i> (м. Хмельницький, 28-29 лютого 2024 р.). Хмельницький: Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, 2024. 253 с. С.78-82.	5/0,2	кафедральна
	Дорош Р., <b>Гавриш І.</b> Вплив міжнародного партнерства на розвиток територіальних громад України. <i>Потенціал сталого розвитку в умовах регіональних та глобальних викликів / Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges</i> : Матеріали Міжн. науково-практичної конференції, 29-31 травня 2024 року, Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія). Чернівці :Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. 136 с. С. 46-49. <b>ISBN 978-966-423-865-3.</b> URL: <a href="http://mmix.cv.ua/wp-content/uploads/ZbirnykTez_24.pdf">http://mmix.cv.ua/wp-content/uploads/ZbirnykTez_24.pdf</a> .	3/0,17	кафедральна
	Babukh I., Havrysh I. Price strategy of enterprises in the marketing analysis system. <i>International Scientific Conference Innovation and investment mechanisms for the development of international relations and market economy</i> : Conference Proceedings (April 5–6, 2024. Kielce, Poland). Riga,	4/0,2	кафедральна

	Latvia: Baltija Publishing, 93-96 p.		
4.3.1	Харабара В.М., <b>Гордіца Т.М.</b> Пріоритети розвитку ринку пайових та боргових цінних паперів в Україні. <i>Фінансові інструменти сталого розвитку економіки</i> : матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції (Чернівці, 18 квітня 2024 р.). Чернівці: Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024, С. 227-230. URL: <a href="https://drive.google.com/file/d/18iFc3xkgav0paX8cz2S8K_Jku3HIDE4s/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/18iFc3xkgav0paX8cz2S8K_Jku3HIDE4s/view?usp=sharing</a> . ISBN 978-966-423-848-6	4/0,18	кафедральна
	<b>Гордіца Т.М.,</b> <i>Пецей В.Я.</i> Екологічна пропаганда, як елемент комунікаційної політики еколого-орієнтованого підприємства в умовах сталого розвитку. <i>Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій</i> : матеріали I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (24 травня 2024 р). Луцьк: ЛНТУ, 2024. С.152-154. URL: <a href="https://drive.google.com/file/d/13PvtPE5Eoli6Ah1fzGwNrp7CyMnL33jG/edit">https://drive.google.com/file/d/13PvtPE5Eoli6Ah1fzGwNrp7CyMnL33jG/edit</a>	3/0,16	кафедральна
	<b>Гордіца Т.М.</b> Сучасні проблеми управління маркетинговою політикою розподілу вітчизняних підприємств-виробників органічної продукції в контексті сталого розвитку. <i>Потенціал сталого розвитку в умовах регіональних та глобальних викликів / Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges</i> : Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 29-31 травня 2024 року, Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія). Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. С. 44-45. ISBN 978-966-423-865-3. URL: <a href="https://drive.google.com/file/d/1gOT9SYLrRwldChxx6LCJoLd7AiBQxFCI/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1gOT9SYLrRwldChxx6LCJoLd7AiBQxFCI/view?usp=sharing</a>	2/0,15	кафедральна
	<b>Фень К.С.</b> Система управління ризиками в маркетинговій стратегії підприємства. <i>Потенціал сталого розвитку в умовах регіональних та глобальних викликів / Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges</i> : Матеріали Міжн. науково-практичної конференції, 29-31 травня 2024 року, Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія). Чернівці :Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. 136 с. С. 123-125. ISBN 978-966-423-865-3. URL: <a href="http://mmix.cv.ua/wp-content/uploads/ZbirnykTez_24.pdf">http://mmix.cv.ua/wp-content/uploads/ZbirnykTez_24.pdf</a> .	3/0,16	кафедральна
	Олексишин О., <b>Нікульча В.А.</b> Маркетинг взаємовідносин у діяльності торговельних підприємств / <i>Innovative technologies of marketing and management in conditions of transformational changes</i> : theses of the report of the II International Scientific and Practical Conference (February 28-29, 2024, Khmelnytskyi). С 174-177.	4/0,2	кафедральна
	Кибич С.С., <b>Нікульча В.А.</b> Сутність та особливості Інтернет-маркетингу / <i>Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій</i> :	3/0,16	кафедральна

