

**Наукові публікації ЗВО спеціальності Маркетинг СВО Магістр
за 2024-2025 н.р.**

Фахові видання:

1. Дядик Т.В., Даниленко В.І., Михайленко Г. Г. Розвиток інноваційних маркетингових стратегій на фоні внутрішньої міграції спричиненої бойовими діями. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2024. Вип. 3 (44). С. 79-85. DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.44-13>. URL: <http://srd.pgasa.dp.ua:8080/xmlui/handle/123456789/14717>
2. Терещенко І.О., Гринь О. Е., Уткін М. С., Артеменко О. Ю. Особливості маркетингових комунікацій у формуванні конкурентоспроможності підприємств АПК в кризових умовах. *Агросвіт*. 2024. № 24. С. 115-121. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2024.24.115>. URL: <https://nayka.com.ua/index.php/agrosvit/issue/view/188/141>
3. Михайленко, Г., & Антонець, М. (2024). Особливості моделі ЕМІ як освітнього підходу у Великобританії та Україні. *Витоки педагогічної майстерності*, (34), 155–159. URL: <https://doi.org/10.33989/2075-146x.2024.34.318087> .URL: <https://sources.pnpu.edu.ua/article/view/318087>

Тези доповідей:

1. Хоменко Р.В. Формування стратегії ефективного розвитку сільськогосподарських підприємств в умовах конкурентного ринку. *Місьцеве самоврядування в Україні та світі: теорія та практика: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції, м. Полтава, 5 листопада 2024 року / за заг. ред. Т.М. Лозинської, О.В. Дорофєєва*. Полтава: ПДАУ, 2024. С. 232-234. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/2908/zbirnykkonferenciyimiscevesamovryaduvannya2024.pdf>
2. Михайленко Г.Г. Синергізм абстрактного мислення й креативності, розвиток когнітивних здібностей шляхом вивчення англійської мови як інструмент адаптації населення під час ведення в країні бойових дій. *Multilingual realm: зб. наук. пр. методистів, учителів-практиків та викладачів іноземних мов*. Полтава: ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2024. Вип. І. С. 49–55. URL: <http://dspace.pnpu.edu.ua/handle/123456789/23891>.
3. Мороз А.В. Маркетингове ціноутворення в аграрних підприємствах. *Матеріали науково-практичної конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти виробничих практик*. Випуск 17. Полтава: ПДАУ, 2024. С.181-183. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14566/zbirnykpraktyka2024-szhatyy1.pdf>.
4. Шатравка Д., Лях К. Системи диференційованого ціноутворення. *Матеріали науково-практичної конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти виробничих практик*. Випуск 17. Полтава: ПДАУ, 2024. С.173-176. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14566/zbirnykpraktyka2024-szhatyy1.pdf>.

5. Шатравка Д., Мусієнко С. Значення брендингу і логістики в електронній комерції. *Стратегічний менеджмент агропродовольчої сфери в умовах глобалізації економіки: безпека, інновації, лідерство: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції*, 27 вересня 2024 р. Полтава: ПДАУ, 2024. Том 2. С. 9-12. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14465/zbirnyk270924tom2sekciiyi5-8.pdf>
6. Яковлева К., Чорнорук І. Успіх аграрного підприємства через створення позитивного іміджу. *Матеріали науково-практичної конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти виробничих практик*. Випуск 17. Полтава: ПДАУ, 2024. С. 211-213. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14566/zbirnykpraktyka2024-szhatyy1.pdf>.
7. Яковлева К., Мороз С. Позитивний імідж підприємства як чинник конкурентоспроможності. *Стратегічний менеджмент агропродовольчої сфери в умовах глобалізації економіки: безпека, інновації, лідерство: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції*, 27 вересня 2024 р. Полтава: ПДАУ, 2024. Том 2. С. 222-225. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14465/zbirnyk270924tom2sekciiyi5-8.pdf>
8. Радочіна О. В., Писаренко В. В., Аналіз ефективності соціальних медіа в стратегіях маркетингу: оцінка різних платформ і їх впливу на досягнення бізнес цілей. *Матеріали IV Міжнародна науково-практична конференція «Місцеве самоврядування в Україні та світі: теорія і практика»*. 2024 р. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/2908/zbirnykkonferenciymiscevesamovryaduvannya2024.pdf>
9. Радочіна О. В. Аналіз конкурентів у соціальних мережах: методи та інструменти. *Матеріали Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Наукове забезпечення розвитку національної економіки: досягнення теорії та проблеми практики»*. 2024 р. С.304-307. URL: https://drive.google.com/file/d/1DB0tK4JBe9eHwq-ryM_EkdW2PLewWjdo/view?ts=6745a460
10. Радочіна О.В. Особливості асортиментної політики агропідприємства в сучасних умовах. *Матеріали науково-практичної конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти виробничих практик*. Випуск 17. Полтава: ПДАУ, 2024. С. 193-196. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14566/zbirnykpraktyka2024-szhatyy1.pdf>.
11. Уткін М.С., Комар В.П., Терещенко І.О. Особливості формування конкурентних переваг підприємств АПК у кризових умовах. Управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки : матеріали IX Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, 14 листопада 2024 р. Полтава : ПДАУ, 2024.С. 171-173. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14465/zbirnykmaterialivhvseukrayininternetkonfer.pdf>

