**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

#  КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

# імені Вадима Гетьмана

**Факультет маркетингу**

**Кафедра маркетингу імені А.Ф. Павленка**

**ЗВІТ**

**про наукову діяльність**

**кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка**

**за 2022 рік**

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка

(протокол від 19 грудня 2022 р. № 5)

Завідувач кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.В. Федорченко

# Київ-2022

|  |
| --- |
| **ЗМІСТ** |
|  | Стор. |
| **ЧАСТИНА 1** |  |
| Узагальнена інформація про наукові досягнення кафедри …………. | 3 |
| **ЧАСТИНА2** |  |
| Відомості про наукову діяльність кафедри………………………….. | 7 |
| **ЧАСТИНА 3** |  |
| НДР студентів…………………………………………………………... | 27 |
| **ЧАСТИНА 4** |  |
| Показники наукової та науково-технічної діяльності кафедри……… | 32 |
| **ЧАСТИНА5** |  |
| Зауваження та пропозиції……………………………………………… | 36 |

**ЧАСТИНА 1**

**УЗАГАЛЬНЕНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАУКОВІ ДОСЯГНЕННЯ КАФЕДРИ**

1. **Наукові школи кафедри та їх розвиток**

Наукова школа кафедри формувалась і розвивалась протягом десятиліть під впливом змін і процесів, що мали місце в освітньому і бізнесовому середовищах. Маючи потужну історію зародження і подальшого розвитку, кафедра маркетингу імені А.Ф. Павленка дотримується високих стандартів підготовки фахівців на базі імплементації й адаптації інструментарію та методології маркетингу до реалій сучасного економічного середовища. Період тектонічних змін і трансформацій, що притаманні вітчизняній і світовій економічній системі та характеризуються фундаментальними зрушеннями у різних сферах діяльності, швидка інформатизація та діджиталізація суспільства обумовлюють необхідність постійного вдосконалення і пошуку новітніх напрямів розвитку маркетингової науки і практики.

Сучасна маркетингова наука є фундаментом та філософією для успішного розвитку підприємницької діяльності, яка ставить за мету створення споживчої цінності та продукування ефективних управлінських рішень, враховуючи мінливість навколишнього маркетингового середовища. Основна увага зосереджується на питаннях клієнт-орієнтовності, побудові довгострокових партнерських відносин зі споживачами, маркетингу послуг, брендингу, Інтернет-маркетингу тощо. Все це реалізується за рахунок фундаментальних і прикладних досліджень у площині маркетингової та суміжних сфер діяльності.

Наразі наукова школа кафедри імені А.Ф. Павленка продовжує свою діяльність, постійно рухаючись у тренді глобальних та локальних викликів економічного середовища, генеруючи нові ідеї, методи, напрями, підходи та активно впроваджуючи їх у навчальний процес. Відповідним чином відбувається вдосконалення навчальних планів і освітніх програм, враховуючи поточну і прогнозну ситуацію на ринку праці та нагальні вимоги до фахівців маркетингового спрямування. Відбувається активне залучення студентів бакалаврського і магістерського рівнів до наукової роботи кафедри з метою поглиблення їх теоретичної та практичної підготовки, вдосконалення базових і спеціальних фахових компетентностей. Велика увага приділяється актуальності і високому рівню проведення наукових досліджень, що відповідають сучасному вектору маркетингової науки і практики. Здійснюється співпраця з підприємствами і організаціями з метою обміну практичним досвідом та підвищення ефективності навчального процесу.

Стратегічними орієнтирами розвитку наукової школи кафедри є забезпечення необхідного рівня теоретичної і практичної підготовки майбутнього маркетолога, відповідної професійності і конкурентоспроможних позицій на ринку праці. Необхідною передумовою реалізації даної стратегії є робота науково-педагогічних працівників кафедри над перспективним напрямами наукових і прикладних досліджень у сфері маркетингу, вивчення провідного практичного і управлінського досвіду суб’єктів бізнес-середовища, впровадження новітніх форм і методів організації процесу навчання.

1. **Пріоритетні напрями наукових досліджень кафедри**

Професорсько-викладацький склад кафедри бере активну участь у багатьох наукових заходах, що присвячені проблемам розвитку маркетингу та актуальним питанням сучасної маркетингової діяльності.

Завідувач кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка д.е.н., проф. Федорченко А.В. прийняв участь у міжкафедральній науково-дослідній темі «Оптимізація ефективності використання виробничих потужностей (можливість концентрації виробництва) та нерухомого майна АТ «Київський завод «Радар» в умовах кризового становища. Розроблені пропозиції щодо оптимізації використання виробничих потужностей і площ заводу з метою його виведення із кризового стану (Акт впровадження від 30.09.2022).

Професор Шафалюк О.К., д.е.н., взяв участь у виданні навчального посібника «Перегляд моделей раціонального споживача» (0,5 д.а.), також долучився до написання колективної монографії «Розвиток сучасних аналітичних систем управління діджитал-маркетингу та комерції» (1,5 д.а).

Професори, д.е.н. Федорченко А.В. та Ларіна Я.С., доцент, к.е.н. Ремезь Ю.Б. підготували до видання навчальний посібник «Бенчмаркінг» обсягом 27,2 д. а.

Ларіна Я. С. та Згурська О.М. прийняли участь у написанні колективних монографій «Вплив COVID-19 на національну безпеку, соціально-економічне середовище країни та здоров’я населення» та «Інвестиційні можливості національної фармацевтичної галузі внаслідок поширення коронавірусної хвороби (COVID-19)» обсягами відповідно 0,8 і 1,8 д.а.

Д.е.н., проф. Романенко Л.Ф. плідно працює над проблемами впровадження цифрового маркетингу та підготувала до публікації статтю «Тенденції розвитку SEO-оптимізації та подолання існуючих ризиків».