	матеріали I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (24 травня 2024 р). Луцьк: ЛНТУ, 2024. С. 159-161.		
	<b>Нікульча В.А.</b> Сучасні реалії використання інструментів афілійованого маркетингу. <i>Потенціал сталого розвитку в умовах регіональних та глобальних викликів / Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges</i> : Матеріали Міжн. науково-практичної конференції, 29-31 травня 2024 року, Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія). Чернівці :Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. 136 с. С.98-100. ISBN 978-966-423-865-3. URL: <a href="http://mmix.cv.ua/wp-content/uploads/ZbirnykTez_24.pdf">http://mmix.cv.ua/wp-content/uploads/ZbirnykTez_24.pdf</a> .	3/0,16	кафедральна
	<b>Крупенна І.А., Баранюк Д.С.</b> Особливості маркетингової підтримки у франчайзинговій моделі розвитку туристичного бізнесу. <i>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</i> , 29-31 травня 2024 року, Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія). – Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2024. 132 с. С. 77-81. URL: <a href="http://surl.li/lkdclv">http://surl.li/lkdclv</a> ISBN 978-966-423-865-3 (online)	5/0,2	кафедральна
	<b>Крупенна І.А., Крупенний Я.С., Семенович В.</b> Напрямки використання маркетингових інструментів в програмах розвитку заміських закладів готельного бізнесу регіону. <i>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</i> , 29-31 травня 2024 року, Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія). Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2024. 132 с. С.81-84. URL: <a href="http://surl.li/lkdclv">http://surl.li/lkdclv</a> ISBN 978-966-423-865-3 (online)	4/0,18	кафедральна
	<b>Крупенна І. А., Крупенний Я.С., Федюк Н.В.</b> Напрямки оновлення маркетингової діяльності ресторанів з урахуванням ринкових тенденцій. <i>Інформаційні технології маркетингу і менеджменту в умовах трансформаційних змін: матеріали міжнар. наук.-практ. конференції</i> (м.Хмельницький, 28-29 лютого 2024 р.). Хмельницький: Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, 2024. 132-137 с. DOI <a href="https://doi.org/10.30890/978-3-98924-013-1.2024">https://doi.org/10.30890/978-3-98924-013-1.2024</a> ISBN 978-3-98924-013-1	6/0,275	кафедральна
	<b>Бабух І., Венгер Є.</b> Цифрові технології в аналізі маркетингових комунікацій підприємств сфери ритейлу. <i>Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти становлення</i> (випуск 86): матеріали Міжнародної наукової інтернет-конференції, (м. Тернопіль, Україна, м. Ополь, Польща, 12-13 березня 2024 р.) / редкол. : О. Патряк та ін. ГО «Наукова спільнота», WSZIA w Opolu. Тернопіль : ФО-П Шпак В.Б. 2024. 122 с. С. 60-62 URL:	3/0,16	кафедральна

	<a href="https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/10774?show=full">https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/10774?show=full</a>		
	<p><b>Babukh I., Venher E.</b> Hypothesis in the system of marketing research methodology. International Scientific Conference <i>Transformation processes of the economic system in the context of modern challenges</i> : Conference Proceedings (February 2-3, 2024. Klaipeda, Lithuania). Riga, Latvia : Baltija Publishing, 292 pages. P. 189-191. URL:</p> <p><a href="https://archer.chnu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/9240/%d0%9b%d0%b8%d1%82%d0%b2%d0%b0_%d0%9a%d0%bb%d0%b0%d0%b9%d0%bf%d0%b5%d0%b4%d0%b0_2-3%20%d0%bb%d1%8e%d1%82%d0%be%d0%b3%d0%be_2024%20%281%29.pdf?sequence=1&amp;isAllowed=y">https://archer.chnu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/9240/%d0%9b%d0%b8%d1%82%d0%b2%d0%b0_%d0%9a%d0%bb%d0%b0%d0%b9%d0%bf%d0%b5%d0%b4%d0%b0_2-3%20%d0%bb%d1%8e%d1%82%d0%be%d0%b3%d0%be_2024%20%281%29.pdf?sequence=1&amp;isAllowed=y</a></p>	3/0,16	кафедральна
	<p><b>Романюк Н.В.</b> Політико-правові чинники трансформації регіональної освітньої мереж. <i>Потенціал сталого розвитку в умовах регіональних та глобальних викликів / Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges</i>: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 29-31 травня 2024 року, Чернівці (Україна) - Сучава (Румунія). Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. 110 с. ISSN: 978-966-423-865-3</p> <p>URL: <a href="http://mmix.cv.ua/wp-content/uploads/ZbirnykTez- -20.06.pdf">http://mmix.cv.ua/wp-content/uploads/ZbirnykTez- -20.06.pdf</a></p>	2/0,15	кафедральна
	<p><b>Романюк Н.В.,</b> Томенчук Т. Збутова діяльність підприємства на ринку товарів і послуг. <i>Innovative technologies of marketing and management in the conditions of transformational changes</i>. Abstracts of reports of the II International Scientific and Practical Conference February 28–29, 2024. 195-199. ISSN: 978-3-98924-013-1</p> <p>URL: <a href="https://de.promonograph.org/index.php/de/catalog/book/mges03-2024">https://de.promonograph.org/index.php/de/catalog/book/mges03-2024</a></p>	5/0,2	кафедральна
	<p><b>Кыфяк О.</b> Creative economy as a tool of the regional markets development. Proceedings of the IV International Scientific and Practical Conference “<i>Contemporary challenges of society and ways to overcome them</i>” (January 30 - February 02, 2024) Tallinn, Estonia. 2024. 297 p. Pp. 115-117. ISBN – 979-8-89292-745-1</p> <p>URL: <a href="https://isg-konf.com/contemporary-challenges-of-society-and-ways-to-overcome-them/">https://isg-konf.com/contemporary-challenges-of-society-and-ways-to-overcome-them/</a></p>	3/0,17	кафедральна
	<p><b>Кифяк О.,</b> Кифяк В. Транскордонна співпраця – шлях до підвищення резилієнтності економіки прикордонного регіону в умовах війни. <i>Фінансово-економічні, соціальні та правові аспекти розвитку регіонів: загрози та виклики</i> : матеріали Міжн. науково-практичної конференції, м. Чернівці, 24 травня 2024 р. Чернівці : Технодрук, 2024. 432 с. С. 261-264. ISBN 978-617-8034-47-4. URL: <a href="http://chtei-knteu.cv.ua/ua/content/download/subsection/nayka/konf_24_05_2024.pdf">http://chtei-knteu.cv.ua/ua/content/download/subsection/nayka/konf_24_05_2024.pdf</a></p>	4/0,2	кафедральна
	<p><b>Кифяк О.В.</b> Вплив креативної економіки на функціонування регіональних ринків. <i>Потенціал сталого розвитку в умовах</i></p>	3/0,17	кафедральна