12. Артеменко О.Ю., Гринь О.Е., Виговський Р.С. Особливості маркетингових комунікацій аграрних підприємств України в кризових умовах. Управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки : матеріали IX Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, 14 листопада 2024 р. Полтава : ПДАУ, 2024. С. 176-178. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14465/zbirnykmaterialivhvseukrayininternetkonfer.pdf>
13. Гринь О.Е. Маркетингово-орієнтоване удосконалення збутової політики підприємств аграрної сфери. *Матеріали науково-практичної конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти виробничих практик*. Випуск 17. Полтава: ПДАУ, 2024. С. 163-165. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14566/zbirnykpraktyka2024-szhatyy1.pdf>
14. Уткін М.С., Гринь О.Е. Інструменти маркетингових комунікацій для забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств. *Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених «Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами»* (м. Луцьк, 6 грудня 2024 р.). Луцьк, 2024. С. 47-49. URL: https://lib.lntu.edu.ua/sites/default/files/2025-01/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%9B%D1%83%D1%86%D1%8C%D0%BA_2024_%D1%87%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B02_%20%E2%80%93%D0%BA%D0%BE%D0%BF%D1%96%D1%8F.pdf
15. Уткін М.С., Гринь О.Е. Особливості маркетингових комунікацій аграрних підприємств України в кризових умовах. *Матеріали Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки»* (м. Полтава, 2024 р.).
16. Terentieva O. Case studies of successful examples of marketing strategies, analysis of experience and effectiveness of application. Theory and practice of modern science. VIII International Scientific and Theoretical Conference (Kraków, 11.10.2024). Poland, 2024. С. 25-29.
17. Терентьева О.В. Вплив маркетингових стратегій на імідж і привабливість Полтави для інвесторів та туристів: аналіз поточних практик та стратегічні рекомендації для залучення інвестицій і підтримки туристичного розвитку. *Scientific practice: modern and classical research methods*. 2024. С. 18-26. DOI 10.36074/logos-19.07.2024.003. URL: <https://archive.logos-science.com/index.php/conference-proceedings/article/view/2100>
18. Писаренко В., Сьомич М., Горбачов В. Адаптація аграрних підприємств до ринкових змін як вирішальна стратегія економічного виживання *Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічний менеджмент агропродовольчої сфери в умовах глобалізації економіки: безпека, інновації, лідерство»*. Полтава: ПДАА, 27 вересня 2024. Том 1. С. 253 – 257. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14465/zbirnyk270924tom1sekcii1-4.pdf>