Заступник завідувача кафедри к.е.н., доц. Василькова Н.В. плідно займається дослідженнями проблем підвищення рівня якості вищої освіти, постійно відслідковуючи актуальні питання розвитку вітчизняної та світової вищої освіти.

Пріоритетними напрямами наукових досліджень кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка є сучасна проблематика маркетингової науки і практики в контексті впливу глобальних та локальних трендів маркетингового середовища, цифровізації, невизначеності, перманентних змін у настроях і поведінці ринкових суб’єктів тощо. Найбільша увага приділяється дослідженням у сфері вдосконалення маркетингових комунікацій, маркетингових Інтернет-технологій, цифрового маркетингу, інструментарію та стратегічних аспектів маркетингової діяльності. Це підтверджується тематикою наукових статей та інших напрямів наукової діяльності кафедри.

1. **Інформація про науково-дослідні роботи, що виконуються на кафедрі**
	1. **Інформація про науково-дослідні роботи, що фінансуються за рахунок державного бюджету (у тому числі НДР молодих вчених)**

Інформацію надати у наступному вигляді:

Кафедра \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Назва НДР:

Номер державної реєстрації:

Науковий керівник:

Етап (вказати чи тема завершена, перехідна, який рік виконується):

Термін виконання: з \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Наукові результати (вказується, що розроблено, досліджено, доведено, оцінено тощо та яке це має значення для економіки та розвитку науки), отримані у звітному періоді (для перехідних тем) / за весь період виконання роботи (для завершених тем) - до 20 рядків тексту:

Кількість публікацій по темі за звітний період (для перехідних тем) / за весь період виконання (для завершених тем):

Кількість захищених дисертацій за темою дослідження за звітний період (для перехідних тем) / за весь період виконання (для завершених тем)::

кандидатські - \_\_\_\_;

докторські - \_\_\_\_\_\_.

* 1. **Інформація про ініціативні науково-дослідні роботи, що виконуються у межах робочого часу викладачів**

Інформацію надати у наступному вигляді:

Кафедра маркетингу імені А.Ф. Павленка

Назва ініціативної НДР: Розвиток методології та методики маркетингу в умовах інформатизації суспільства

Номер державної реєстрації: 0118U002376

Науковий керівник: д.е.н., проф. Федорченко А.В.

Етап (вказати чи тема завершена, перехідна, який рік виконується): завершена

Термін виконання: з 01.01.2018 по 31.12.2022

Наукові результати:

В рамках виконання наукової теми у 2022 р. досліджувались питання розвитку маркетингу в умовах інтернет та цифрової економіки. Вплив цифровізації на управління маркетингом за складовими його комплексу. Розглянуті питання методичного та методологічного характеру; вивчались проблеми маркетингових комунікацій як важливого інструменту у просуванні і продажу продукції підприємства.

 Продовжувались дослідження розвитку маркетингової діяльності підприємств на товарних ринках. Під впливом розвитку технологій, інноваційних процесів, екологізації, кластеризації, розглядались проблеми удосконалення стратегічної діяльності підприємств в сучасних умовах, підвищення економічної ефективності маркетингу в управлінні господарськими процесами підприємств. Досліджувались питання соціально-відповідального маркетингу, а також маркетингу взаємовідносин виробників та споживачів, бізнес організацій із суб’єктами зовнішнього середовища.

 Було досліджено сучасні проблеми розвитку внутрішнього маркетингу підприємств в умовах інтернет та застосування цифрових інструментів та технологій. Були розглянуто проблеми цифровізації виробництва у взаємозв’язку із цифровізацією маркетингової діяльності підприємства.

Кількість публікацій по темі за звітний період (для перехідних тем) / за весь період виконання (для завершених тем): 25

Кількість захищених дисертацій за темою дослідження за звітний період (для перехідних тем) / за весь період виконання (для завершених тем):

кандидатські – 4;

докторські – 1.

* 1. **Інформація про госпдоговірні науково-дослідні роботи та вітчизняні гранти**
	2. **Інформація про наукові гранти, за якими працювали науковці кафедри, що фінансувались закордонними організаціями**

За винятком проектів розвитку потенціалу вищої освіти та академічної мобільності, наприклад, інфраструктурні гранти Еразмус+ тощо. Інформація має корелювати з даними таблиці 12 частини 2 звіту

1. **Високоефективна наукова, науково-технічна та інноваційна діяльність кафедри, в тому числі впровадження результатів наукових досліджень**

Інформація надається у довільній формі.

Для підготовки матеріалів для проведення державної атестації Університету у частині провадження наукової (науково-технічної) діяльності просимо за наявності навести важливу інформацію про результати проведених маркетингових досліджень щодо просування отриманих результатів НДР на український та світовий рівні, визначити потенційних замовників, навести перелік реальних замовників, з якими вже встановлено попередні договірні відносини.

1. **Наукове та науково-технічне співробітництво із закордонними організаціями**

Надати у текстовому вигляді загальну інформацію про стан міжнародного наукового співробітництва кафедри, характеристику його основних напрямків, приклади успішної реалізації та перспективи розвитку. Інформація має корелювати з даними таблиці 11 частини 2 звіту.

1. **Одержання конкурентоспроможних наукових і науково-прикладних результатів**

Інформація надається у довільній формі за результатами виконання НДР.

1. **Застосування нових наукових, науково-технічних знань у навчальному процесі**

Інформація надається у довільній формі.

1. **Підготовка наукових кадрів**

Інформація надається у довільній формі.

Надати за наявності перелік захищених кандидатських та докторських дисертацій.

1. **Результативні показники наукових та науково-технічних робіт**

Надати перелік створеної науково-технічної продукції (та зазначити за наявності її впровадження у виробництво та навчальний процес):

– нових технологій

– методів, теорій

– інше.

Інформація має корелювати з пунктами10.2, 10.4.6 частини 4 звіту.

1. **Наукова робота студентів**

Інформація надається у довільній формі.