	<i>регіональних та глобальних викликів / Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges</i> : Матеріали Міжн. науково-практичної конференції, 29-31 травня 2024 року, Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія). Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2024. 132 с. С. 79-81. URL: <a href="http://mmix.cv.ua/wp-content/uploads/ZbirnykTez_24.pdf">http://mmix.cv.ua/wp-content/uploads/ZbirnykTez_24.pdf</a> .		
	<b>Кифяк О.В.,</b> Кеніг М.В. Цифрові інструменти креативних індустрій в умовах розвитку цифрових технологій. <i>Інженерні інновації та розбудова національної економіки</i> : матеріали I Міжн. наук.-практ. конференції Інженерного навчально-наукового інституту ім. Ю. М. Потебні (09–10 травня 2024 року, м. Запоріжжя). Інж. навч.-наук. інститут ім. Ю. М. Потебні Запорізького нац. ун-ту. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2024. 1020 с. С.105-108. ISBN 978-617-554-288-0 URL: <a href="https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/10715?show=full">https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/10715?show=full</a>	4/0,2	кафедральна
	<b>Ковбас Г. І.</b> Оцінка мотивації маркетингу персоналу в умовах кризи / <i>Потенціал сталого розвитку в умовах регіональних та глобальних викликів / Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges</i> : Матеріали Міжн. науково-практичної конференції, 29-31 травня 2024 року, Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія). Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2024. 132 с. С. 79-81. URL: <a href="http://mmix.cv.ua/wp-content/uploads/ZbirnykTez_24.pdf">http://mmix.cv.ua/wp-content/uploads/ZbirnykTez_24.pdf</a>	2/0,1	кафедральна
	<b>Юрій Т.П.</b> Особливості використання інфлюенс-маркетингу у маркетинговій стратегії комунікації. <i>Потенціал сталого розвитку в умовах регіональних та глобальних викликів / Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges</i> : Матеріали Міжн. науково-практичної конференції, 29-31 травня 2024 року, Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія). Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2024. 132 с. С. 169-171. URL: <a href="http://mmix.cv.ua/wp-content/uploads/ZbirnykTez_24.pdf">http://mmix.cv.ua/wp-content/uploads/ZbirnykTez_24.pdf</a>	3/0,15	кафедральна
<b>5</b>	<b>Патенти та авторські свідоцтва. Вказати посилання</b>		
<b>5.1</b>	<b>Отримано патентів України на винахід</b>		
5.1.1	Бібліографічний опис згідно ДСТУ 8302:2015		
<b>5.2</b>	<b>Отримано патентів України на корисну модель</b>		
5.2.1	Бібліографічний опис згідно ДСТУ 8302:2015		
<b>5.3</b>	<b>Отримано охоронних документів на інші види ОПІВ, які не описані у п.5.1, 5.2</b>		
5.3.1	Бібліографічний опис згідно ДСТУ 8302:2015		
<b>5.4</b>	<b>Отримано охоронних документів на ОПІВ інших країн</b>		

