

Таблиця критерію 10. Відповідність наукової спільноти НТУ «ХПІ» напряму тем дисертацій аспірантів кафедри маркетингу Науково-навчального інституту Економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу (ННІ ЕММБ) (відповідно п. 14 Постанови КМУ 44 від 12.01.2022)

<p>Аспірант Група Тема дисертації</p>	<p>Вчені (штатні співробітники НТУ «ХПІ»), які пропонуються до складу членів разових спеціальних рад за наявності не менше трьох наукових публікацій за тематикою дослідження здобувача за умови їх опублікування протягом останніх п'яти років до дня утворення разової ради до яких зараховуються:</p> <p>одноосібні монографії, що рекомендовані до друку вченими радами закладів та пройшли рецензування, крім одноосібних монографій, виданих у державі, визнаній Верховною Радою України державою-агресором. До одноосібних монографій прирівнюються одноосібні розділи у колективних монографіях за тих же умов (для іноземних видань - згідно з вимогами до наукових видань відповідної держави);</p> <p>наукові статті, опубліковані у наукових виданнях, включених на дату опублікування до переліку наукових фахових видань України;</p> <p>наукові статті, опубліковані у періодичних наукових виданнях, проіндексованих у базах даних Web of Science Core Collection та/або Scopus, крім видань держави, визнаної Верховною Радою України державою-агресором.</p> <p>Одноосібна монографія загальним обсягом не менше п'яти авторських аркушів або наукова публікація у періодичному науковому виданні, віднесеному до першого - третього квартилів (Q1-Q3) відповідно до класифікації SCImago Journal and Country Rank або Journal Citation Reports, прирівнюється до двох наукових публікацій.</p> <p>Належність наукового видання до першого - третього квартилів (Q1-Q3) відповідно до класифікації SCImago Journal and Country Rank або Journal Citation Reports визначається згідно з рейтингом у році, в якому опублікована відповідна публікація члена разової ради або у разі, коли рейтинг за відповідний рік не опублікований на дату утворення разової ради, згідно з останнім опублікованим рейтингом.</p> <p>1. Голова (доктор наук) 2. Рецензент 3. Рецензент</p>
<p>1 Паймаш Ганна Василівна А-821 «Маркетингове забезпечення розвитку потенціалу людей з особливими потребами»</p>	<p>1. Шипуліна Юлія Сергіївна д.е.н., професорка кафедри маркетингу, голова спец.рад</p> <p>Публікації: 1) Illiashenko S., Shypulina Yu., Illiashenko N., Gryshchenko O.(2020) The Information Support System's Formation of Marketing Innovative Decisions in Ukrainian Companies. <i>International Journal of Advanced Science and Technology</i>, Vol. 29, No. 6s, pp. 1066-1073. http://sersc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/9185 2) Ю.С. Шипуліна. Формування людського капіталу осіб з інвалідністю: маркетинг та менеджмент розвитку та соціальні виклики. Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки). Харків: НТУ «ХПІ». 2022. № 4. С.97-100 http://es.khpi.edu.ua/issue/view/16160 3) Шипуліна Ю.С., Бур'ян О.О. Стратегічне управління розвитком персоналу з особливими потребами /Шипуліна Ю.С. <i>Економіка та суспільство [Електронне видання], № 53, 2023</i> https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/53</p> <p>2. Косенко О.П. д.е.н., професорка кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації: 1) Kosenko O., Cherepanova V, Dolyna I., Matrosova V., Kolotiuk O. Evaluation of innovative technology market potential on the basis of technology audit. <i>Innovative</i>. Суми, 2019. №2 Volume 15 2019, Issue #2, pp. 30-41 https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/27a9ccd4-e015-4450-8d09-660273de20ed/content 2) Косенко О.П. Генезис наукових підходів до теорії людського капіталу осіб з інвалідністю. Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки). Харків: НТУ «ХПІ». 2022. № 4. С.93-96 . http://es.khpi.edu.ua/issue/view/16160</p>

	<p>3) Перерва, П., Косенко, О. Формування маркетингової програми підприємства з урахуванням потенціалу осіб з обмеженими можливостями. <i>Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»</i> (економічні науки), 2023, №4, 60–64. http://es.khpi.edu.ua/article/view/296451</p> <p>3. Кучинський В.А., к.е.н., доцент кафедри економіки бізнесу та міжнародних економічних відносин, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Перерва П.Г., Кучинський В. А. Розвиток ринкового потенціалу підприємств на основі ефективного формування і використання людського капіталу. <i>Економічний журнал Одеського політехнічного університету</i>. 2019. № 3 (9). С. 94-103. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/49862</p> <p>2) В.А. Кучинський. Проблеми соціалізації та профорієнтації осіб з інвалідністю в працездатному віці. <i>Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки)</i>. Харків: НТУ «ХПІ». 2022. № 3. С. 93-96. http://es.khpi.edu.ua/issue/view/16159</p> <p>3) Кучинський В. А., Гуцан О. М. Формування ефективної системи мотивації персоналу на основі моделей компетенцій. <i>Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)</i>: зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХПІ», 2021. № 4. С. 45-51. http://es.khpi.edu.ua/article/view/259851</p> <p>4) Кучинський В. А. , Долина І. В. Особливості побудови систем оцінки персоналу на підприємствах в сучасних умовах. <i>Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки)</i>: зб. наук. пр. Харків: НТУ «ХПІ», 2022. № 4. С. 59-66. http://es.khpi.edu.ua/article/view/274406</p>
<p>2 Кролівець Ігор Валерійович АВ-823 «Управління маркетингом на промисловому підприємстві»</p>	<p>1. Косенко Олександра Петрівна, д.е.н., професорка кафедри маркетингу, голова спец.ради</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Kosenko O., Cherepanova V, Dolyna I., Matrosova V., Kolotiuk O. Evaluation of innovative technology market potential on the basis of technology audit. <i>Innovative</i>. Суми, 2019. №2 Volume 15 2019, Issue #2, pp. 30-41 https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/27a9cccd4-e015-4450-8d09-660273de20ed/content</p> <p>2) Череп А., Косенко О., Фонарьова Т., Економічне оцінювання ефективності комерційних можливостей інтелектуальної власності та промислових інновацій. <i>Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит</i>, 2023. № 7-8. С. 185-186. http://eee.khpi.edu.ua/article/view/295141</p> <p>3) Перерва П.Г., Косенко О. П. Товарна і цінова політика підприємства при маркетинговому позиціонуванні інноваційного товару на ринку. <i>Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки)</i>: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2021. № 3. С. 43-48. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/56984</p> <p>2. Ілляшенко Сергій Миколайович, д.е.н., професор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С., Шипуліна Ю.С. Маркетинг знань в управлінні стратегіями інноваційного розвитку промислового підприємства. Сучасний маркетинг: тренди, інновації, інструменти: монографія / за заг. ред. Є. В. Ромата та С. Ф. Смерічевського. Київ: Студцентр, 2021. С. 120-137.</p> <p>2) Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С., Шипуліна Ю.С., Райко Д.В. Перспективи і проблеми інноваційного розвитку в умовах четвертої промислової революції. Управління інноваційною діяльністю: теорія і практика : колективна монографія / за заг. ред. д.е.н., професора Витвицької О.Д. Київ : ТОВ «АГРАР МЕДІА ГРУП», 2021. С. 112-131.</p> <p>3) Illiashenko S., Shypulina Yu., Illiashenko N., Gryshchenko O., Derykolenko A. (2020) Knowledge management at Ukrainian industrial enterprises in the context of innovative</p>

	<p>development. <i>Engineering Management in Production and Services</i>, Vol. 12, Issue 3, pp. 43-56. https://doi.org/10.2478/emj-2020-0018</p> <p>3. Васильцова Світлана Олександрівна, к.е.н., доцентка кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Кітченко О. М., Мірошик М.В., Васильцова С.О. Маркетингова комунікаційна політика виноробних підприємств України в умовах воєнного часу. <i>Ефективна економіка</i>. 2022. № 9. https://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.9.28</p> <p>2) Васильцова С. О., Оборіна А.Ю. Використання інформаційних технологій в маркетингу Вісник НТУ ХПІ секція економічні науки. <i>Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки): зб. наук. пр.</i> Харків: НТУ "ХПІ", 2022. № 3. С. 29-32. DOI: https://doi.org/10.20998/2519-4461.2022.3.29</p> <p>3) Васильцова С. О. Ларка Л.С.Управління маркетинговими дослідженнями підприємства: стратегічний аспект Вісник НТУ ХПІ секція економічні науки. <i>Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки): зб. наук. пр.</i> Харків: НТУ "ХПІ", 2022. № 1. С. 27-30. http://es.khpi.edu.ua/article/view/262315 DOI: https://doi.org/10.20998/2519-4461.2022.1.27</p>
<p>З Дрепін Іван Миколайович АВ-823 «Управління розвитком підприємства на zasadaх цифрового маркетингу»</p>	<p>1. Шипуліна Юлія Сергіївна д.е.н., професорка кафедри маркетингу, голова спец.ради</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Raiko D., Shypulina Y., Vasylytsova S., Oborina A., Fedorenko I. (2023). Development of a system of motivation for employees of the marketing department of the enterprise for product promotion using tools of informational interaction of virtual space. <i>Eastern-European Journal of Enterprise Technologies</i>, 2023. # 13 (123), pp.59–75. https://doi.org/10.15587/1729-4061.2023.282056</p> <p>2) Шипуліна Ю.С., Главчев Д.М. Вплив збоїв мобільних додатків на споживчу поведінку користувачів програмного продукту. <i>Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)</i>. Харків: НТУ «ХПІ». 2023. № 3. С. 40-46. URL: http://es.khpi.edu.ua/article/view/282951/277148</p> <p>3) Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. <i>Управління інноваційним розвитком в умовах технологічних трансформацій</i>: монографія. Суми: Триторія, 2023. 228 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/9b7d9ff7-e338-460b-b82f-22d505944c58/content</p> <p>2. Перерва Петро Григоревич, д.е.н., професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Перерва П.Г., Косенко О П. Товарна і цінова політика підприємства при маркетинговому позиціонуванні інноваційного товару на ринку. <i>Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки): зб. наук. пр.</i> Харків : НТУ "ХПІ", 2021. № 3. С. 43-48. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/56984</p> <p>2) Перерва, П., Косенко, О. Формування маркетингової програми підприємства з урахуванням потенціалу осіб з обмеженими можливостями. <i>Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)</i>, 2023. №4. С.60–64. http://es.khpi.edu.ua/article/view/296451</p> <p>3) Pererva P., Kobieliava T., Tkachova N., Tkachov M. Diachenko T. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach <i>Problems and Perspectives in Management</i>. 2021. Vol. 19, Iss. 1. P. 24-38. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPIPress/53818</p> <p>3. Літвиненко Марія Владиславна, к.т.н., доцентка кафедри маркетингу, рецензент</p>