19. Шульга Л. В., Вегера О. О., Івченко С. А. Роль адаптивного маркетингу в забезпеченні стійкості аграрного підприємства в умовах війни. *Маркетингове забезпечення продуктового ринку*. Збірник тез XVII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 14 травня 2025 року). Полтава. 2025. С. 213-215 URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/18799/zbirnykmarketingovezabezpechennyaproduktovogorynku2025compressed.pdf>
20. В. Писаренко, С. Безгін, В. Смірнова, О. Хайлов. Маркетингові стратегії управління в конкурентному середовищі: досвід успішних компаній аграрного ринку України. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічний менеджмент агропродовольчої сфери в умовах глобалізації економіки: безпека, інновації, лідерство» (Полтава, 27 вересня 2024 року). Полтава. 2024. С. 40-42. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/2908/zbirnyk270924tom2sekcii5-82.pdf>
21. Писаренко В., Горбачов В., Хайлов О. Інноваційні підходи до управління маркетинговими стратегіями в аграрному секторі. *Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «Місцеве самоврядування в Україні та світі: теорія і практика»*. Полтава: ПДАА. 5 листопада 2024. С. 225–228. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/2908/zbirnykkonferenciyimiscevesamovryaduvannya2024.pdf>
22. Писаренко В., Безгін С., Смірнова В. Аналіз конкурентного середовища як основа для ефективного маркетингового планування. *Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «Місцеве самоврядування в Україні та світі: теорія і практика»*. Полтава: ПДАА. 5 листопада 2024. С. 220–222. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/2908/zbirnykkonferenciymiscevesamovryaduvannya2024.pdf>
23. Радочіна О. В. Аналіз ефективності соціальних медіа в стратегіях маркетингу: оцінка різних платформ і їх впливу на досягнення бізнес-цілей. *Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «Місцеве самоврядування в Україні та світі: теорія і практика»*. Полтава: ПДАА. 5 листопада 2024. С. 228–230. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/2908/zbirnykkonferenciymiscevesamovryaduvannya2024.pdf>
24. Mykhailenko H., Antonets M. Peculiarities of the EMI model as an educational approach in the UK and Ukraine. Витоки педагогічної майстерності. 2024. Вип. 34 (2).
25. Antonets M., Mykhailenko H. Specific techniques for personal resource development in wartime: insights from EMI program interview research. Психологія і соціальна робота у XXI столітті: матеріали II міжнар. наук.-практ. форуму (м. Полтава, 20-22 листоп. 2024 р.). Полтава: ПНПУ імені В. Короленка, 2024.
26. Mykhailenko H., Use of implication and psycholinguistics in political campaigns. Мова і міжкультурна комунікація: теорія та практика: зб. матеріалів VI всеукр. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 14 листоп. 2024 р.). Полтава: ПДАУ, 2024.
27. Mykhailenko H., Museums as cognitive spaces: integration of psycholinguistics,

marketing and educational programs. Мова і міжкультурна комунікація: теорія та практика: зб. матеріалів VI всеукр. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 14 листоп. 2024 р.). Полтава: ПДАУ, 2024.

28. Богоутдінова А.М. «Зелений маркетинг» і сталий розвиток у контексті товарної політики аграрного підприємства. Матеріали науково-практичної конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти навчальних та виробничих практик. Випуск 18. Полтава: ПДАУ. 2025. С. 55-56. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/18444/zb2025.pdf>

29. Бородулін Б.О. Особливості маркетингової комунікації аграрних підприємств. Матеріали науково-практичної конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти навчальних та виробничих практик. Випуск 18. Полтава: ПДАУ. 2025. С. 57-58. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/18444/zb2025.pdf>

30. Решетнікова О.В., Богоутдінова А.М. Маркетингова товарна стратегія підприємства: етапи формування та напрями розвитку. Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції 23-24 квітня 2025 р. [Електронне видання] у 2 т. / відп. ред. та упоряд. В. В. Храпкіна, К. В. Пічик – Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2025. Т.1. С. 146-148. URL: <https://drive.google.com/drive/folders/1V-RwIVv-AsbaU0eDd9e2osFxFgLlQSvY>

31. Бородулін Б.О., Решетнікова О.В. Ефективність використання соціальних мереж у маркетинговій комунікації підприємств. Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції 23-24 квітня 2025 р. [Електронне видання] у 2 т. / відп. ред. та упоряд. В. В. Храпкіна, К. В. Пічик – Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2025. Т.2. С. 190-192. URL: <https://drive.google.com/drive/folders/1V-RwIVv-AsbaU0eDd9e2osFxFgLlQSvY>

32. Решетнікова О. В., Богоутдінова А. М. Методичні підходи до формування та оцінки ефективності товарної стратегії. Маркетингове забезпечення продуктового ринку. Збірник тез XVII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 14 травня 2025 року). Полтава: ПДАУ. 2025. С. 151-154. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/18799/zbirnykmarketingovezaбезпеченняпродуктовогорынку2025compressed.pdf>

33. Решетнікова О.В., Бородулін Б.О. Інтеграція соціальних мереж в управління маркетинговими комунікаціями. Менеджмент XXI століття : глобалізаційні виклики : матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції, 15 травня 2025 р. Полтава : ПДАУ, 2025. С. 539-541. URL: https://drive.google.com/drive/folders/17bCKKMo-rUDkon2Hd8FX_6LLgNYnSuqH