5.4.1	<i>Бібліографічний опис згідно ДСТУ 8302:2015</i>		
5.5	<b>Подано заявок на отримання охоронних документів на ОПВ України та інших країн</b>		
5.5.1	<i>Бібліографічний опис згідно ДСТУ 8302:2015</i>		
6.	<b>Впровадження та використання наукових або науково-технічних (прикладних) результатів</b>		
6.1.	<b>Господарських договорів, од./тис. грн.</b>		
6.1.1	<i>Вказати реквізити угоди, назву роботи, замовника</i>		
6.2.	<b>Грантових угод (державного рівня), од./тис. грн. (вказати реквізити угоди, назву роботи, замовника)</b>		
6.2.1	<i>Вказати реквізити угоди, назву роботи, замовника</i>		
6.3	<b>Грантових угод (міжнародного рівня), од./тис. грн. (вказати реквізити угоди, назву роботи, замовника)</b>		
6.3.1	<i>Вказати реквізити угоди, назву роботи, замовника</i>		
6.4.	<b>Інші угоди, які не увійшли до п.6.1-6.3, од./тис. грн. (вказати реквізити угоди, назву роботи, замовника)</b>		
6.4.1	<i>Вказати реквізити угоди, назву роботи, замовника</i>		
6.5.	<b>Подано заявок на державні, міжнародні наукові гранти (окрім індивідуальних)</b>		
6.5.1	<i>Вказати реквізити угоди, назву роботи, замовника</i>		
7	<b>Перелік публікацій студентів</b>		
7.1.1	<i>Бібліографічний опис згідно ДСТУ 8302:2015, ISSN, ISBN</i>		
	<i>Бойчук Л., науковий керівник Гавриш І.І. Актуальність нейромаркетингу у маркетингових дослідженнях поведінки споживачів. Матеріали студентської наукової конференції Чернівецького національного університету (16–18 квітня 2024 року). Економічний факультет. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. С. 21-22.</i>	2/0,1	кафедральна
	<i>Гиршкан О., науковий керівник Гавриш І.І. Сучасні тенденції в SMM. Матеріали студентської наукової конференції Чернівецького національного університету (16–18 квітня 2024 року). Економічний факультет. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. С. 41-42.</i>	2/0,1	кафедральна
	<i>Луцол І. Вплив пандемії Covid-19 та війни на ринок реклами в Україні (наук. керівник В. Вардеванян). Матеріали студентської наукової конференції Чернівецького національного університету (16–18 квітня 2024 року). Економічний факультет. – Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. – 170 с. – С.49-50. URL:</i>	2/0,1	кафедральна

	<a href="https://www.chnu.edu.ua/media/wbdd4vbk/ekonom_2024.pdf">https://www.chnu.edu.ua/media/wbdd4vbk/ekonom_2024.pdf</a>		
	<i>Кирилюк С.</i> Науковий керівник доц. <b>Гордіца Т.М.</b> Музейний продукт: сучасні тренди у культурному розвитку Чернівецької області. Матеріали студентської наукової конференції Чернівецького національного університету (16-18 квітня 2024 року). Економічний факультет. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. С. 67-68. URL: <a href="https://www.chnu.edu.ua/media/wbdd4vbk/ekonom_2024.pdf">https://www.chnu.edu.ua/media/wbdd4vbk/ekonom_2024.pdf</a> .	2/0,1	кафедральна
	<i>Євчук А.</i> , науковий керівник <b>Кифяк О.В.</b> Особливості концепції комплексу маркетингу в e-commerce. Матеріали студентської наукової конференції Чернівецького національного університету (квітень-травень 2024 року). Економічний факультет. Чернівці: Чернівец. нац. ун-т ім.Ю. Федьковича, 2024. С. 57-58. <a href="https://www.chnu.edu.ua/media/wbdd4vbk/ekonom_2024.pdf">https://www.chnu.edu.ua/media/wbdd4vbk/ekonom_2024.pdf</a>	2/0,1	кафедральна
	<i>Миронова С.О.</i> , науковий керівник <b>Бурдяк О.М.</b> Проблеми в управління маркетинговою комунікаційною політикою комерційних підприємств на споживчому ринку. <i>Перспективи розвитку науки, освіти і суспільства в контексті євроінтеграції:</i> збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Ізмаїл, 31 жовтня 2024 р.): у 2 ч. Ізмаїл: ЦФЕНД, 2024. Ч. 2. 59 с., С. 27-28. URL: <a href="https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/FMfcgzQXKhDwbhsjBbDhXwbjPgZzJVbc?projector=1&amp;messagePartId=0.1">https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/FMfcgzQXKhDwbhsjBbDhXwbjPgZzJVbc?projector=1&amp;messagePartId=0.1</a>	2/0,1	кафедральна
	<i>Миронова С.О.</i> , науковий керівник <b>Бурдяк О.М.</b> Маркетингова комунікаційна політика як важливий елемент комплексу маркетингу підприємства. <i>Сучасний стан економіки, фінансів, обліку і права та їх основні проблеми:</i> збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 30 жовтня 2024 р.). Полтава: ЦФЕНД, 2024. 71 с., С. 43-44. URL: <a href="https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/FMfcgzQXKhDwbhsjBbDhXwbjPgZzJVbc?projector=1&amp;messagePartId=0.2">https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/FMfcgzQXKhDwbhsjBbDhXwbjPgZzJVbc?projector=1&amp;messagePartId=0.2</a>	2/0,1	кафедральна
	<i>Миронова С.О.</i> , науковий керівник <b>Бурдяк О.М.</b> Дослідницька компетентність як складова професійної підготовки майбутнього маркетолога. <i>Молодь і науковий прогрес у соціально-економічному та освітньому просторі суспільства:</i> збірник тез доповідей VI міжнародної наукової студентської конференції (Кам'янець Подільський, 20-21. листопада 2024 р.). Кам'янець Подільський: КПДІ, 2024. URL: <a href="https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/FMfcgzQXKhDwbhsjBbDhXwbjPgZzJVbc?projector=1&amp;messagePartId=0.4">https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/FMfcgzQXKhDwbhsjBbDhXwbjPgZzJVbc?projector=1&amp;messagePartId=0.4</a>	3/0,15	кафедральна
	<i>Білак А.</i> , науков.керівник <b>Зрибнева І.П.</b> Вдосконалення логістичних процесів в умовах невизначеності. <i>Матеріали студентської наукової конференції Чернівецького національного університету (квітень-травень 2024 року).</i> Економічний факультет. Чернівці: Чернівец. нац.	2/0,9	кафедральна