	<p>Публікації:</p> <p>1) Літвиненко М.В., Мірошник М.В. Результати вимушеного «апгрейду» електронної комерції. <i>Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки)</i> Збірник наукових праць. Харків: НТУ «ХПІ». 2022. № 3 С.9-13 URL: http://es.khpi.edu.ua/article/view/271680</p> <p>2) Літвиненко М.В., Кучіна С.Е., Мірошник М.В. Матриці як інструмент прийняття стратегічних управлінських рішень. <i>«Е-КОНОМІКА»</i>. Електронна збірка наукових праць. 2019. № 1 (3). С. 47-52. http://economics.hpi.kh.ua/index.php/economics/article/view/72/56</p> <p>3) Літвиненко О.О., Літвиненко М.В. Сучасна бізнес-модель Internet просування товару. <i>Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики: щорічний збірник наукових робіт..</i> 2019. С. 217-222 http://mmf.nuph.edu.ua/wp-content/uploads/2019/03/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA-%D0%BD%D0%B0%D1%83%D0%BA.-%D1%80%D0%BE%D0%B1%D1%96%D1%82-7-%D1%97-%D0%9C%D1%96%D0%B6%D0%BD%D0%B0%D1%80-%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84%D0%B5%D1%80.-2019-%D1%80-%D0%9D%D0%A4%D0%B0%D0%A3-%D0%A4%D0%9C%D0%9C.pdf</p>
<p>4 Педченко Дмитро Вітальйович А-822 «Формування маркетингових інструментів управління ефективністю діяльності підприємства»</p>	<p>1. Ілляшенко Сергій Миколайович, д.е.н., професор кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Маркетингові комунікації в стратегіях інноваційного розвитку підприємств. <i>Маркетингові комунікації в сучасному мінливому середовищі</i>: монографія / за заг. ред. В. Ф. Іванова та Є. В. Ромата. Київ : Студцентр, 2022. С. 86-96.</p> <p>2) Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Маркетингове управління інтелектуальним капіталом підприємства в контексті його інноваційного розвитку. <i>Маркетинг і цифрові технології</i>. 2022. Т 6. № 1. С. 64-78. DOI: 10.15276/mdt.6.1.2022.5</p> <p>3) Illiashenko S., Shypulina Yu., Illiashenko N., Gryshchenko O.(2020) The Information Support System’s Formation of Marketing Innovative Decisions in Ukrainian Companies. <i>International Journal of Advanced Science and Technology</i>, Vol. 29, No. 6s, pp. 1066-1073. http://sersc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/9185 Scopus</p> <p>2. Якименко-Терещенко Наталія Василівна, д.е.н., завідувачка кафедри туризму і готельно-ресторанного бізнесу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Якименко-Терещенко Н.В. [та ін.] Контроль витрат в системі аналітичного забезпечення управління підприємством. <i>Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки)</i>: зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХПІ», 2021. № 3. С. 36-42. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/56964</p> <p>2) Якименко-Терещенко Н.В. [та ін.] Теоретичні засади формування обліково-аналітичного забезпечення управління ризиками ліквідності та платоспроможності підприємства. <i>Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки)</i>: зб. наук. пр. Харків: НТУ "ХПІ", 2021. № 4. С. 52-59. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/58311</p> <p>3) Якименко-Терещенко Н. В. Кейтеринг у MICE-індустрії: тренди розвитку, міжнародний досвід і перспективи digital-трансформації [Електронний ресурс] / Н. В. Якименко-Терещенко, Т. Ю. Чайка, О. С. Белікова // Економіка та суспільство : електрон. наук. фахове вид. – 2021. – № 34. – 10 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/56217</p> <p>3. Ларка Людмила Сергіївна, 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), доцентка кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p>

	<p>1) Ларка Л.С., Чернобровкіна С.В. Визначення ефективності маркетингових досліджень брендів на на основі ключових показників ефективності. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). 2022. № 2. С. 29 - 32. DOI: 10.20998/2519-4461.2022.2.29 URL: http://es.khpi.edu.ua/article/view/262384/258844</p> <p>2) Ларка Л.С. Маркетингові дослідження як інформаційна основа діагностики маркетингової діяльності підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2023. № 1. С. 80 – 84. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/64035</p> <p>3) Ларка Л.С., Васильцова С.О. Управління маркетинговими дослідженнями на підприємстві: стратегічний аспект. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки): зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХПІ», 2022. № 1 . С. 29 – 32. URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/58090</p>
<p>5 Кривомлін Володимир Володимирович АВ-823 «Формування маркетингово-комунікаційної політики підприємства»</p>	<p>1. Косенко Олександра Петрівна, д.е.н., 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)», професорка кафедри маркетингу, голова спец.ради</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Kosenko O. Marketing means of information dissemination as a tool of information warfare / O. Kosenko // Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek XIX. évf. 2022. No. 4. P. 86-94. URI https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/63066</p> <p>2) Kosenko O., Cherepanova V, Dolyna I., Matrosova V., Kolotiuk O. Evaluation of innovative technology market potential on the basis of technology audit. <i>Innovative</i>. Суми, 2019. №2 Volume 15 2019, Issue #2, pp. 30-41 https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/27a9ccd4-e015-4450-8d09-660273de20ed/content</p> <p>3) Косенко А.В., Косенко О.П. Самомаркетинг як інноваційний метод дослідження ринку праці. Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки): зб. наук. пр. Харків: НТУ «ХПІ», 2023. № 3. С. 32-35. URL https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66940</p> <p>2. Ілляшенко Сергій Миколайович, д.е.н., професор кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Маркетингові комунікації в стратегіях інноваційного розвитку підприємств. <i>Маркетингові комунікації в сучасному мінливому середовищі</i>: монографія / за заг. ред. В. Ф. Іванова та Є. В. Ромата. Київ : Студцентр, 2022. С. 86-96.</p> <p>2) Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Маркетингове управління інтелектуальним капіталом підприємства в контексті його інноваційного розвитку. <i>Маркетинг і цифрові технології</i>. 2022. Т 6. № 1. С. 64-78. DOI: 10.15276/mdt.6.1.2022.5</p> <p>3) Illiashenko S., Shypulina Yu., Illiashenko N., Gryshchenko O.(2020) The Information Support System’s Formation of Marketing Innovative Decisions in Ukrainian Companies. <i>International Journal of Advanced Science and Technology</i>, Vol. 29, No. 6s, pp. 1066-1073. http://sersc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/9185 Scopus</p> <p>3. Чернобровкіна Світлана Віталіївна, к.е.н., 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)», доцентка кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Чернобровкіна С.В., Ларка Л.С. Діагностика цифрових форм бізнес-комунікацій в маркетинговій діяльності підприємства. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки): зб. наук. пр. Харків: НТУ «ХПІ», 2023. № 4. С. 29 – 32. URL https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71414</p>

	<p>2) Чернобровкіна С. В., Сидюк Ю. В. Сучасні тренди в маркетингових комунікаціях для фермерських господарств. <i>Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки)</i>: зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХПІ», 2023. № 5. С. 14-17. URI: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71416</p> <p>3) Чернобровкіна С. В., Горовий Д. А. Формування засобів маркетингових комунікацій машинобудівних підприємств: монографія. Харків: Іванченко І. С., 2023. 230 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/items/Off52342-7e65-4537-a6a0-1a2736bc062c</p>
<p>6 Анопа Антон Станіславович АВ-823 «Організаційно-економічні засади управління маркетинговими стратегіями інноваційних команд в цифровій економіці»</p>	<p>1. Райко Діана Валеріївна, д.е.н., завідувачка кафедри маркетингу, голова спец.ради.</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Raiko, D., Shyupulina, Y., Vasytsova, S., Oborina, A., & Fedorenko, I. (2023). Development of a system of motivation for employees of the marketing department of the enterprise for product promotion using tools of informational interaction of virtual space. <i>Eastern-European Journal of Enterprise Technologies</i>, 3(13 (123), 59–75. https://doi.org/10.15587/1729-4061.2023.282056</p> <p>2) Райко Д.В., Подрез О.І., Черепанова В.О. Сучасні підходи до формування маркетингових інструментів управління підприємством. <i>Проблеми економіки</i>, 2022. Харків : №3,.С. 128-136 https://web.archive.org/web/20221128184607id_/https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2022-3_0-pages-128_136.pdf</p> <p>3) Д.В. Райко, І.А. Федоренко, К.М. Сокол, О.В. Ланько. Стратегічне управління маркетинговою діяльністю підприємства щодо формування та реалізації товарної політики . <i>Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (Економічні науки)</i>. № 3, 2021.С.49–58. https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/44ae9127-b96b-4100-9204-6be7e3d49f54/content?authentication-token=eyJhbGciOiJIUzI1NiJ9.eyJlaWQiOiI2MDA4YWM4Zi02YzM0LTQxM2UtOGZmZC1lOWVhMjE4ZjkwMmMiLCJzYiI6IjEwSmlmF1dGhlbnRpY2F0aW9uTWV0aG9kljoicGFzc3dvcmQlLCJleHAiOiE3MDY2OTA1NzB9.8hqFVZlA3MO6L6ksNqJUQjw2KmpxMwpc4mdRfII2CIY</p> <p>2. Кобелева Тетяна Олександрівна, д.е.н., професорка кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Кобелева Т. О. Теоретико-методичні засади моніторингу комплаєнс-безпеки промислового підприємства. <i>Стратегія економічного розвитку України</i>: зб. наук. пр. Київ: КНЕУ, 2019. № 45. С. 93-106. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/58556</p> <p>2) Кобелева Т. О. Стратегії забезпечення комплаєнс-безпеки промислового підприємства. <i>Economic journal Odessa polytechnic university. Одеського політехнічного університету</i>, 2019. № 3 (9). С. 53-61. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/58559</p> <p>3) Попов О.В., Мехович С.А., Кобелева Т.М. Підходи до аналізу факторів ризику при проведенні інноваційних перетворень. <i>Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит</i>, 2022. № 5-6 (171-172). С. 59-71. URI: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/68167</p> <p>3. Літвиненко Марія Владиславна, доцентка кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Літвиненко М.В., Мірошник М.В. Результати вимушеного «апгрейду» електронної комерції. <i>Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University “KhPI” (economic sciences) Збірник наукових праць.</i> Харків: НТУ «ХПІ». 2022. № 3 С.9-13 URL: http://es.khpi.edu.ua/article/view/271680</p> <p>2) Літвиненко М.В., Галушка Д.В, Літвиненко О.О.Формування стратегії компанії, ґрунтуючись на потреби споживача. <i>Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)</i>. 2020. № 4. С. 32-36 http://web.kpi.kharkov.ua/bapm/uk/vistnik-ntu-hpi/</p>