Зазначити внутрішні стимулюючі заходи та відзнаки для студентів та молодих вчених.

1. **Відомості про науково-дослідну роботу та інноваційну діяльність молодих учених**

Інформація надається у довільній формі.

Надати за наявності перелік молодих вчених, які отримували премії:

* гранти Президента України для підтримки наукових досліджень молодих вчених
* гранти Президента України докторам наук для здійснення наукових досліджень
* щорічні гранти Президента України для обдарованої молоді
* щорічні премії Президента України для молодих вчених
* премії Верховної Ради України найталановитішим молодим ученим в галузі фундаментальних і прикладних досліджень та науково-технічних розробок
* премії Кабінету Міністрів України за особливі досягнення молоді у розбудові України
* стипендії Верховної Ради України

Зазначити за наявності проекти, подані на конкурс молодих вчених.

Молоді вчені кафедри, які є експертами у Експертній раді МОН або інших дорадчих органах(за наявності).

Інформація має корелювати з пунктами 5.13, 5.14, 5.15 частини 4 звіту.

**ЧАСТИНА 2**

**ВІДОМОСТІ ПРО НАУКОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ КАФЕДРИ**

**Таблиця 1**

**ОСНОВНІ НАУКОВО-ОСВІТНІ ЗАХОДИ, ЩО ПРОВОДИЛИСЯ КАФЕДРОЮ У 2022 РОЦІ**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Назва заходу | Вид заходу (міжнародний, всеукраїнський, інший) | Форма проведення заходу (онлайн, офлайн, інше) | Дата та місце проведення заходу | Співорганізатори | Кількість учасників заходу |
| **Конференції** |
| 1 |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |
| **Конференції здобувачів вищої освіти і молодих вчених** |
| 1 |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |
| **Семінари** |
| 1 |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |
| **Симпозіуми** |
| 1 |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |
| **Виставки** |
| 1 |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |
| **Інші заходи** |
| 1 |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |

**Таблиця 2**

**СПИСОК МОНОГРАФІЙ, ОПУБЛІКОВАНИХ В УКРАЇНІ(ІНДИВІДУАЛЬНИХ, КОЛЕКТИВНИХ)**

**(виділити жирним шрифтом прізвища авторів віком до 35 років (обов’язково)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Прізвище та ініціали автора, співавтора, керівника авторського колективу | **Назва монографії** | Загальний обсяг д.а. та кількість сторінок(для колективних монографій вказати обсяг друкованих аркушів та кількість сторінок, що належить автору) | Мова | Видавництво(вихідні дані) | Вказати | Web-посилання на монографію(за наявності) |
| За фундаментальними дослідженнями | За прикладними дослідженнями |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| **Індивідуальні монографії** |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Усього | **X** |  | **X** | **X** |  |  | **X** |
| **Колективні монографії** |
| 1 | Згурська О. М. | Інвестиційні можливості національної фармацевтичної галузі внаслідок поширення коронавірусної хвороби (COVID-19) | 1,8 д.а. | укр. | Суми: Сумський державний університет | + |  | <https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/14416/1/Monograph_Kashchena_2022.pdf> |
| 2 | Ларіна Я.С. | Вплив COVID-19 на національну безпеку, соціально-економічне середовище країни та здоров’я населення. / Розділ 6.2. Вплив COVID-19 на економічні очікування українців і попит на внутрішньому ринку |  0,8 д.а.(загальний обсяг: 35,27 д.а.) | укр. | Суми: Сумський державний університет, 2022. 529 с. | + |  | <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/90025> |
| 3 | Олексюк О.І., Шафалюк О.К. | Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст / Розділ 1.3. Розвиток сучасних аналітичних систем управління діджитал-маркетингу та комерції | 1,5 д.а.; с. 69-106 | укр. | Полтава: ПУЕТ, 2021. 344 с. |  | + | http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/12252/1/Marketungova%20dialnist%20pidpriemstv\_Monografia\_Karpenko.pdf |
| **Усього** | **X** | **4,1 д.а.** | **X** | **X** | **2** | **1** | **X** |

**Таблиця 3**

**СПИСОК МОНОГРАФІЙ, ОПУБЛІКОВАНИХ ЗА КОРДОНОМ (ІНДИВІДУАЛЬНИХ, КОЛЕКТИВНИХ)**

**(виділити жирним шрифтом прізвища авторів віком до 35 років (обов’язково)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Прізвище та ініціали автора, співавтора, керівника авторського колективу | **Назва монографії** | Загальний обсяг д.а. та кількість сторінок(Для колективних монографій вказати обсяг друкованих аркушів та кількість сторінок, що належить автору) | Мова | Видавництво(вихідні дані) | Вказати | Web-посилання на монографію(за наявності) |
| За фундаментальними дослідженнями | За прикладними дослідженнями |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| **Монографії, що опубліковані у зарубіжних періодичних наукових виданнях країн Організації економічного співробітництва та розвитку** |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Усього | **X** |  | **X** | **X** |  |  | **X** |
| **Монографії, що опубліковані у інших країнах** |
|  | O. Zghurska, T. Somkina | Strategic innovative solutionsin the system of enterprise activity planning. Concepts, strategies and mechanisms of economic systems management in the context of modern world challenges | 1,75 д.а. | англ. | VUZF University of Finance, Business and Entrepreneurship (Sofia, Bulgaria), 2021 |  | + | <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/35604/1/Monograph-VUZF-2021.pdf> |
| **Усього** | **X** | **1,75 д.а.** | **X** | **X** |  | **1** | **X** |