	ун-т ім.Ю. Федьковича, 2024. Стор. 17-18. <a href="https://www.chnu.edu.ua/media/wbdd4vbk/ekonom_2024.pdf">https://www.chnu.edu.ua/media/wbdd4vbk/ekonom_2024.pdf</a>		
	<i>Лукавецький Б.</i> , науков. керівник <b>Зрибнєва І.П.</b> Сучасні проблеми та перспективи будівельного ринку України. <i>Матеріали студентської наукової конференції Чернівецького національного університету (квітень-травень 2024 року). Економічний факультет. Чернівці: Чернівець. нац. ун-т ім.Ю. Федьковича, 2024. Стор. 83-84.</i> <a href="https://www.chnu.edu.ua/media/wbdd4vbk/ekonom_2024.pdf">https://www.chnu.edu.ua/media/wbdd4vbk/ekonom_2024.pdf</a>	2/0,9	кафедральна
	<i>Миронова С.</i> , науков. керівник <b>Зрибнєва І.П.</b> Проблеми логістичної діяльності під час війни в Україні. <i>Міжнародна науково-практична конференція «Перспективи розвитку науки, освіти, технологій та суспільства в контексті євроінтеграції» (2 травня 2024 р.) ЦФЕНД, 2024. Стор. 52-53.</i> <a href="https://www.economics.in.ua/2024/05/02.html">https://www.economics.in.ua/2024/05/02.html</a>	2/0,13	кафедральна
<b>8.</b>	<b>Презентація та поширення наукових результатів</b>		
<b>8.1</b>	<b>Організація наукових конференцій (члени оргкомітету)</b>		
8.1.1	II Міжнародна науково-практична конференція «Потенціал сталого розвитку в умовах сучасних регіональних та глобальних викликів» (м. Чернівці (Україна) – м. Сучава (Румунія), 29-31 травня 2024 р.) <b>Буднікевич І. М., Кифяк О. В., Крупенна І. А., Фень К. С., Крупенний Я. С.</b>		
<b>8.2</b>	<b>Представлення наукових результатів на міжнародних, всеукраїнських та регіональних виставках, інноваційних фестивалях, конкурсах стартапів, хакатонах, акселераційних програмах, од</b>		
8.2.1	<i>Вказати назву заходу, які результати представлялися, ППП учасників заходу від кафедри</i>		
	18-й Український студентський фестиваль реклами» (1.03.2024 р., м. Київ) у номінації «Друкована реклама», серія робіт «La Felicità», <i>Главіцка Дарина</i> (студентка спеціальності «Маркетинг», 275 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	18-й Український студентський фестиваль реклами» (1.03.2024 р., м. Київ) у номінації «Друкована реклама», серія робіт «Love OREO», <i>Главіцка Дарина</i> (студентка спеціальності «Маркетинг», 275 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	XI Міжнародний фестиваль соціальної реклами «Інший погляд»» (20.04.2024 р., м. Київ), серія робіт «Joint Forces!», <i>Юстина Вайпан</i> (студентка спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	XI Міжнародний фестиваль соціальної реклами «Інший погляд»» (20.04.2024 р., м. Київ), робота «HELP», <i>Пашняк Катерина</i> (студентка		

	спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	XI Міжнародний фестиваль соціальної реклами «Інший погляд» (20.04.2024 р., м. Київ), робота «Ментальне здоров'я в умовах війни. ПТСР», <i>Бабич Ангеліна, Мельничук Марія-Юліана, Твердохліб Давид</i> (студенти спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	XI Міжнародний фестиваль соціальної реклами «Інший погляд» (20.04.2024 р., м. Київ), робота «3 Днем єдності!», <i>Євген Гогунський, Сабіна Скрипкару</i> (студенти спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	XI Міжнародний фестиваль соціальної реклами «Інший погляд» (20.04.2024 р., м. Київ), робота «3 Днем єдності!», робота «Save Ukraine Ecology», <i>Кривуля Ярослав, Кеніг Аліса</i> (студенти спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	XI Міжнародний фестиваль соціальної реклами «Інший погляд» (20.04.2024 р., м. Київ), робота «Ми б'ємося за те, чому нема ціни в усьому світі, - за Батьківщину», <i>Рознай Амалія</i> (студентка спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	XI Міжнародний фестиваль соціальної реклами «Інший погляд» (20.04.2024 р., м. Київ), робота «ЕМІГРАЦІЯ 2024», <i>Костик Артем, Черногуз Валентина</i> (студенти спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	XI Міжнародний фестиваль соціальної реклами «Інший погляд» (20.04.2024 р., м. Київ), робота «Дбай про своє здоров'я одразу!», <i>Компанієць Варвара</i> (студентка спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	XI Міжнародний фестиваль соціальної реклами «Інший погляд» (20.04.2024 р., м. Київ), робота «Україна незламна», <i>Балан Каріна</i> (студентка спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	XI Міжнародний фестиваль соціальної реклами «Інший погляд» (20.04.2024 р., м. Київ), робота «Наша культура сильніша за будь-яку зброю», <i>Вовчук Катерина</i> (студентка спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	XI Міжнародний фестиваль соціальної реклами «Інший погляд» (20.04.2024 р., м. Київ), робота «Героям Слава!», <i>Крістіна Тодорюк,</i>		

	<i>Діана Чистякова</i> (студентки спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	XI Міжнародний фестиваль соціальної реклами «Інший погляд» (20.04.2024 р., м. Київ), робота «Пам'ятай кожного, хто боровся за Україну», <i>Симака Марія</i> (студентка спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	XI Міжнародний фестиваль соціальної реклами «Інший погляд» (20.04.2024 р., м. Київ), робота «Don`t Forget», <i>Осадчук Аліна, Осадчук Вікторія</i> (студентки спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	XI Міжнародний фестиваль соціальної реклами «Інший погляд» (20.04.2024 р., м. Київ), робота «Популяризуй Своє», <i>Марія Дмитрієва, Віра Швець</i> (студентки спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	XI Міжнародний фестиваль соціальної реклами «Інший погляд» (20.04.2024 р., м. Київ), робота «Stop War», <i>Луцик Оксана</i> (студентка спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	XI Міжнародний фестиваль соціальної реклами «Інший погляд» (20.04.2024 р., м. Київ), робота «Ментальне здоров'я під час війни», <i>Сауткіна Альбіна</i> (студентка спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	VI Міжнародний конкурс для студентів і школярів "Реклама-Фест" в секції "Друкована реклама" з серією рекламних постерів "La felicita pizza" (16-17.05.2024, м. Одеса), <i>Дарина Главіцька</i> (студентка спеціальності «Маркетинг», 275 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	VI Міжнародний конкурс для студентів і школярів "Реклама-Фест" в секції "Соціальна реклама" з серією плакатів «Joint Forces» (16-17.05.2024, м. Одеса), <i>Вайпан Юстина</i> (студентка спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	VI Міжнародний конкурс для студентів і школярів "Реклама-Фест" в секції "Зовнішня реклама" з серією рекламних постерів "Еліт-Фрукт" (16-17.05.2024, м. Одеса), <i>Юлія Головатенко</i> (студентка спеціальності «Маркетинг», 275 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	VI Міжнародний конкурс для студентів і школярів "Реклама-Фест" в секції "Сувенірна реклама і POS-матеріали" (16-17.05.2024, м. Одеса), <i>Юлія Головатенко, Анна Нечаєва та Юлія Паламарчук</i> (студентки		

	спеціальності «Маркетинг», 275 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	Національні рекламні конкурси ADC*UA Awards 2024 і Ukrainian Design: The Very Best Of 2024 в категорії Young & Students/ Student of the Year – Graphic Design/Product Design (30-31 травня 2024 р.), серія рекламних постерів "Еліт-Фрукт", <i>Юлія Головатенко</i> (студентка спеціальності «Маркетинг», 275 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	Національні рекламні конкурси ADC*UA Awards 2024 і Ukrainian Design: The Very Best Of 2024 в категорії Young & Students/ Student of the Year – Graphic Design/Product Design (30-31 травня 2024 р.), серія рекламних плакатів «Joint Forces», <i>Вайпан Юстина</i> (студентка спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	Національні рекламні конкурси ADC*UA Awards 2024 і Ukrainian Design: The Very Best Of 2024 в категорії Young & Students/ Student of the Year – Graphic Design/Product Design (30-31 травня 2024 р.), серія рекламних постерів "La felicită pizza", <i>Дарина Главіцка</i> (студентка спеціальності «Маркетинг», 275 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	9-й Міжнародний конкурс "Кращий маркетолог" організований Центром маркетингу в м. Сучава (м. Сучава, Румунія), <i>Аміхалакіоас Дмитро</i> (студент спеціальності «Маркетинг», 475 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	9-й Міжнародний конкурс "Кращий маркетолог" організований Центром маркетингу в м. Сучава (м. Сучава, Румунія), <i>Кокоячук Анастасія</i> (студентка спеціальності «Маркетинг», 475 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	10-й Міжнародний конкурс "Кращий маркетолог" організований Центром маркетингу в м. Сучава (м. Сучава, Румунія), <i>Гогунський Євген, Осадчук Аліна та Осадчук Вікторія</i> (студенти/ки спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	VI Міжнародний конкурс реклами «DO.IT ADS» у номінації «Стійкий Дух» (15.06.2024, м. Київ), <i>Балан Каріна</i> (студентка спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	VI Міжнародний конкурс реклами «DO.IT ADS» у номінації «Стійкий Дух» (15.06.2024, м. Київ), серія робіт «Joint Forces!», <i>Юстина Вайпан</i> (студентка спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	VI Міжнародний конкурс реклами «DO.IT ADS» (15.06.2024, м. Київ),		