	<p>3) Літвиненко М.В., Кучіна С.Е., Мірошник М.В. Матриці як інструмент прийняття стратегічних управлінських рішень. «Е-КОНОМІКА». Електронна збірка наукових праць. 2019. № 1 (3). С. 47-52. http://economics.hpi.kh.ua/index.php/economics/article/view/72/56</p>
<p>7 Главчев Дмитро Максимович А-822 «Інноваційні підходи до підвищення ефективності комунікаційної політики компанії в сфері ІТ»</p>	<p>1. Райко Діана Валеріївна, д.е.н., 08.02.02 «Економіка та управління НТП», завідувачка кафедри маркетингу, голова спец.ради.</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Райко Д.В., Подрез О.І., Черепанова В.О. Сучасні підходи до формування маркетингових інструментів управління підприємством / Д.В., Райко, О.І., Подрез, В.О., Черепанова– Харків: «Проблеми економіки» – №3, 2022.С. 128-136. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/60416</p> <p>2) Illiashenko S., Shypulina Yu., Illiashenko N., Raiko D. Management of the innovative development potential of industrial enterprises in the digital economy. Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology». 2022. № 2. С. 97-106. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/60554</p> <p>3) Raiko D., Fedorenko I., Kitchenko O., Kobieliev V., Litvynenko M., Romanchik T. Management of the interaction of the enterprise with partners and consumers: models, methods and information interaction. Logistics systems: technological and economic aspects of efficiency: collective monograph. – Kharkiv: PC TECHNOLOGY CENTER, 2022.Р.135 -165 SCOPUS https://doi.org/10.15587/978-617-7319-66-4</p> <p>2. Чернобровкіна Світлана Віталіївна, к.е.н., 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)», доцентка кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Fayvishenko, D., Mitchuk, O., Lorvi, I., Konopliannykova, M., Chernobrovkina, S. and Sytnyk, O. Communication Strategies of Brand Management and Online Marketing of Digital Products. Econ. Aff. 2023. 68(01s). P. 289-298. DOI:10.46852/0424-2513.1s.2023.31 (Scopus) https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/68557</p> <p>2) Чернобровківна С.В., Ларка Л.С. Діагностика цифрових форм бізнес-комунікацій в маркетинговій діяльності підприємства.Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки): зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХПІ», 2023. № 4 . С. 29 – 32. URL https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71414</p> <p>3) Чернобровкіна С. В. Сучасні тренди в маркетингових комунікаціях для фермерських господарств / С. В. Чернобровкіна, Ю. В. Сидюк // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2023. – № 5. – С. 14-17. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71416</p> <p>3. Кітченко Олена Миколаївна, к.е.н., 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)», доцентка кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Romanchik T., Cherkashina M., Shapoval O., Kitchenko O., Heliarovska O. Safety Management of Innovation Activities of Enterprises Based on a Multifactor Approach. WSEAS Transactions on Business and Economics, ISSN / E-ISSN: 1109-9526 / 2224-2899, Volume 17, 2020, Art. #64, pp. 664-675. (Scopus). https://doi.org/10.37394/23207.2020.17.64</p> <p>2) Кітченко О. М. Маркетингова комунікаційна політика виноробних підприємств України в умовах воєнного часу [Електронний ресурс] /О. М. Кітченко, М. В. Мірошник, С. О. Васильцова // Ефективна економіка : електрон. журн. – 2022. – № 9. – 16 с. – URI: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61352.</p> <p>3) Kitchenko O. Enterprise communication policy indicators analysis as a part of marketing audit / O. Kitchenko, S. Kuchina // Technology audit and production reserves. – 2019. – Vol.</p>

	3, iss. 4 (47). – P. 51-54. https://repository.kpi.kharkov.ua/items/bddf5c41-f907-40a7-9482-cafe2caaf7f2
8 Коломієць Артем Олександрович АВ-823 «Управління поведінкою споживачів за допомогою інструментів цифрового маркетингу»	<p>1. Райко Діана Валеріївна, д.е.н., завідувачка кафедри маркетингу, голова спец.ради.</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Райко Д.В., Подрез О.І., Черепанова В.О. Сучасні підходи Diana Raiko, Irina Fedorenko, Olena Kitchenko, Valerii Kobieliev, Mariia Litvynenko, Tatiana Romanchik. Management of the interaction of the enterprise with partners and consumers: models, methods and information interaction. Logistics systems: technological and economic aspects of efficiency: collective monograph. – Kharkiv: PC TECHNOLOGY CENTER, 2022.P.135 -165 SCOPUS DOI: https://doi.org/10.15587/978-617-7319-66-4</p> <p>2) Райко Д. В., Кролівець І. В. Особливості формування маркетингового персоналу щодо людського капіталу осіб з особливими потребами у системі управління персоналу. Ефективна економіка. 2023. № 8. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71665</p> <p>3) Райко Д.В., Атаманюкова О.В. Дослідження особливостей використання технологій психологічного впливу в рекламі. Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Економічні науки. 2019. № 24. С.90–96. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/48117</p> <p>2. Ткачова Надія Петрівна, к.е.н., доцентка кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Pererva P., Kobielieva T., Tkachova N. (Ukraine), Tkachov M. Diachenko T. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach / P. Pererva [et al.] // Problems and Perspectives in Management = Проблеми і перспективи менеджменту. – 2021. – Vol. 19, Iss. 1. – P. 24-38. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53818</p> <p>2) Ткачова Н. П. Теоретико-методична сутність маркетингу взаємовідносин / Н. П. Ткачова, С. А. Косенко // Вісник Національного технічного університету “ХПІ” (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ “ХПІ”, 2023. – № 2. – С. 3-9. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66783</p> <p>3) Ткачова, Н. Формування конкурентних переваг підприємства на засадах маркетингу цінностей. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки), 2023. № 1, С. 3–9. https://doi.org/10.20998/2519-4461.2023.1.3</p> <p>3. Чернобровкіна Світлана Віталіївна, к.е.н., доцентка кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Ларка Л.С., Чернобровкіна С.В. Визначення ефективності маркетингових досліджень брендів на основі ключових показників ефективності. <i>Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки)</i>: зб. наук. пр. Харків: НТУ "ХПІ", 2022. № 2. С. 29-32. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/58068</p> <p>2) Чернобровкіна С.В., Ларка Л.С. Діагностика цифрових форм бізнес-комунікацій в маркетинговій діяльності підприємства. <i>Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)</i>: зб. наук. пр. Харків : НТУ “ХПІ”, 2023. № 4 . С. 29 – 32. http://es.khpi.edu.ua/article/view/291689</p> <p>3) Чернобровкіна С.В. Аналіз факторів впливу на конкурентоспроможність мікро-, малих та середніх підприємств України на світовому ринку. <i>Internauka. Ser.: Economic Sciences</i>. 2022. № 29. 20 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61481</p>
9 Косенко Євген Анатолійович АВ-823 «Управління маркетинговими	<p>1. Райко Діана Валеріївна д.е.н., завідувачка кафедри маркетингу, голова спец.ради</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Illiashenko, S., Illiashenko, N., Shypulina, Y., Raiko, D., Bozhkova, V. (2021). Approach to assessment of prerequisites for implementation of strategic directions of innovative</p>

<p>стратегіями малих підприємств»</p>	<p>development of industrial enterprises. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies, 3 (13 (111)), 31–46. https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.233520 (Scopus, Ukraine)</p> <p>2) Райко Д.В., Федоренко І.А., Сокол К.М., Ланько О.В. Стратегічне управління маркетинговою діяльністю підприємства щодо формування та реалізації товарної політики. Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (Економічні науки). № 3, 2021. С.49–58. http://es.khpi.edu.ua/article/view/256837</p> <p>3) Райко Д.В., Маслак О.І., Маслак М.В. Стратегія стійкого розвитку: проблеми та шляхи вирішення. Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Економічні науки. 2020. № 3. С. 131–134. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54373</p> <p>2. Мірошник Марія Володимирівна, к.е.н., доцентка кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Мірошник М. В., Літвиненко М. В. Застосування новітніх технологій маркетингу у практиці власного бізнесу під час воєнного стану в Україні. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2023. №9. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71319</p> <p>2) Мірошник М.В. Науково-методологічні засади конкуренції як основоположного елемента ринкової економіки. Формування конкурентних переваг бізнес-структур на засадах маркетингових інновацій: кол. монографія / О. П. Косенко [та ін.]; за ред. О. П. Косенко; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». Харків: ТОВ «Оберіг», 2023. С. 63-97 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/65606</p> <p>3) Мірошник М.В., Літвиненко М.В. Власний бізнес на хвилі сучасності.. Вісник національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). Харків: НТУ «ХПІ». 2020. №2. С. 28-34. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/55042</p> <p>3. Літвиненко Марія Владиславна, к.т.н., доцентка кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Літвиненко М.В. Інноваційна діяльність та її вплив на забезпечення конкурентоспроможності організацій бізнесу. Формування конкурентних переваг бізнес-структур на засадах маркетингових інновацій: колективна монографія / Загальна редакція д-ра екон. наук, професора О.П. Косенко. Харків: ТОВ «Оберіг», 2023. С 133 – 169. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/items/4b4797c5-01b8-436b-9e97-8b72d5054e53</p> <p>2) Тверська Я.М., Літвиненко М.В. Зміни в стратегії розвитку малого підприємництва у зв'язку зі світовою пандемією COVID-19. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). 2021. № 1. С. № 2 С.43-47 https://doi.org/10.20998/2519-4461.2021.2.43</p> <p>3) Літвиненко О.О., Літвиненко М.В. Власний бізнес на хвилі сучасності. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). 2020. № 2. С. 28-34 http://es.khpi.edu.ua/article/view/205758/205646</p>
<p>10 Семенютін Артем Олександрович АВ-823 «Управління вибором інструментів цифрового маркетингу для розвитку дистанційної освіти»</p>	<p>1. Ілляшенко Сергій Миколайович, д.е.н., професор кафедри маркетингу, голова спец.ради</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Illiashenko S., Shypulina Yu., Illiashenko N., Golysheva Ie. Digitalization as a direction of innovative development of Ukrainian universities in the conditions of technological transformations. <i>Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology»</i>. 2023. № 1. P. 128-138. http://ek-visnik.dp.ua/wp-content/uploads/pdf/2023-1/Illiashenko.pdf</p> <p>2) Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Розвиток закладів вищої освіти в умовах четвертої промислової революції. <i>Бізнес Інформ</i>. 2023. № 1. С. 60-67. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-1-60-67</p>