**Таблиця 4**

**СПИСОК НАУКОВИХ СТАТЕЙ, ОПУБЛІКОВАНИХ В УКРАЇНСЬКИХ ВИДАННЯХ**

**(виділити жирним шрифтом прізвища авторів віком до 35 років (обов’язково)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Прізвищета ініціали авторів | Назва статті | Назва журналу/ збірника та вихідні дані | Обсягдрукованих аркушів таперша і остання сторінки | Мова | Вказати категорію(А або Б),за наявності | Вказати імпакт-факторвидання та кількість цитувань публікації, за наявності | Вказати наукометричну базу, в якій зареєстровано журнал/збірник, за наявності | Web-посилання на статтю, за наявності |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| **Видання, які включені до міжнародної наукометричної бази даних Scopus** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Видання, які включені до міжнародної наукометричної бази даних Web of Science Core Collection** |
| 1. 1
 | Zghurska О., Dymenko R., Larina Y., Fedorchenko A., Zalizko V., Kubiv S. | Strategic forecast of multifactorial impact on the efficiency of diversified enterprises | Financial and credit activity: problems of theory and practice **ISSN** 2306-4994 (print). - **ISSN** 2310-8770 (online)  | 1,8 д.а.С. 328–344 | англ. |  А |  | Web of Science | https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/3429/3371 |
| 1. 2
 | Oksana Zghurska, Nataliya Struk, Yuriy Safonov, Anna Kulik,OlesiaRomanenko | Analysis of the volume and structure of health care service in Ukraine | Financial and credit activity: problems of theory and practice**ISSN** 2306-4994 (print). - **ISSN** 2310-8770 (online)  | 1,67 д.а.С. 346–354 | англ. |  А |  | Web of Science | <https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/3829/3651> |
| 1. 3
 | Oksana Zghurska, Yaroslava Larina, Ruslan Dymenko, Stepan Kubiv, Andrii Tarasiuk,Yuriy Safonov | Multi-agent model of the distribution channel management system of agro-industrial enterprises | Financial and credit activity: problems of theory and practice**ISSN** 2306-4994 (print). - **ISSN** 2310-8770 (online)  | 1,74 д.а.С. 361–372 | англ. | А |  | Web of Science |  |
| 1. 4
 | Oksana Zghurska, Olena Korchynska, Stepan Kubiv, Olena Golovchenko, Andriy Tarasiuk | Digitalizationof the nationalagro-industrial complex: new challenges, realitiesand perspectives | Financial and credit activity: problems of theory and practice**ISSN** 2306-4994 (print). - **ISSN** 2310-8770 (online)  | 1,65 д.а.С. 324-336 | англ. | А |  | Web of Science |  |
| 1. 5
 | Natalia Struk, Natalia Yevtushenko, Tetyana Khlevytska, Neonila Nasad, Ruslan Ryazantsev | Impact Analysis of Digital Transformation on the National Business Structures Development  | Financial and credit activity: problems of theory and practice, 2022. Volume 6 (47). | 1,5 д.а.1. 218-229
 | англ. | А |  | Web of Science | DOI: 10.55643/fcaptp.6.47.2022.3916[https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/3916/3716](https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/3916/3716#inbox/_blank)  |
| **Видання, які включені до міжнародної наукометричної бази даних для суспільних та гуманітарних наук Copernicus** |
| 1. 1
 | Архипова Т.В, Неміш Ю.В.,Матвеев М.Е. | Тенденції розвитку Digital-маркетингу як сучасного інструменту просування товарів та послуг у соціальних мережах | Економіка і держава, № 6. 2022.  | 0,5 д.а.С. 86-91 | укр. | Б |  |  IndexCopernicus | https://www.nayka.com.ua/index.php/economy/article/view/69 |
| 1. 3
 | Ларіна Я.С., Файвішенко Д.С. | Тенденції та маркетингові інструменти розвитку ринку рослинних аналогів молочної продукції | Вісник Львівського університету. Серія економічна. 2022 № 62.  | 1,0 д.а.С. 248-261. | укр. | Б |  |  IndexCopernicus |  |
| 1. 3
 | Олексюк О.І., Шафалюк О.К. | Особливості використання відкритих даних у підготовці рішень маркетингового та комерційного менеджменту | Стратегія економічного розвитку України, № 50, 2022 | 1 д.а., 45-55 | укр. | Б | - |   IndexCopernicus | http://sedu.kneu.edu.ua/article/view/261232 |
| 1. 4
 | Олексюк О.І., Шафалюк О.К. | Гібридні оцінки результативності маркетингу та комерційної діяльності підприємств | Вчені записки, Вип. 26, 2022 | 1 д.а., 92–102 | укр. | Б | - |   IndexCopernicus | https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/38452/vz\_22\_26-8.pdf?sequence=1&isAllowed=y |
| 1. 4
 | Євтушенко Н.О.,Захаржевська А. | Особливості формування механізму розвитку управління ризиками в підприємствах | Економічний простір, 2022 | 0,7 д.а. | укр. | Б |  |   IndexCopernicus |   |
| 1. 2
 | Овсієнко Н.В. Кирилюк О. В | Особливості рекламної діяльності інтернет-магазину в сучасних торгово-економічних умовах  | Міжнародний науковий журнал "Інтернаука”, № 13 (132), 2022 | 0,5 д.а.;С. 16 - 20 | укр. |  |  | Index Copernicus  | <https://www.inter-nauka.com/issues/2022/13/8384> |
| **Видання категорії А або Б, які не включені до міжнародних наукометричних баз даних Scopus або Web of Science Core Collection** |
| 1. 5
 | Олексюк О.І., Шафалюк О.К. | Використання інформації з відкритих джерел для маркетингових досліджень товарних ринків | Економіка та підприємництво, 48, 2022 | 1 д.а., 26-38 | укр. | Б | - | - | https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/37935/ep\_22\_48-3.pdf?sequence=1&isAllowed=y |
| 1. 6
 | Романенко Л.Ф. | Тенденції розвитку SEO-оптимізації та подолання існуючих ризиків | Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Випуск 35. Грудень, 2022 р.  | 1 д.а.с.160-173 | укр. | Б |  |  | <https://www.inter-nauka.com/issues/2022/13/8384> |
| 1. 2
 | Згурська О. М. | Інструментально-методичний підхід до ефективного інтернет-просування продукції на ринку фармацевтики | Збірник наукових праць Державного університету телекомуніка-цій. «Економіка. Менеджмент. Бізнес», 2022 | 1,37 д.а.С. 54–63 | укр. | Б |  |  |  |
| 1. 7
 | Євтушенко Н.О.,Нечитайло Б.С., | Ефективна цінова політика як фактор успіху у конкурентній боротьбі | Економіка. Менеджмент. Бізнес, № 3, 2022 | 0,44 д.а. | укр. | Б |  |  |  |
| 1. 8
 | Євтушенко Н.О.,Рязанцев Р. О., | Сутність та структура інноваційного потенціалу | Економіка. Менеджмент. Бізнес, № 3, 2022 | 0,4 д.а. | укр. | Б |  |  |  |
| 1. 9
 | Євтушенко Н.О.,Гурін Т.В. | Управління конкурентоспроможністю підприємства: теоретичний аспект | Економіка. Менеджмент. Бізнес, № 4, 2022 | 0,37 д.а. | укр. | Б |  |  |  |
| 1. 10
 | Євтушенко Н.О.,Пільник Т.А | Конкурентна стратегія підприємства: сутність, підходи та принципи формування | Економіка. Менеджмент. Бізнес, № 4, 2022 | 0,43 д.а. | укр. | Б |  |  |  |
|  | Архипова Т.В, Неміш Ю.В.,Матвеев М.Е. | Тенденції розвитку Digital-маркетингу як сучасного інструменту просування товарів та послуг у соціальних мережах | Економіка і держава, № 6. 2022.  | 0,5 д.а.С. 86-91 | укр. | Б |  | **Index****Copernicus** | https://www.nayka.com.ua/index.php/economy/article/view/69 |
|  | Ларіна Я.С., Файвішенко Д.С. | Тенденції та маркетингові інструменти розвитку ринку рослинних аналогів молочної продукції | Вісник Львівського університету. Серія економічна. 2022 № 62.  | 1,0 д.а.С. 248-261. | укр. | Б |  | **Index****Copernicus** |  |
|  | Олексюк О.І., Шафалюк О.К. | Особливості використання відкритих даних у підготовці рішень маркетингового та комерційного менеджменту | Стратегія економічного розвитку України, № 50, 2022 | 1 д.а., 45-55 | укр. | Б | - | **Index****Copernicus** | http://sedu.kneu.edu.ua/article/view/261232 |
|  | Олексюк О.І., Шафалюк О.К. | Гібридні оцінки результативності маркетингу та комерційної діяльності підприємств | Вчені записки, Вип. 26, 2022 | 1 д.а., 92–102 | укр. | Б | - | **Index****Copernicus** | https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/38452/vz\_22\_26-8.pdf?sequence=1&isAllowed=y |
|  | Євтушенко Н.О.,Захаржевська А. | Особливості формування механізму розвитку управління ризиками в підприємствах | Економічний простір, 2022 | 0,7 д.а. | укр. | Б |  | **Index****Copernicus** |   |
| **Інші академічні видання** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Інші видання** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