	робота «З Днем єдності!», <i>Євген Гогунський, Сабіна Скрипкару</i> (студенти спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	VI Міжнародний конкурс реклами «DO.IT ADS» (15.06.2024, м. Київ), робота «Ментальне здоров'я в умовах війни. ПТСР», <i>Бабич Ангеліна, Мельничук Марія-Юліана, Твердохліб Давид</i> (студенти спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	VI Міжнародний конкурс реклами «DO.IT ADS» (15.06.2024, м. Київ), робота «З Днем єдності!», робота «Save Ukraine Ecology», <i>Кривуля Ярослав, Кеніг Аліса</i> (студенти спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	VI Міжнародний конкурс реклами «DO.IT ADS» (15.06.2024, м. Київ), робота «Ми б'ємося за те, чому нема ціни в усьому світі, - за Батьківщину», <i>Рознай Амалія</i> (студентка спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	VI Міжнародний конкурс реклами «DO.IT ADS» (15.06.2024, м. Київ), робота «ЕМІГРАЦІЯ 2024», <i>Костик Артем, Черногуз Валентина</i> (студенти спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	VI Міжнародний конкурс реклами «DO.IT ADS» (15.06.2024, м. Київ), робота «Дбай про своє здоров'я одразу!», <i>Компанієць Варвара</i> (студентка спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	VI Міжнародний конкурс реклами «DO.IT ADS» (15.06.2024, м. Київ), робота «Наша культура сильніша за будь-яку зброю», <i>Вовчук Катерина</i> (студентка спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	VI Міжнародний конкурс реклами «DO.IT ADS» (15.06.2024, м. Київ), робота «Пам'ятай кожного, хто боровся за Україну», <i>Симака Марія</i> (студентка спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	VI Міжнародний конкурс реклами «DO.IT ADS» (15.06.2024, м. Київ), робота «Don't Forget», <i>Осадчук Аліна, Осадчук Вікторія</i> (студентки спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	VI Міжнародний конкурс реклами «DO.IT ADS» у номінації «Вільні люди» (25.06.2024, м. Київ), <i>Тодоріко Мар'яна</i> (студентка спеціальності		

	«Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
	VI Міжнародний конкурс реклами «DO.IT ADS» (15.06.2024, м. Київ), робота «Популяризує Своє», <i>Марія Дмитрієва, Віра Швець</i> (студентки спеціальності «Маркетинг», 175 гр.), наук. керівник <b>Вардеванян В.А.</b>		
<b>8.3.</b>	<b><i>Науково-популярні публікації з метою поширення інформації про результати роботи для загальної (широкої) аудиторії, од</i></b>		
8.3.1	<i>Вказати видання та назву публікації</i>		
<b>8.4.</b>	<b><i>Представлення наукових результатів на науково-популяризаційних заходах (Дні науки, наукові пікніки, тощо)</i></b>		
8.4.1	<i>Вказати назву заходу та ППП представників від кафедри</i>		
<b>8.5</b>	<b><i>Робота в редколегії наукових видань (рецензування статей) SCOPUS, Web of Science</i></b>		
8.5.1	<i>Вказати ППП представників від кафедри</i>		
<b>8.6</b>	<b><i>Робота в експертних радах</i></b>		
	<b>Зрибнєва І.П.</b> експерт НАЗЯВО з 17.11.2020 року 051-Економіка, 075-Маркетинг <a href="https://naqa.gov.ua/експерти/">https://naqa.gov.ua/експерти/</a>		
	<b>Гордіца Т.М.</b> експерт НАЗЯВО з 21.11.2023 року 075-Маркетинг <a href="https://naqa.gov.ua/експерти/">https://naqa.gov.ua/експерти/</a>		
<b>9</b>	<b><i>Перелік статей в рейтингових виданнях, що подані/прийняті до друку</i></b>		
9.1	Iryna Davydenko, Yuliya Khramtsova, <b>Inha Krupenna, Diana Baraniuk</b> , Kateryna Naumik-Gladka. Strategic Management of the Hotel, Restaurant and Tourism Business: The Impact of Innovative and Marketing Strategies on Competitiveness. <i>Pacific Business Review International (PBRI)</i> . Volume 17, issue 6. ISSN 0974-438X(P)		кафедральна
	<b>Зрибнєва І.П.</b> Оптимізація логістичних витрат у виробничих компаніях. Грааль науки, Вип 47, 2024. категорія «Б»: Наказ МОН України № 582 від 24.04.2024 ISSN: 2710-3056/ (подана до друку) <a href="https://journal-grail.science/">https://journal-grail.science/</a>		кафедральна