	<p>3) Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Управління брендом в контексті формування конкурентних переваг закладу вищої освіти. <i>Інфраструктура ринку</i>. 2021. Випуск 57. С. 63-69. https://doi.org/10.32843/infrastruct57-9</p> <p>2. Татарінцева Юлія Леонідівна, к.е.н., доцентка кафедри обліку і фінансів, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Цуранова, О., Татарінцева, Ю., Бившева, Т., Погода, О. (2021). Методичні рекомендації щодо впровадження технології коучінгу в освіті. <i>Acta Paedagogica Volyniensis</i>, 6, 108–114, doi: https://doi.org/10.32782/apv/2021.6.17</p> <p>2) Цуранова, О., Татарінцева, Ю., Бившева, Т., Погода, О., Пушкар О. (2022). Методичні рекомендації щодо впровадження технологій гейміфікації в дистанційній освіті. <i>Acta Paedagogica Volyniensis</i>, 4, 159–164, doi: https://doi.org/10.32782/apv/2022.4.25</p> <p>3) Управління процесами монетизації digital маркетингу в контексті забезпечення фінансового розвитку підприємства / Ю. Л. Татарінцева [та ін.] // <i>Маркетинг і цифрові технології = Marketing and digital technologies</i>. – 2022. – Т. 6, № 1. – С. 32-44. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/56755</p> <p>3. Васильцова Світлана Олександрівна, к.е.н., доцентка кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Васильцова С.О., Кітченко О.М, Ільїна О.К. Використання Інтернет-маркетингу для активізації підприємницької діяльності. <i>Вісник НТУ ХПІ секція економічні науки. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки): зб. наук. пр.</i> Харків : НТУ "ХПІ", 2021. № 3. С. 89-92. http://es.khpi.edu.ua/article/view/256860</p> <p>2) Васильцова С. О., Оборіна А.Ю. Використання інформаційних технологій в маркетингу. <i>Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки): зб. наук. пр.</i> Харків: НТУ "ХПІ", 2022. № 3. С. 29-32 . https://doi.org/10.20998/2519-4461.2022.3.29</p> <p>3) Raiko, D., Shypulina, Y., Vasytsova, S., Oborina, A., & Fedorenko, I. (2023). Development of a system of motivation for employees of the marketing department of the enterprise for product promotion using tools of informational interaction of virtual space. <i>Eastern-European Journal of Enterprise Technologies</i>, 3(13 (123)), 59–75 https://doi.org/10.15587/1729-4061.2023.282056</p>
<p>11 Смоляр Юрій Юрійович АВ-823 «Організаційно-економічні засади онлайн торгів продукції лісового господарства України»</p>	<p>1 Манойленко Олександр Володимирович, д.е.н., зав. кафедри обліку і фінансів голова спец.ради</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Губарева І.О., Зінченко В.А., Манойленко О.В., Благун С.І. Детермінанти забезпечення конкурентоспроможності деревообробної промисловості в Україні у повоєнний період. <i>Проблеми економіки</i>, 2022. № 1 (51). С. 33-40. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/69544</p> <p>2) Александрова В.О., Манойленко О.В. Теоретичні передумови формування організаційно-економічного забезпечення реорганізації діяльності суб'єкта господарювання. <i>Проблеми економіки</i>, 2022. № 1 (51). С. 76-82. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/69547</p> <p>3) Манойленко О.В., Сергієнко О.А., Гапоненко О.Є. Моделювання інноваційної активності ієрархічних систем: оцінка дифузії інновацій та економічного ефекту наявного потенціалу та результатів. <i>Проблеми економіки</i>, 2020. № 1 (43). С. 312-324. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61628</p> <p>2. Коптева Ганна Миколаївна, д.е.н., професорка кафедри менеджменту, рецензент</p> <p>Публікації:</p>

	<p>1) Коптева Г.М. Зрілість бізнес-процесів як основа для оцінки економічної безпеки підприємства торгівлі. <i>Бізнес Інформ</i>, 2020. № 10. С. 180-189. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54049</p> <p>2) Коптева Г.М. Кадрове забезпечення економічної безпеки торговельного підприємства. <i>Вісник Національного технічного університету "ХПІ". Економічні науки</i>: зб. наук. пр. Харків: НТУ "ХПІ", 2020. № 3 (5). С. 3-8. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/55488</p> <p>3) Коптева Г. М. Концепція забезпечення економічної безпеки бізнес-процесів торговельного підприємства. <i>Бізнес-навігатор</i>, 2020. Вип. 1 (57). С. 136-141. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54052</p> <p>3. Білоцерківській Олександр Борисович, к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі і логістики, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Білоцерківський О.Б. Використання CRM-систем для управління торговельними підприємствами. <i>Держава та регіони</i>. Серія: Економіка та підприємництво, 2019. № 2(107). С. 190–194. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/41679</p> <p>2) Білоцерківський О.Б. Вибір, впровадження та вдосконалення CRM-систем торговельних підприємств: проблеми та шляхи вирішення. <i>Держава, галузі, підприємства, бізнес: реалії і тенденції економічного, інформаційного та технічного розвитку: монографія / за ред. Л. М. Савчук, Л. М. Бандоріної</i>. Дніпро: Пороги, 2020. Розд. 5. – С. 305–312. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/49718</p> <p>3) Білоцерківський О.Б., Кочіна К.О. Аналіз інформаційних систем управління торговельними підприємствами. <i>Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки)</i>. Харків: НТУ «ХПІ», 2020. № 1. С. 50–54. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54868</p>
<p>12 Самойлов Олександр Володимирович АВ-823 «Застосування рекламних технологій при формуванні рівня конкурентоспроможності підприємства»</p>	<p>1. Райко Діана Валеріївна д.е.н., завідувачка кафедри маркетингу, голова спец.ради.</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Райко Д.В., Подрез О.І., Черепанова В.О., Федоренко І.А. Термінологічний аналіз категорії «конкурентоспроможність» /Формування конкурентних переваг бізнес-структур на засадах маркетингових інновацій: колективна монографія / Загальна редакція д-ра екон. наук, професора О.П.Косенко. Харків: ТОВ «Оберіг», 2023. С.5-40. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/65606</p> <p>2) Райко Д.В., Подрез О.І., Черепанова В.О. Напрями вдосконалення системи управління еколого-економічним розвитком за індексом конкурентоспроможності як основи добробуту країни, регіонів, промислових підприємств, суспільства. <i>Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Економічні науки</i>, 2020. № 6. С.3-8. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/52260</p> <p>3) Райко Д.В., Атаманюкова О.В. Дослідження особливостей використання технологій психологічного впливу в рекламі. <i>Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Економічні науки</i>. 2019. № 24. С.90–96. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/48117</p> <p>2. Заруба Віктор Яковлевич, д.е.н., професор кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Заруба В.Я. Системний підхід до дослідження конкурентоспроможності та успішності бізнес організацій // Формування конкурентних переваг бізнес-структур на засадах маркетингових інновацій: колективна монографія / Загальна редакція д-ра екон. наук, професора О.П.Косенко. Харків: ТОВ «Оберіг», 2023. С. 41-62. (468 с.). ISBN 978-966-8689-64-2 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/65606</p> <p>2) Заруба В.Я., Парфентенко І.А. Аналіз політики оптимізації тривалості збору замовлень в умовах випадкових коливань попиту. <i>Збірник наукових праць Державного університету інфраструктури та технологій. Серія «Економіка і управління»</i> Вип. 51. Київ: ДУІТ, 2022. С.20-32. DOI: 10.32703/2664-2964-2022-51 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/65045</p>