# Загальна кількість наукових статей, опублікованих в українських періодичних виданнях: \_18\_\_ (кількість) \_18,07\_\_\_\_ (обсяг д.а.), з них:

Scopus**\_\_\_** (кількість) \_\_\_\_\_ (обсяг д.а.)

Web of Science \_\_**5\_**\_(кількість) \_\_**8,36**\_\_\_ (обсяг д.а.)

Copernicus**\_\_6** (кількість) \_\_**4,7** (обсяг д.а.) *(з них 5 статей 4,2 д.а. включені і в наступну позицію)*

Категорія А або Б, які не включені до міжнародних наукометричних баз даних Scopus або Web of Science Core Collection**\_12\_\_ (**кількість) \_**9,21**\_\_\_ (обсяг д.а.)

Інші **\_\_\_** (кількість) **\_\_**\_\_\_ (обсяг д.а.)

# Загальна кількість наукових статей, опублікованих в українських періодичних виданнях (молоді вчені): \_\_\_ (кількість) \_\_\_\_\_ (обсяг д.а.), з них:

Scopus**\_\_\_** (кількість) \_\_\_\_\_ (обсяг д.а.)

Web of Science \_\_\_\_(кількість) \_\_\_\_\_ (обсяг д.а.)

Copernicus**\_\_\_** (кількість) \_\_\_\_\_ (обсяг д.а.)

Категорія А або Б, які не включені до міжнародних наукометричних баз даних Scopus або WebofScienceCoreCollection**\_\_\_ (**кількість) \_\_\_\_\_ (обсяг д.а.)

Інші \_\_\_ (кількість) \_\_\_\_\_ (обсяг д.а.)