Завідувач кафедри

маркетингу, інновацій та регіонального розвитку

проф. Ірина БУДНІКЕВИЧ

№	Прізвище, ім'я, по батькові працівника ЗВО	Назва та реквізити публікацій	Назва наукометричної бази
1	Буднікевич Ірина Михайлівна	Budnikevich, Iryna & Kolomytseva, Olena & Rohozian, Yuliia & Krupenna, Inga & Zablodska, Daria. (2021). Positioning of the Amalgamated Territorial Communities of Ukraine through the Sustainable Development in the Conditions of Military Actions. <i>Problemy Ekorozwoju</i> . 16. 103-112. 10.35784/pe.2021.1.11.	Scopus
		Kulish, T., Sokil, Y., Legeza, D., Sokil, O., Budnikevich, I., Diyora, B. (2024). Digitalization of Consumers' Behavior Model in the Dairy Market. In: Semenov, A., Yepifanova, I., Kajanová, J. (eds) <i>Data-Centric Business and Applications. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies</i> , vol 195. Springer, Cham. ISSN 2367-4512 Cite Score (Scopus) = 0,9? Q (SJR Scopus) = 0,128	Scopus
		Nagadeepa, C., Pushpa A., Budnikevich, I., Krupenna, I., Reznik, N., Vitriak, O., Chopei, V. (2024) Trending on the Edge: Social Media's Impact on Gen Z's Dark Thana Tourism Choices. In: El Houry, R. (eds) <i>Technology-Driven Business Innovation: Unleashing the Digital Advantage. Studies in Systems, Decision and Control</i> . vol 540. pp133–145. ISSN 21984182 Cite Score (Scopus) = 1,6 Q (SJR Scopus) = 0,116	Scopus
		Albeshchenko O., Pryhara O., Krupenna I., Budnikevich I., Shevchenko O. (2024) Managing tourism development: deploying successful strategies and techniques. <i>Salud, Ciencia y Tecnología - Serie de Conferencias [Internet]</i> . 2024. 3.: 1135. ISSN:2953-4860 Cite Score (Scopus) = 0,3 Q (SJR Scopus) SNIP 2023 = 0,157	Scopus
		Nagadeepa, C., Pushpa A., Budnikevich, I., Krupenna, I., Reznik, N., Vitriak, O., Chopei, V. (2024) Trending on the Edge: Social Media's Impact on Gen Z's Dark Thana Tourism Choices. In: El Houry, R. (eds) <i>Technology-Driven Business Innovation: Unleashing the Digital Advantage. Studies in Systems, Decision and Control</i> . vol 540. pp133–145. ISSN 21984182 Cite Score (Scopus) = 1,6 Q (SJR Scopus) = 0,116	Scopus
2.	Кифяк Олександр Васильович	Kyfyak O., Kyfyak V. A methodology for calculating individual indicators of tourism activity. <i>Tourism. The Journal of University of Lodz</i> , 2018, 28/1. P. 41-45. ISSN: 0867-5856.	Scopus

		Kyfyak O., Kyfyak V. A cluster approach to the formation of tourism destinations in Western Ukrainian cross-border regions. <i>Turyzm/Tourism</i> , 31 (1), 2021. P. 39–46. ISSN 0867-5856.	Scopus
		Kyfyak O., Kyfyak V., Petrenko O., Harvat O., Bilousko T. Internet advertising as an important tool for business development. <i>Ad Alta: journal of interdisciplinary research</i> . Vol. 12, Issue 2, Special issue XXXI. 2022. P. 110-115. ISSN 1804-7890 (online).	Web of Science
		Kyfyak O., Kyfyak V., Koroliuk Y. Information Technologies in the Strategy for Tourist Destination Development in the Western Ukrainian Border Regions. <i>Studia Regionalne i Lokalne</i> , 91, 2023. P. 118-124. ISSN 1509-4995..	Scopus
		Kyfyak O., Kyfyak V., Kindzerskyi V., Kovbas H., Finagina O., Todorciuk S. The role of digital marketing and logistics in the optimization of business processes of agricultural enterprises. <i>Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development</i> , 45(3), 2023. P. 213–220. ISSN: 1822-6760.	Web of Science