	<p>3) Заруба В. Я., Парфентенко І.А. Методи використання вебсайтів в інтегрованому просуванні бізнесу організацій. <i>Економіка промисловості</i>, 2021 № 2 (94). С. 125-140. DOI: http://doi.org/10.15407/econindustry2021.02.125.</p> <p>3. Кітченко Олена Миколаївна, к.е.н., доцентка кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Кітченко О.М., Ібрагімов Т.Н. Нативна реклама як елемент рекламної кампанії. <i>Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки)</i>: зб. наук. пр. Харків: НТУ "ХПІ", 2019. № 23. С. 24-29. http://es.khpi.edu.ua/article/view/2519-4461.2019.23.28/180034</p> <p>2) Кітченко О.М., Ібрагімов Т.Н. Social Media Marketing, як інструмент просування продуктів підприємств на ринок. <i>Електронний науковий журнал «Приазовський економічний вісник»</i>, 2019. № 3 (14). С. 179-184. http://pev.kpu.zp.ua/journals/2019/3_14_uk/32.pdf</p> <p>3) Кучіна С. Е., Кітченко О. М., Білошкурченко Н. Г. Прийоми залучення уваги глядача в рекламі. <i>Бізнес Інформ</i>, 2020. №5. С. 523–531. https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-5-523-531</p>
<p>13 Струк Дмитро Михайлович гр. А-823 «Управління маркетинговими ризиками в рекламному бізнесі»</p>	<p>1. Райко Діана Валеріївна д.е.н., завідувачка кафедри маркетингу, голова спец.ради.</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Шаульська Л., Райко Д., Дюжев В., Долина, І. Моніторинг комерційного потенціалу інтелектуально-інноваційних бізнес-структур. <i>Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)</i>, 2022. №4, С.72–78. https://doi.org/10.20998/2519-4461.2022.4.</p> <p>2) Райко Д.В., Подрез О.І., Черепанова В.О. Сучасні підходи до формування маркетингових інструментів управління підприємством. <i>Проблеми економіки</i>. Харків №3, 2022. С. 128-136 https://web.archive.org/web/20221128184607id_/https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2022-3_0-pages-128_136.pdf</p> <p>3) Райко Д.В., Шипуліна Ю.С., Подрез О.І. Концепція розвитку соціальної відповідальності маркетингу підприємства як філософії бізнесу в умовах сталого розвитку. Використання соціально-етичного маркетингу для забезпечення сталого розвитку в Україні: монографія / за заг. ред. Є.О. Голишевої. Суми: Триторія, 2021. С. 130-179, 184-214.</p> <p>2. Перерва Петро Григоревич, д.е.н., професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Перерва П.Г., Шаульська Л.В., Кобелева Т.О. Формування та використання системи моніторингу підприємницьких ризиків як запорука сталого розвитку бізнес-структур. <i>Економіка і організація управління</i>. № 1 (49), 2023. С.45-56. repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/13efd2c8-f119-464f-9e0d-cb07383e50af/content?authentication-token=eyJhbGciOiJIUzI1NiJ9.eyJlaWQiOiI2MDA4YWM4Zi02YzYzM0LTQxM2UtOGZmZC1lOWVhMjE4ZjkwMmMiLCJzYl6W10slmF1dGhlnRnRyY2F0aW9uTWV0aG9kljoicGFzc3dvcmQiLCJleHAiOiE3MDY2OTQyMTR9.YKon7fwJQwddj7vQJIQ1m616SUchd5WD7eJp_F2P8tc</p> <p>2) Шаульська Л.В., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Дослідження впливу підприємницьких ризиків на сталий розвиток підприємства. <i>Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит</i>. Харків, 3 (181), 2023. С. 14–23. doi: 10.20998/2313-8890.2023.03.02. URL: http://eee.khpi.edu.ua/.</p> <p>3) Pererva P.G., Kobielieva T.O., Shaulska L.V. (2023). Entrepreneurial Risks: Essence, Classification and Management Opportunities. <i>Економічний журнал Одеського політехн.ун-ту</i>, № 1(23), С. 43–50. URL: https://economics.net.ua/ejopu/2023/No1/43.pdf. DOI: 10.15276/EJ.01.2023.5.</p> <p>3. Ларка Людмила Сергіївна, к.е.н., доцентка кафедри маркетингу, рецензент</p>

	<p>Публікації:</p> <p>1) Ларка Л.С. Обґрунтування інноваційних та інвестиційних проектів підприємства за умов ризику. <i>Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)</i>. № 24 (1246). С. 75 –78. https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/6bd36c10-2fdf-4254-afcc-1c7fa2ea3d4f/content?authentication-token=eyJhbGciOiJIUzI1NiJ9.eyJlaWQiOiI2MDA4YWM4Zi02YzYzM0LTQxM2UtOGZmZC1lOWVhMjE4ZjkwMmMiLCJzZyI6W10sImF1dGhIbnRpY2F0aW9uTWV0aG9kIjoicGFzc3dvcmQiLCJleHAiOiE3MDY2OTQzNDV9.N5HdVvkxzcNzUHPJHbwY qXlmtkOK1PjsxODgUCJCVs</p> <p>2) Ларка Л.С. Ризики в межах стратегічного планування розвитку промисловості. Стратегічні проблеми оновлення промислового виробництва України в сучасних умовах : колективна монографія / за ред. Сударкіної С.П. Харків : Мадрид, 2020. 230 с.</p> <p>3) Ларка Л.С., Ковтун Д.С., Гордієвська А.І. Управління витратами в системі економічної безпеки підприємства. <i>Приазовський економічний вісник</i>. 2020. № 4 (21). С. 40-44. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2020/4_21_ukr/9.pdf</p>
<p>14 Перерва Олександр Петрович АВ- 823 «Маркетингове забезпечення конкурентних переваг інтелектуальних технологій»</p>	<p>1. Ілляшенко Сергій Миколайович, д.е.н., професор кафедри маркетингу, голова спец.ради</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Маркетингове управління інтелектуальним капіталом підприємства в контексті його інноваційного розвитку. <i>Маркетинг і цифрові технології</i>, 2022. Т 6. № 1. С. 64-78. DOI: 10.15276/mdt.6.1.2022.5</p> <p>2) Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Управління брендом в контексті формування конкурентних переваг закладу вищої освіти. <i>Інфраструктура ринку</i>. 2021. Випуск 57. С. 63-69. https://doi.org/10.32843/infrastruct57-9</p> <p>3) Illiashenko S., Shypulina Yu., Illiashenko N., Gryshchenko O.(2020) The Information Support System’s Formation of Marketing Innovative Decisions in Ukrainian Companies. <i>International Journal of Advanced Science and Technology</i>, Vol. 29, No. 6s, pp. 1066-1073. http://sersec.org/journals/index.php/IJAST/article/view/9185 Scopus</p> <p>2. Маслак Марія Володимирівна, к.е.н., доцентка кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Маслак М. Дослідження існуючих підходів до управління інтелектуальною власністю на промислових підприємствах. <i>Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)</i>, 2023. №2. С. 99–104. https://doi.org/10.20998/2519-4461.2023.2.99</p> <p>2) Маслак М. Інтелектуальна власність як конкурентний ресурс промислового підприємства. <i>Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)</i>, 2023. №1. С. 99–104. https://doi.org/10.20998/2519-4461.2023.1.99</p> <p>3) Маслак, М. Економічна оцінка управління інтелектуальною власністю на орієнтацію на систему принципів. <i>Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)</i>, 2022. №2. С. 96–101. https://doi.org/10.20998/2519-4461.2022.2.96</p> <p>3. Черепанова Вікторія Олександрівна, к.е.н., професорка кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Черепанова В. О.Управління інтелектуальною власністю промислових підприємств на засадах процесно-функціонального підходу [Електронний ресурс] : дис. ... д-ра філософії : спец. 073 : галузь знань 07 / Ігор Васильович Силка ; наук. керівник</p>

	<p>Черепанова В. О. ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків, 2021. – 318 с. – Бібліогр.: с. 208-225. – укр. URI https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54831</p> <p>2) Черепанова В. О., Силка І. В. Оптимізація управління інтелектуальною власністю за процесно-функціональним підходом. <i>Бізнес Інформ</i>, 2021. №9. С. 41–51. https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-9-41-51</p> <p>3) Черепанова В.О., Силка І.В. Порівняльний аналіз щодо використання об'єктів інтелектуальної власності в країнах світу та в Україні. <i>Вісник Кременчуцького національного. університету ім. Михайла Остроградського</i>, 2020. Вип. 3 (122). С. 46-53. URI https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54372</p>
<p>15 Клімов Максим Володимирович АВ-823 «Маркетингові стратегії інновацій в закладах освіти»</p>	<p>1. Шипуліна Юлія Сергіївна д.е.н., професорка кафедри маркетингу, голова спец.ради</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Розвиток закладів вищої освіти в умовах четвертої промислової революції. <i>Бізнес Інформ</i>. 2023. № 1. С. 60-67. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-1-60-67</p> <p>2) Illiashenko S., Shypulina Yu., Illiashenko N., Gryshchenko O., Derykolenko A. (2020) Knowledge management at Ukrainian industrial enterprises in the context of innovative development. <i>Engineering Management in Production and Services</i>, Vol. 12, Issue 3, pp. 43-56. https://doi.org/10.2478/emj-2020-0018 (Scopus)</p> <p>3) Illiashenko S. Marketing of scientific and educational knowledge of modern university / S. Illiashenko, Y. Shypulina, J. Klisinski // <i>Marketing and Digital Technologies</i>, 2019. Vol. 3. No 4. PP. 13-22. DOI: 10.15276/mdt.3.4.2019.</p> <p>2. Міщенко Володимир Акимович, д.е.н., професор кафедри обліку і фінансів, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Міщенко В., Мехович С. Фінансові виклики міжнародного бізнесу освіти. <i>Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит</i>, 2021. № 7-8. С.161-162 http://eee.khpi.edu.ua/article/view/262107</p> <p>2) Мехович С., Міщенко В. Фінансові виклики міжнародного бізнесу освіти. <i>Економічні студії Львів</i>, 2020. № 3 (29). С. 51-57. https://scholar.google.com.ua/citations?view_op=view_citation&hl=ru&user=1yDH080AAAJ&cstart=20&pagesize=80&sortby=pubdate&citation_for_view=1yDH080AAAJ:O3NaXMr0MMsC</p> <p>3) Міщенко В.А., Авершин С.В. Еволюція і тенденції регіональної інноваційної кластерної стратегії. <i>Економічні студії</i>. Львів, 2021. № 2 (32). С. 34-39. http://www.lef.lviv.ua/files/archive/journal/2020/3(29)_2020.pdf#page=51</p> <p>3. Кобелєв Володимир Миколайович, к.е.н., доцент кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Pererva, P., Kobieliiev, V., Maslak, M., Maslak, O., Kobieliieva, A. . Intellectual and Innovative Directions of Improving the Market Characteristics of Asynchronous Electric Motors. Proceedings of the 2022 IEEE 4th <i>International Conference on Modern Electrical and Energy System, MEES</i> 2022, 2022 SCOPUS DOI: https://doi.org/10.1109/MEES58014.2022.10005691</p> <p>2) Кобелєв В.М., Климентова М.В., Анічкіна І.О. Інноваційні технології в рекламі. <i>Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)</i>. 2019. № 23. С. 86-91. URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/48019/1/vestnik_khPI_2019_23_Kobieliiev_Innovatsiini.pdf</p> <p>3) Pererva P., Kobieliiev V., Dolyna I. Digital Marketing Opportunities and Paradoxes of Communications. <i>Маркетинг і цифрові технології</i>, 2020 URL: https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/117</p>