**Таблиця 5**

**СПИСОК НАУКОВИХ СТАТЕЙ, ОПУБЛІКОВАНИХ В ЗАКОРДОННИХ ВИДАННЯХ**

**(виділити жирним шрифтом прізвища авторів віком до 35 років (обов’язково)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Прізвищета ініціали авторів | Назва статті | Назва журналу/ збірника та вихідні дані | Обсягдрукованих аркушів таперша і остання сторінки | Мова | Країна видання | Вказати імпакт-фактор видання та кількість цитувань публікації, за наявності | Вказати наукометричну базу, в якій зареєстровано журнал/збірник, за наявності | Web-посилання на статтю, за наявності |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| **Видання, які включені до міжнародної наукометричної бази даних Scopus** |
| 1. 1
 | Zghurska О., Kubiv S. | Methodological principles of offset activities’ risk management in the national economic security system | Journal of Hygienic Engineering and Design (Food Production and Processing). (ISSN NO. (Online): 1857-8489)) | 1,70 д.а.С. 332–344 | англ. | Македонія |  | Scopus | <https://keypublishing.org/jhed/wp-content/uploads/2021/11/8.-JHED-Volume-36-FPP-Abstract-%D0%9Eksana-Zghurska.pdf> |
| 1. 2
 | Zghurska О., Somkina, T., Korchynska O., Fedorchenko A., Tarasevych O., Kubiv S. | Formation of organizational and economic structure in the process of developing innovative solutions of a diversified enterprise | Journal of Hygienic Engineering and Design (Food Production and Processing). (ISSN NO. (Online): 1857-8489)) | 1,74 д.а. | англ. | Македонія |  | Scopus | <https://keypublishing.org/jhed/wp-content/uploads/2021/11/4.-JHED-Volume-36-FPP-Abstract-%D0%9Eksana-Zghurska.pdf>  |
| 1. 3
 | О. Zghurska, M.Malik, V.Baidala, T.Somkina, S. Kubiv, I.Huzhavina, A. Sukhostavets, A. Kulik | Modeling the influence of the environmental factor on ensuring the sustainability of Ukraine’s food security | Journal of Hygienic Engineering and Design (Food Production and Processing). (ISSN NO. (Online): 1857-8489)) | 1,75 д.а. | англ. | Македонія |  | Scopus | <https://keypublishing.org/jhed/wp-content/uploads/2022/11/12.-Abstract-%D0%9Eksana-Zghurska.pdf> |
| 1. 4
 | Оksana Zghurska, Khaleel Jdayea Hammadi, Yaroslava Larina, Yuliia Tymchenko, Oleksandr Turovsky, Stepan Kubiv | Modeling of informational influence on sociocultural development of society | Journal of Hygienic Engineering and Design (Food Production and Processing). (ISSN NO. (Online): 1857-8489)) | 1,8 д.а. | англ. | Македонія |  | Scopus | <https://keypublishing.org/jhed/wp-content/uploads/2022/11/20.-Abstract-%D0%9Eksana-Zghurska.pdf> |
| 1. 5
 | V Danyliuk, I Riepina, A Shafalyuk, N Valinkevych, N Reznik | Methodical approaches to measurement of the technical level of a production enterprise | AIP Conference Proceedings, 2413, №1, 2022 | 1 д.а.,10 pp. | англ. | США | - | ScopusThe Conference Proceedings Citation Index (part of Web of Science) | https://aip.scitation.org/doi/abs/10.1063/5.0080013 |
| 1. 6
 | Al-Ababneh, H. A., Borisova, V., **Tkachenko, P.,** Andrusiak, N. | Performance of artificial intelligence technologies in large corporations | WSEAS Transactions on Business and Economics, 2022 | 2,79 д.а.(загальний обсяг: 11,16 д.а)  | англ. | Греція  | 1,08 | Scopus |  |
| **Видання, які включені до міжнародної наукометричної бази даних Web of Science Core Collection** |
| 1. 7
 | Oleksandr Yerankin, Larysa Hromozdova, Nadiia Pysarenko, Antoninа Artemenko, Viktor Maliarevskyi, Yana Dovhenko, Fato Sharoian | Innovative Development of Public Policy on Food Security in the Period of the Covid-19 Pandemia | SHS Web of Conferences, Volume 126, 2021 | 0,7 д.а. | Англ. | Франція |  | Web of Science | https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2021/37/shsconf\_sdppp2021\_06001.pdf |
| 1. 8
 | Yevtushenko N.,Gudz O. | Consulting and internal communications: theoretical and methodological aspect | Baltic Journal of Economic Studies, Vol. 8, No. 1, 2022 | 1 д.а.;с. 43 - 54 | англ. | Латвія |  | Web of Science | <http://baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/1680> |
| **Видання, які включені до міжнародної наукометричної бази даних для суспільних та гуманітарних наук Copernicus** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Видання, що опубліковані у зарубіжних періодичних наукових виданнях країн Організації економічного співробітництва та розвитку** |
| 1. 5
 | V Danyliuk, I Riepina, A Shafalyuk, N Valinkevych, N Reznik | Methodical approaches to measurement of the technical level of a production enterprise | AIP Conference Proceedings, 2413, №1, 2022 | 1 д.а.,10 pp. | англ. | США | - | ScopusThe Conference Proceedings Citation Index (part of Web of Science) | https://aip.scitation.org/doi/abs/10.1063/5.0080013 |
| 1. 6
 | Al-Ababneh, H. A., Borisova, V., **Tkachenko, P.,** Andrusiak, N. | Performance of artificial intelligence technologies in large corporations | WSEAS Transactions on Business and Economics, 2022 | 2,79 д.а.(загальний обсяг: 11,16 д.а)  | англ. | Греція  | 1,08 | Scopus |  |
| 1. 7
 | Oleksandr Yerankin, Larysa Hromozdova, Nadiia Pysarenko, Antoninа Artemenko, Viktor Maliarevskyi, Yana Dovhenko, Fato Sharoian | Innovative Development of Public Policy on Food Security in the Period of the Covid-19 Pandemia | SHS Web of Conferences, Volume 126, 2021 | 0,7 д.а. | Англ. | Франція |  | Web of Science | https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2021/37/shsconf\_sdppp2021\_06001.pdf |
| 1. 8
 | Yevtushenko N.,Gudz O. | Consulting and internal communications: theoretical and methodological aspect | Baltic Journal of Economic Studies, Vol. 8, No. 1, 2022 | 1 д.а.;с. 43 - 54 | англ. | Латвія |  | Web of Science | <http://baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/1680> |
| **Інші міжнародні академічні видання** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Інші міжнародні видання** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

# Загальна кількість наукових статей, опублікованих в закордонних періодичних виданнях: \_9\_ (кількість) \_12,48\_\_ (обсяг д.а.), з них:

Scopus**\_7\_\_** (кількість) \_\_**10,78**\_\_\_ (обсяг д.а.)