<p>16 Чмерук Тарас Юрійович АВ-823 «Маркетингове забезпечення планування обсягів виробництва компанії в умовах випадкових коливань попиту»</p>	<p>1. Райко Діана Валеріївна д.е.н., завідувачка кафедри маркетингу, голова спец.ради.</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Шаульська Л., Райко Д., Дюжев В., Долина, І. Моніторинг комерційного потенціалу інтелектуально-інноваційних бізнес-структур. <i>Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)</i>, 2022. №4. С.72–78. https://doi.org/10.20998/2519-4461.2022.4.</p> <p>2) Райко Д.В., Подрез О.І., Черепанова В.О. Сучасні підходи до формування маркетингових інструментів управління підприємством. <i>Проблеми економіки</i>. Харків, 2022. №3, С. 128-136 https://web.archive.org/web/20221128184607id_/https://www.problecon.com/export-pdf/problems-of-economy-2022-3_0-pages-128_136.pdf</p> <p>3) Райко Д.В., Шипуліна Ю.С., Подрез О.І. Концепція розвитку соціальної відповідальності маркетингу підприємства як філософії бізнесу в умовах сталого розвитку. Використання соціально-етичного маркетингу для забезпечення сталого розвитку в Україні: монографія / за заг. ред. Є.О. Голишевої. Суми: Триторія, 2021. С. 130-179.</p> <p>2. Перерва Петро Григоревич, д.е.н., професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Перерва П.Г., Шаульська Л.В., Кобелева Т.О. Формування та використання системи моніторингу підприємницьких ризиків як запорука сталого розвитку бізнес-структур. <i>Економіка і організація управління</i>. No 1 (49), 2023. С.45-56. https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/13efd2c8-f119-464f-9e0d-cb07383e50af/content</p> <p>2) Шаульська Л.В., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Дослідження впливу підприємницьких ризиків на сталий розвиток підприємства. <i>Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит</i>. Харків, 3 (181), 2023. С. 14–23. doi: 10.20998/2313-8890.2023.03.02. URL: http://eee.khpi.edu.ua/.</p> <p>3) Pererva P.G., Kobielieva T.O., Shaulska L.V. Entrepreneurial Risks: Essence, Classification and Management Opportunities. <i>Економічний журнал Одеського політехн.ун-ту</i>, 2023. № 1(23), С. 43–50. URL: https://economics.net.ua/ejopu/2023/No1/43.pdf. DOI: 10.15276/EJ.01.2023.5.</p> <p>3. Васильцова Світлана Олександрівна, к.е.н., доцентка кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Васильцова, С., Романчик, Т. Використання проєктного менеджменту в маркетингової діяльності підприємства <i>Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки) : зб. наук. пр.</i> Харків: НТУ «ХПІ», 2021. № 4 С. 75-78 https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/1a9cad68-2b94-40a5-bae9-6ee3de8c1c7c/content</p> <p>2) Васильцова С. О., Литвин К.А. Шляхи підвищення прибутковості діяльності підприємства в сучасних умовах. Вісник НТУ ХПІ секція економічні науки. <i>Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки): зб. наук. пр.</i> Харків: НТУ «ХПІ», 2021. № 3 С. 30-35 https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/b4739e4a-e9ec-4907-9bc0-e01885a89d2c/content</p> <p>3) Васильцова С.О. Економічний аналіз у системі організації виробництва. Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції <i>Економічний розвиток України в контексті впровадження прогресивних інформаційних технологій та систем управління</i> (25 лютого 2019 р., м. Київ). Київ: ТОВ «ВІПО», 2019. С. 211-213. https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/6c1debd0-240b-425a-a1c3-405dfc136765/content</p>
--	---

<p>17 Масалаб Олександр Васильович АВ-823 «Формування механізму івент- маркетингу на підприємствах»</p>	<p>1. Шипуліна Юлія Сергіївна д.е.н., професорка кафедри маркетингу, голова спец.ради</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Illiashenko, S., Shypulina, Y., Illiashenko, N., Golysheva I. Prospects for the development of the digital labour market in Ukraine: the national and regional aspects. <i>Studia Regionalne i Lokalne</i>, 2023. № 2(92), PP. 50-66. doi: 10.7366/1509499529204</p> <p>2) Illiashenko S., Shypulina Yu., Illiashenko N., Raiko D. Management of the innovative development potential of industrial enterprises in the digital economy. <i>Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology»</i>. 2022. № 2. С. 97-106. DOI: 10.32434/2415-3974-2022-16-2-97-106 URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/60554</p> <p>3) Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Управління брендом в контексті формування конкурентних переваг закладу вищої освіти. <i>Інфраструктура ринку</i>. 2021. Випуск 57. С. 63-69.</p> <p>2. Райко Діана Валеріївна, д.е.н., завідувачка кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Райко Д.В., Подрез О.І., Черепанова В.О. Сучасні підходи до формування маркетингових інструментів управління підприємством / Д.В., Райко, О.І., Подрез, В.О., Черепанова– Харків: «Проблеми економіки» – №3, 2022.С. 128-136. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/60416</p> <p>2) Illiashenko S., Shypulina Yu., Illiashenko N., Raiko D. Management of the innovative development potential of industrial enterprises in the digital economy. <i>Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology»</i>. 2022. № 2. С. 97-106. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/60554</p> <p>3) Raiko D., Fedorenko I., Kitchenko O., Kobieliev V., Litvynenko M., Romanchik T. Management of the interaction of the enterprise with partners and consumers: models, methods and information interaction. <i>Logistics systems: technological and economic aspects of efficiency: collective monograph</i>. Kharkiv: PC TECHNOLOGY CENTER, 2022. P.135 -165 SCOPUS https://doi.org/10.15587/978-617-7319-66-4</p> <p>3. Васильцова Світлана Олександрівна, к.е.н., доцентка кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Васильцова С.О., Кітченко О.М, Ільїна О.К. Використання Інтернет-маркетингу для активізації підприємницької діяльності Вісник НТУ ХПІ секція економічні науки. <i>Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки): зб. наук. пр.</i> Харків : НТУ «ХПІ», 2021. № 3. С. 89-92. http://es.khpi.edu.ua/article/view/256860</p> <p>2) Васильцова С. О., Оборіна А.Ю. Використання інформаційних технологій в маркетингу. <i>Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки): зб. наук. пр.</i> Харків: НТУ «ХПІ», 2022. № 3. С. 29-32 . https://doi.org/10.20998/2519-4461.2022.3.29</p> <p>3) Raiko, D., Shypulina, Y., Vasylytsova, S., Oborina, A., & Fedorenko, I. (2023). Development of a system of motivation for employees of the marketing department of the enterprise for product promotion using tools of informational interaction of virtual space. <i>Eastern-European Journal of Enterprise Technologies</i>, 3(13 (123), 59–75 https://doi.org/10.15587/1729-4061.2023.282056</p>
<p>18 Чернобровкін Андрій Вадимович АВ-823 «Використання цифрових комунікацій для створення стійких</p>	<p>1. Шипуліна Юлія Сергіївна д.е.н., професор, 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)», професорка кафедри маркетингу, голова спец.ради</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Illiashenko, S., Shypulina, Y., Illiashenko, N., Golysheva I. Prospects for the development of the digital labour market in Ukraine: the national and regional aspects. <i>Studia Regionalne i Lokalne</i>, 2023. № 2(92), PP. 50-66. doi: 10.7366/1509499529204</p>

<p>брендів підприємств»</p>	<p>2) Illiashenko S., Shypulina Yu., Illiashenko N., Raiko D. Management of the innovative development potential of industrial enterprises in the digital economy. <i>Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology»</i>. 2022. № 2. С. 97-106. DOI: 10.32434/2415-3974-2022-16-2-97-106 URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/60554</p> <p>3) Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Управління брендом в контексті формування конкурентних переваг закладу вищої освіти. <i>Інфраструктура ринку</i>. 2021. Випуск 57. С. 63-69. http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/57_2021/11.pdf</p> <p>2. Кітченко Олена Миколаївна, к.е.н., 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)», доцентка кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Agalarova K., Zemliakova O., Miroshnik M., Kitchenko O., Mironenko N., Reshetniak N., Kuzmenko O. Social advertising as a tool of social marketing and a way to form a positive brand image. <i>AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research</i>. 2022, № 12/01/XXV. (Vol. 12, issue 1, special issue XXV). p. 207-212. https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/120125/papers/A_37.pdf</p> <p>2) Sysoiev, V., Kuchina, S., Kitchenko, O., Romanchik, T. & Kuchin, A. The creation of dynamic visual objects as a factor for optimizing advertisements in e-commerce. <i>Jurnal The Messenger</i>, 2022, 14(1), pp. 57–75. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71241</p> <p>3) Мірошник М. В., Кітченко О.М. Міжнародний маркетинг зовнішньоекономічної діяльності підприємств: теорія, практика, перспективи. <i>Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки)</i>. Харків : НТУ "ХПІ", 2022. № 1. С. 41-45. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/58239</p> <p>3. Васильцова Світлана Олександрівна, к.е.н., доцентка кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Васильцова С.О., Кітченко О.М, Ільїна О.К. Використання Інтернет-маркетингу для активізації підприємницької діяльності Вісник НТУ ХПІ секція економічні науки. <i>Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки): зб. наук. пр.</i> Харків : НТУ "ХПІ", 2021. № 3. С. 89-92. http://es.khpi.edu.ua/article/view/256860</p> <p>2) Васильцова С. О., Оборіна А.Ю. Використання інформаційних технологій в маркетингу. <i>Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки): зб. наук. пр.</i> Харків: НТУ "ХПІ", 2022. № 3. С. 29-32 . https://doi.org/10.20998/2519-4461.2022.3.29</p> <p>3) Raiko, D., Shypulina, Y., Vasyltsova, S., Oborina, A., & Fedorenko, I. (2023). Development of a system of motivation for employees of the marketing department of the enterprise for product promotion using tools of informational interaction of virtual space. <i>Eastern-European Journal of Enterprise Technologies</i>, 3(13 (123), 59–75 https://doi.org/10.15587/1729-4061.2023.282056</p>
<p>19 Пазій Дмитро Станиславович АВ-822 «Маркетингові інновації в управлінні брендом на міжнародному ринку»</p>	<p>1. Косенко Олександра Петрівна д.е.н., професорка кафедри маркетингу, голова спец.ради</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Kosenko O., Cherepanova V, Dolya I., Matrosova V., Kolotiuk O. Evaluation of innovative technology market potential on the basis of technology audit. <i>Innovative</i>. Суми, 2019. №2 Volume 15 2019, Issue #2, pp. 30-41 https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/27a9cccd4-e015-4450-8d09-660273de20ed/content</p> <p>2) Формування конкурентних переваг бізнес-структур на засадах маркетингових інновацій : кол. монографія / О. П. Косенко [та ін.] ; заг. ред. О. П. Косенко ; Нац. техн.</p>