Web of Science \_**2**\_\_\_(кількість) \_**1,7**\_\_\_\_ (обсяг д.а.)

Copernicus**\_\_\_** (кількість) \_\_\_\_\_ (обсяг д.а.)

Видання, що опубліковані у зарубіжних періодичних наукових виданнях країн Організації економічного співробітництва та розвитку **\_4\_ (**кількість) \_**5,49 д.а.**\_ (обсяг д.а.)

Інші \_\_\_ (кількість) \_\_\_\_\_ (обсяг д.а.)

# Загальна кількість наукових статей, опублікованих в закордонних періодичних виданнях (молоді вчені): \_\_1\_ (кількість) \_\_2,79\_\_\_ (обсяг д.а.), з них:

Scopus**\_1\_\_** (кількість) \_\_2,79\_\_\_ (обсяг д.а.)

Webofscience \_\_\_\_(кількість) \_\_\_\_\_ (обсяг д.а.)

Copernicus**\_\_\_** (кількість) \_\_\_\_\_ (обсяг д.а.)

Видання, що опубліковані у зарубіжних періодичних наукових виданнях країн Організації економічного співробітництва та розвитку **\_1\_\_ (**кількість) \_**2,79\_**\_ (обсяг д.а.)

Інші \_\_\_ (кількість) \_\_\_\_\_ (обсяг д.а.)

**Таблиця 6**

**СПИСОК НАУКОВИХ публікацій В ІНШИХ ВИДАННЯХ (ГАЗЕТИ, КНИГИ, БРОШУРИ, ДОВІДКОВІ МАТЕРІАЛИ)**

**(виділити жирним шрифтом прізвища авторів віком до 35 років (обов’язково)**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Прізвище та ініціали авторів | Назва | Обсяг (д.а.) | Мова | Видавництво (вихідні дані) | Вид публікації |
| Газета | Книга | Брошура | Довідкові матеріали |
| Вид публікації | Вид публікації |
| Академічна | Професійна | Академічна | Професійна |
| *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* | *9* | *10* | *11* | *12* |
| 1 | Savych, O., Shkoda, T. | Cultural Relationship Marketing Prospects and Potential. | 0,6 | англ. | Springer(Savych, O., Shkoda, T. (2022). Cultural Relationship Marketing Prospects and Potential. In: Borin, E., Cerquetti, M., Crispí, M., Urbano, J. (eds) Cultural Leadership in Transition Tourism. Contributions to Management Science. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-14121-8\_14) |  | Cultural Leadership in Transition Tourism. Contributions to Management Science. Springer, 2022. |  |  |  |  |
| Усього | **X** | 0,6 | **X** | **X** |  | 1 |  |  |  |  |

**Таблиця 7**

**ВИКОРИСТАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НДР В УЧБОВОМУ ПРОЦЕСІ (ОПУБЛІКОВАНІ ПІДРУЧНИКИ, навчальні ПОСІБНИКИ)**

**(виділити жирним шрифтом прізвища авторів віком до 35 років (обов’язково)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Назва, автор (автори) | Вид навчального видання (підручник, навчальний посібник) | Обсяг (д.а.) | Вихідні дані |
| *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 1 | Бенчмаркінг. Федорченко А.В., Ларіна Я.С., Ремезь Ю.Б. | Навчальний посібник | 27,2 д.а. | Херсон, Олді Плюс. 468 с. |
| 2 | Перегляд моделей раціонального споживача // Поведінкова економіка: від теорії до практики: міждисциплінарний навчальний посібник. Тащенко А.Ю., Шафалюк О.К., Яковенко Ю.І. | Навчальний посібник | 1 д.а, с. 151-163 | Трускавець: ПОСВІТ, 2022, 408 с. |
| **Усього** | **X** | **28,2 д.а.** | **X** |

**Таблиця 8**

**НАУКОВІ ТА НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ, НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ КОНФЕРЕНЦІЇ, СЕМІНАРИ, КРУГЛІ СТОЛИ, В ЯКИХ ПРИЙМАЛИ УЧАСТЬ НАУКОВО-ПЕДАГОГІЧНІ ПРАЦІВНИКИ КАФЕДРИ**