	<p>ун-т “Харків. політехн. ін-т”. – Харків : ТОВ “Оберіг”, 2023. – 468 с. URI https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/65606.</p> <p>3) Kosenko O. Marketing means of information dissemination as a tool of information warfare / O. Kosenko // <i>Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek XIX. évf.</i> – 2022. – No. 4. – P. 86-94. URI https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/63066</p> <p>2. Чернобровкіна Світлана Віталіївна, к.е.н., доцентка кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Ларка Л. С. Визначення ефективності маркетингових досліджень брендів на основі ключових показників ефективності / Л. С. Ларка, С. В. Чернобровкіна // <i>Вісник Національного технічного університету “ХПІ” (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University “KhPI” (economic sciences)</i> : зб. наук. пр. – Харків : НТУ “ХПІ”, 2022. – № 2. – С. 29-32. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/58068</p> <p>2) Чернобровкіна С.В., Ларка Л.С. Діагностика цифрових форм бізнес-комунікацій в маркетинговій діяльності підприємства. <i>Вісник Національного технічного університету “Харківський політехнічний інститут” (економічні науки)</i>: зб. наук. пр. Харків : НТУ “ХПІ”, 2023. № 4 . С. 29 – 32. http://es.khpi.edu.ua/article/view/291689</p> <p>3) Чернобровкіна С. В. Аналіз факторів впливу на конкурентоспроможність мікро-, малих та середніх підприємств України на світовому ринку / С. В.Чернобровкіна // <i>Internauka. Ser. : Economic Sciences.</i> – 2022. – № 29. – 20 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61481</p> <p>3. Кітченко Олена Миколаївна, к.е.н., доцентка кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Agalarova K., Zemliakova O., Miroshnik M., Kitchenko O., Mironenko N., Reshetniak N., Kuzmenko O. Social advertising as a tool of social marketing and a way to form a positive brand image. <i>AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research.</i> 2022, № 12/01/XXV. (Vol. 12, issue 1, special issue XXV). p. 207-212. https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/120125/papers/A_37.pdf</p> <p>2) Sysoiev, V., Kuchina, S., Kitchenko, O., Romanchik, T. & Kuchin, A. The creation of dynamic visual objects as a factor for optimizing advertisements in e-commerce. <i>Jurnal The Messenger</i>, 2022, 14(1), pp. 57–75. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71241</p> <p>3) Мірошник М. В., Кітченко О.М. Міжнародний маркетинг зовнішньоекономічної діяльності підприємств: теорія, практика, перспективи. <i>Вісник Національного технічного університету “ХПІ” (економічні науки)</i>. Харків : НТУ “ХПІ”, 2022. № 1. С. 41-45. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/58239</p>
<p>20 Шейн Олексій Сергійович АВ-823 «Формування маркетингової стратегії на b2b ринках»</p>	<p>1. Райко Діана Валеріївна д.е.н., завідувачка кафедри маркетингу, голова спец.ради.</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Райко Д.В., Маслак О.І., Маслак М.В. Стратегія стійкого розвитку: проблеми та шляхи вирішення. <i>Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Економічні науки.</i> 2020. № 3. С. 131–134. https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/fd02132c-c671-465d-9a6a-4bfa3eb4eb14/content</p> <p>2) Райко Д.В., Федоренко І.А., Сокол К.М., Ланько О.В.. Стратегічне управління маркетинговою діяльністю підприємства щодо формування та реалізації товарної політики . <i>Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (Економічні науки)</i>. № 3, 2021.С.49–58. https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/44ae9127-b96b-4100-9204-6be7e3d49f54/content</p> <p>3) Illiashenko S., Illiashenko N., Shypulina Y., Raiko D., Bozhkova V. Approach to assessment of prerequisites for implementation of strategic directions of innovative development of industrial enterprises. <i>Eastern-European Journal of Enterprise Technologies</i>, 2021. №13 (111), pp. 31–46. https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.233520 (Scopus, Ukraine)</p>

	<p>2. Кітченко Олена Миколаївна, к.е.н., доцентка кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Кітченко О. М. Вибір стратегії розвитку підприємства на стадії бізнес проектування. «Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління», 2023. №7 https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-7-04-08</p> <p>2) Кітченко О.М. Стратегічний потенціал підприємства та його конкурентоспроможність. Формування конкурентних переваг бізнес-структур на засадах маркетингових інновацій : кол. монографія / О. П. Косенко [та ін.] ; заг. ред. О. П. Косенко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків: ТОВ "Оберіг", 2023. – С.97-133. URI: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/65606</p> <p>3) Improving Approaches to the Formation of Enterprise’s Marketing Budgets Olena Bondarenko, Svitlana Kovalchuk, Sergii Rodionov, Maria Miroshnik, Olena Kitchenko, Lesya Franchuk Estudios de economía aplicada, 39, Nº Extra 5, 2021. http://dx.doi.org/10.25115/eea.v39i5.5075 http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53162 (Scopus)</p> <p>3. Заруба Віктор Яковлевич, д.е.н., професор кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Заруба В.Я. Значення маркетингових досліджень в діяльності підприємств В2С сектору/ В.Я. Заруба, І.А. Парфентенко// Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія „Економічні науки”.–2019. – Вип. 1 С. 76-82. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/41244</p> <p>2) Zaruba, V., Potrashkova, L., Guryanova, L., Sokol, K., Kuksa, I. (2022). Analysis of the policy of operation activity of an enterprise with product reservation. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies, 1 (3 (115)), 31–42. doi: https://doi.org/10.15587/1729-4061.2022.252667</p> <p>3) Заруба В.Я. Системний підхід до дослідження конкурентоспроможності та успішності бізнес організацій // Формування конкурентних переваг бізнес-структур на засадах маркетингових інновацій: колективна монографія / Загальна редакція д-ра екон. наук, професора О.П.Косенко. Харків: ТОВ «Оберіг», 2023. С. 41-62. (468 с.). ISBN 978-966-8689-64-2 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/65606</p>
<p>21 Лучинський Максим Володимирович АВ-823 «Формування механізму використання соціальних мереж в сучасних маркетингових технологіях»</p>	<p>1. Шипуліна Юлія Сергіївна, д.е.н., професорка кафедри маркетингу, голова спец.ради.</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Illiashenko, S., Shypulina, Y., Illiashenko, N., Golysheva I. Prospects for the development of the digital labour market in Ukraine: the national and regional aspects. Studia Regionalne i Lokalne, 2023. № 2(92), PP. 50-66. doi: 10.7366/1509499529204</p> <p>2) Шипуліна Ю.С., Главчев Д.М. Вплив збоїв мобільних додатків на споживчу поведінку користувачів програмного продукту. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). Харків: НТУ «ХПІ». 2023. № 3. С. 40-46. URL: http://es.khpi.edu.ua/article/view/282951/277148</p> <p>3) Illiashenko S., Shypulina Yu., Illiashenko N., Raiko D. Management of the innovative development potential of industrial enterprises in the digital economy. <i>Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology»</i>. 2022. № 2. С. 97-106. DOI: 10.32434/2415-3974-2022-16-2-97-106 URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/60554</p> <p>2. Кітченко Олена Миколаївна, к.е.н., доцентка кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Кітченко О.М. Social Media Marketing, як інструмент просування продуктів підприємств на ринок / О. М Кітченко, Т. Н. Ібрагімов // Електронний науковий журнал «Приазовський економічний вісник», 2019. – № 3 (14). С. 179-184. Режим доступу: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2019/3_14_uk/32.pdf</p>

	<p>2) Кітченко О. М., Приходько Є. Г. Використання інструментів маркетингових комунікацій з ціллю просування брендів в соціальних мережах. Ефективна економіка. 2020. № 12. – URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8448. DOI: 32702/2307-2105-2020.12.104</p> <p>3) Кітченко О.М., Коваль І.Г. Інтернет-маркетинг як сучасний інструмент маркетингової комунікаційної політики підприємства // Вісник Національного технічного університету “ХПІ” (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University “KhPI” (economic sciences) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ “ХПІ”, 2021. – № 1 (2021). – С. 8-12. http://es.khpi.edu.ua/article/view/243270</p> <p>3. Чернобровкіна Світлана Віталіївна, к.е.н., доцентка кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Чернобровкіна С. В., Приходько Є. Г. , Виниченко А. А. Шляхи розробки SMM-стратегії для малого та середнього бізнесу. <i>Вісник Національного технічного університету “ХПІ”. Економічні науки</i>: зб. наук. пр. Харків : НТУ “ХПІ”, 2020. № 3 (5). С. 21-24. № 3 (2023): Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки) Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) (khpi.edu.ua)</p> <p>2) Fayvishenko, D., Mitchuk, O., Lorvi, I., Konopliannykova, M., Chernobrovkina, S. and Sytnyk, O. Communication Strategies of Brand Management and Online Marketing of Digital Products. <i>Econ. Aff.</i> 2023. 68(01s). P. 289-298. DOI:10.46852/0424-2513.1s.2023.31 (Scopus)</p> <p>3) Чернобровкіна С.В., Ларка Л.С. Діагностика цифрових форм бізнес-комунікацій в маркетинговій діяльності підприємства. <i>Вісник Національного технічного університету “Харківський політехнічний інститут” (економічні науки)</i>: зб. наук. пр. Харків: НТУ “ХПІ”, 2023. № 4 . С. 29 – 32. URL https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71414</p>
<p>22 Лялько Кирило Андрійович АВ-823 «Формування стратегії управління брендами»</p>	<p>1. Шипуліна Юлія Сергіївна д.е.н., професорка кафедри маркетингу, голова спец.ради</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Управління брендом в контексті формування конкурентних переваг закладу вищої освіти. <i>Інфраструктура ринку</i>. 2021. Випуск 57. С. 63-69.</p> <p>2) Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Маркетингові комунікації в стратегіях інноваційного розвитку підприємств. <i>Маркетингові комунікації в сучасному мінливому середовищі</i> : монографія / за заг. ред. В. Ф. Іванова та Є. В. Ромата. Київ : Студцентр, 2022. С. 86-96.</p> <p>3) Ілляшенко С.М. Управління знаннями під час формування стратегії випереджаючого інноваційного розвитку підприємства / С.М. Ілляшенко, Ю.С. Шипуліна, Н.С. Ілляшенко // Проблеми системного підходу в економіці. – 2019. – Випуск 3 (71). Ч.1. – С. 215-223. DOI: 10.32782/2520-2200/2019-3-31</p> <p>2. Райко Діана Валеріївна, проф., д.е.н., завідувачка кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Райко Д.В., Маслак О.І., Маслак М.В. Стратегія стійкого розвитку: проблеми та шляхи вирішення. <i>Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Економічні науки</i>. 2020. № 3. С. 131–134. https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/fd02132c-c671-465d-9a6a-4bfa3eb4eb14/content</p> <p>2) Райко Д.В., Федоренко І.А., Сокол К.М., Ланько О.В.. Стратегічне управління маркетинговою діяльністю підприємства щодо формування та реалізації товарної політики . <i>Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (Економічні науки)</i>. № 3, 2021.С.49–58. https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/44ae9127-b96b-4100-9204-6be7e3d49f54/content</p>

	<p>3) Illiashenko S., Illiashenko N., Shypulina Y., Raiko D., Bozhkova V. Approach to assessment of prerequisites for implementation of strategic directions of innovative development of industrial enterprises. <i>Eastern-European Journal of Enterprise Technologies</i>, 2021. №13 (111), pp. 31–46. https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.233520 (Scopus, Ukraine)</p> <p>3. Чернобровкіна Світлана Віталіївна, к.е.н., доцентка кафедри маркетингу, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Ларка Л.С., Чернобровкіна С.В. Визначення ефективності маркетингових досліджень брендів на основі ключових показників ефективності. <i>Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Економічні науки</i>. Харків : НТУ "ХПІ", 2022. № 2. С.29–32. DOI: 10.20998/2519-4461.2022.2.29 http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/58068</p> <p>2) Чернобровкіна С.В., Приходько Є.Г., Виниченко А.А. Шляхи розробки SMM-стратегії для малого та середнього бізнесу. <i>Вісник Національного технічного університету "ХПІ". Економічні науки</i>: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2020. № 3 (5). С. 21-24. https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/ddf877f5-42cb-4f02-b9f2-bc9a0c9634f6/content</p> <p>3) Fayvishenko, D., Mitchuk, O., Lorvi, I., Konopliannykova, M., Chernobrovkina, S. and Sytnyk, O. Communication Strategies of Brand Management and Online Marketing of Digital Products. <i>Econ. Aff.</i> 2023. 68(01s). P. 289-298. DOI:10.46852/0424-2513.1s.2023.31 (Scopus)</p>
<p>23 Оборіна Анастасія Юріївна АВ-823 «Digital-маркетинг як основа формування антикризової програми підприємства»</p>	<p>1. Ілляшенко Сергій Миколайович, д.е.н., професор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, голова спец.ради.</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Illiashenko S., Shypulina Yu., Illiashenko N., Golysheva Ie. Digitalization as a direction of innovative development of Ukrainian universities in the conditions of technological transformations. <i>Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology»</i>. 2023. № 1. P. 128-138. URL: http://ek-visnik.dp.ua/wp-content/uploads/pdf/2023-1/Illiashenko.pdf</p> <p>2) Illiashenko S., Shypulina Yu., Illiashenko N., Raiko D. Management of the innovative development potential of industrial enterprises in the digital economy. <i>Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology»</i>. 2022. № 2. С. 97-106. DOI: 10.32434/2415-3974-2022-16-2-97-106 URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/60554</p> <p>3) Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Смоляр Ю.Ю. Цифрові технології як засіб підвищення ефективності і прозорості біржової торгівлі деревиною. <i>Маркетинг і цифрові технології</i>. 2020. Том 4, № 3. С. 23-33. https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/7b651b4c-35d8-4fad-81ce-5d9d32ebb906/content</p> <p>2. Ларка Людмила Сергіївна, доцент, кандидат економічних наук рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Ларка Л.С. Діагностика ефективності антикризового маркетингу на підприємстві. <i>Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)</i>: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2022. № 4. С. 40 – 43. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/5cb0158b-5722-49b5-80c6-ab849973fcd8/content</p> <p>2) Ларка Л.С. Діагностика ефективності маркетингових досліджень в системі антикризового менеджменту. <i>Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки</i>. 2022. № 6. Т. 1. С. 224 – 227. URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61034</p>

	<p>3) Ларка Л.С. Діагностика ефективності антикризового маркетингу на підприємстві. <i>Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)</i>: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2022. № 4 . С. 40 – 43. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/5cb0158b-5722-49b5-80c6-ab849973fcd6/content</p> <p>3. Татаринцева Юлія Леонідівна, доцент, кандидат економічних наук рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Татаринцева Ю. Л. Вплив розвитку соціальної відповідальності та сталого цифрового маркетингу на фінансову складову бізнес-процесів в умовах цифрової економіки / Ю. Л. Татаринцева, І. А. Юр'єва, Т. Ю. Назарова // <i>Acta Academiae Beregsasiensis. Economics.</i> – 2023. – Вип. 4. – С. 293-306. URI https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/72875</p> <p>2) Татаринцева Ю. Л. Обґрунтування моделі формування вражень в цифровому маркетингу [Електронний ресурс] / Ю. Л. Татаринцева, О. І. Пушкар // <i>Marketing of innovations. Innovations in marketing : materials of the Intern. Sci. Internet Conf., December 2023 / ed. S. Illiashenko ; Univ. of Economics and Humanities.</i> – [E-edition]. – Bielsko-Biala, 2023. – P. 170-173. URI https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/72544</p> <p>3) Татаринцева Юлія Леонідівна. Управління процесами монетизації digital маркетингу в контексті забезпечення фінансового розвитку підприємства. <i>Маркетинг і цифрові технології, [S.l.]</i>, в. 6, п. 1, р. 32-44, бер. 2022. ISSN 2523-434X. URI: https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/166</p>
<p>24 Бур'ян Олег Олексійович АВ-823 «Маркетингове забезпечення зовнішньоекономічної діяльності підприємств»</p>	<p>1. Посохов Ігор Михайлович, д.е.н., професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин, голова спец.ради.</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Лошенко О. В. Сучасні стратегії в міжнародному маркетингу / О. В. Лошенко, Л. В. Галан, І. М. Посохов // <i>Вчені записки університету "КРОК"</i> : зб. наук. пр. – Київ : УЕП "КРОК", 2022. – Вип. 2 (66). – С. 123-131. URI https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/57716</p> <p>2) Посохов І. М. Гонконг, Сінгапур, Україна – генезис міжнародних фінансових центрів, перспектива розвитку України / І. М. Посохов, І. О. Новік // <i>Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences)</i> : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2022. – № 2. – С. 7-10. URI https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/57715</p> <p>3) Посохов І. М. Аналіз адекватності використання закордонних моделей оцінки ймовірності банкрутства для вітчизняних корпорацій / І. М. Посохов // <i>Науковий вісник [Буковинського державного фінансово-економічного університету]. Економічні науки</i> : зб. наук. пр. – Чернівці : Технодрук, 2013. – Вип. 1 (24). – С. 158-168. URI https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/22835</p> <p>2. Погорелов Сергій Миколайович, к.е.н., професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Погорелов С.М. Формування міжнародної конкурентоспроможності та моделей бізнесу. <i>Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)</i>: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2020. № 1 (3). С. 137-140. URI https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54575</p> <p>2) Погорелов С.М., Погорелов М.І. Шляхи збільшення зовнішньоторговельного обороту. <i>Вісник Національного технічного університету "ХПІ". Економічні науки</i>: зб. наук. пр. Харків: НТУ "ХПІ", 2019. № 24. С. 152-155. URI https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/48110</p> <p>3) Погорелов, С. Оцінка ринку. Аналіз конкурентів. Нечесні конкуренти. Переваги. <i>Вісник Національного технічного університету "Харківський</i></p>

	<p><i>політехнічний інститут" (економічні науки), 2022. №2, С. 92–95.</i> https://doi.org/10.20998/2519-4461.2022.2.92</p> <p>3. Синіговець Ольга Миколаївна, к.е.н., доцентка кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин, рецензент</p> <p>Публікації:</p> <p>1) Синіговець О.М., Коншина Г.С. Франчайзинг як ефективна модель ведення міжнародного бізнесу і перспективи його розвитку в Україні. <i>Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки):</i> зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2021. № 1 С. 18-24. URI https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/56823</p> <p>2) Синіговець О.М. Формування міжнародної конкурентоспроможності та моделей бізнесу. <i>Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки):</i> зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2020. № 1 (3). С. 137-140. URI https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54575</p> <p>3) Synihovets O.M. Transformation of Economic Development in the Context of Globalization of International Business- <i>Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Turystyki i Ekologii,</i> 2022. Pp.51-60 http://bazekon.icm.edu.pl/bazekon/element/bwmeta1.element.ekon-element-000171652296</p>
--	--

д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу
НТУ « ХПІ»,



Діана РАЙКО