**(виділити жирним шрифтом прізвища авторів віком до 35 років (обов’язково)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Назва | Вид (міжнародні, всеукраїнські та ін.) | Місце та дата проведення | Прізвище учасника | Тези доповіді (назва, автори, вихідні дані, обсяг), за наявності |
| *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* |
| 1 | ІІІ міжнародна науково-практична інтернет- конференція | Міжнародна  | Україна, Київ, УАМ , 22.11.22 | Ларіна Я.С. | Органічний маркетинг: сучасні технології та перспективи розвитку |
| 2 | V міжнародна науково-практична конференція "Стратегічні пріоритети в ХХІ столітті"  | Міжнародна | Україна, Київ, КНЛУ, 1.12.2022 | Ларіна Я.С., **Карпенко Д.С.** | Стратегічне управління брендом: методичні підходи |
| 3 | ІІІ Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і і послуг» | Міжнародна | Україна, м. Рівне Рівненський державний гуманітарний університет, 25-26 лютого 2022 | Ларіна Я.С., **Акжанова Д.К.** | Тенденції розвитку ринку органічних харчових продуктів і специфіка поведінки споживачів |
| 4 | ІІІ Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і і послуг» | Міжнародна | Україна, м. Рівне, Рівненський державний гуманітарний університет 25-26 лютого 2022 | Ларіна Я.С., **Мурга Т.І.** | Сучасні тенденції у сфері просування івент-послуг |
| 5 | III Всеукраїнська науково-практична конференція «Функціонування та розвиток бізнесу України в умовах загроз та глобалізаційних процесів в економіці» | Всеукраїнська | Україна, м. Харків, ХАІ, 30 листопада – 1 грудня 2022 р | Ларіна Я.С., **Стовбира Ю.А.**  | Маркетингові дослідження в цифровій економіці України |
| 6 | III Всеукраїнська науково-практична конференція «Функціонування та розвиток бізнесу України в умовах загроз та глобалізаційних процесів в економіці» | Всеукраїнська | Україна, м. Харків, ХАІ, 30 листопада – 1 грудня 2022 р | Ларіна Я.С., **Чуніс А. В.** | Дослідження поведінки споживачів в мережі Інтернет |
| 7 | ХІV Міжнародна науково-практична конференція “Маркетинг та логістика в системі менеджменту” | Міжнародна науково-практична конференція  | м. Львів, 28 жовтня 2022 р. | Федорченко А.В. | Особливості функціонування системи маркетингових досліджень підприємств в умовах кризового стануЛьвів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. – С. 224-226. |
| 8 | Marketing of innovations. Innovations in marketing | International Scientific Internet Conference | University of Economics and Humanities,Bielsko-Biala, Poland, December, 2022 | Fedorchenko A.V. | Benchmarking as an innovative tool for marketing research.Bielsko-Biala: WSEH. [E-edition]. – P. 30-33. |
| 9 | Перспективи стабільного економічного розвитку та економічної безпеки: світовий досвід і вітчизняні реалії | Міжнародна науково-практична конференція | Запоріжжя, 23 вересня 2022 р, | Архипова Т.В | Про обґрунтування створеня центру суспільних комунікацій та творчих інновацій у мистецьких закладах вищої освіти України |
| 10 | Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти становлення | Міжнародна науково-практична інтернет-конференція | Тернопіль,22 вересня 2022 | Архипова Т.В | Щодо співпраці інтернет індустрії й вищої школи. (Випуск 70)Архипова Т.В 3.ст |
| 11 | Шістдесят восьмі економіко-правові дискусії | Міжнародна науково-практична інтернет-конференція | Львів, УкраїнаПереворськ, Польща27-28.09.2022 | Архипова Т.В | Особливості медіапланування в ІнтернетіСерія: Соціальні та гуманітарні науки.Архипова Т.В 3.ст |
| 12 | Світ наукових досліджень  | Міжнародна мультидисциплінарна наукова інтернет-конференція | Тернопіль, Україна – м. Переворськ, Польща, 29-30 вересня 2022 р.). С.22-25 | Архипова Т.B., **Фролова В.М,** **Ухіна Д.Д.** | Архипова Т.В., Фролова В.М, Ухіна Д.Д.Онлайн медіа як рекламний майданчик: особливості розміщення. Випуск 12. (0,12 д.а.) |
| 13 | Interdisplinary research: scientific horizon and perspective | IV Міжнародна науково – теоретична конференція | Вільнюс, 11 листопада 2022р | Архипова Т.B, **Ухіна Д.Д.** | Соціальні мережі як засіб просування брендуАрхипова Т. В, Ухіна Д.Д. 7 с. |
| 14 | Науково-методична конференція «Цифрова екосистема сучасного університету: епідеміологічні обмеження та виклики воєнного стану» | Науково-методична | м. Київ, КНЕУ ім. В. Гетьмана,25-26 листопада 2022 | Василькова Н.В. | Підсумковий контроль результатів навчання здобувачів вищої освіти в цифровому середовищі. Василькова Н.В., Турчанінова В.Є. Збірник матеріалів наук.-метод. конф. «Цифрова екосистема сучасного університету: епідеміологічні обмеження та виклики воєнного стану». К.: КНЕУ. 2022. (0,21 д.а.) |
| 15 | ElectronicWorld Marketing Summit 2022 “Marketing Changes to Meet Sustainability Goals” | Міжнародна | Онлайн, 6-7 листопада 2022 | Василькова Н.В. | - |
| 16 | Маркетинг і цифрові технології | V Міжнар. наук.-практ. конф. | Одеса, 29–30 вересня 2022 | Шафалюк О.К., Тащенко А.Ю. | Сучасні резерви підвищення ефективності цифрового маркетингу і комерції підприємств, Шафалюк О.К., Тащенко А.Ю. - Одеська політехніка. Одеса: ТЕС. – с. 128-130 |
| 17 | Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи | ІІІ Міжнародна науково-практична конференція | Київ, 8 грудня 2022 р.  | Шевченко О.Л. | Використання психографічної сегментації у стратегії позиціювання брендів |
| 18 | Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи | ІІІ Міжнародна науково-практична конференція | Київ, 8 грудня 2022 р.  | Шевченко О.Л., **Стрілець А.Ю.** | Цифровізація бізнес-процесів під час війни |
| 19 | Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку | V Міжнародна науково-практична інтернет-конференція | м. Київ, КНЕУ 30 травня 2022 року | Єранкін О.О. | Потенціал підприємництва в агробізнесі України в поствоєнний період. С. 85-88 |
| 20 | Економіка підприємства: теорія і практика | IX Міжнародна науково-практична інтернет-конференція | м. Київ, КНЕУ 12 жовтня 2022 року | Єранкін О.О. | Головні принципи формування маркетингових стратегій в агробізнесі України в нових умовах. С. 221-224 |
| 21 | CXI Міжнародна науково-практична iнтернет-конференція «Жовтневі наукові читання» | Міжнародна  | м. Івано-Франківськ, 28 жовтня 2022 року.  | Овсієнко Н.В., **Кирилюк О.В.** | Організація рекламної діяльності інтернет-магазину в соціальних мережах  |
| 22 | Організація рекламної діяльності інтернет-магазину із застосуванням імерсивних технологій. | Всеукраїнська | Київ, Європейський університет, 27 жовтня 2022.  | Овсієнко Н.В., **Кирилюк О.В.** | ХXІІІ науково-практична конференція студентів, аспірантів та молодих вчених. «Україна ХХІ століття: тенденції та перспективи розвитку (воєнна доба)» |
| 23 | Nanoscience and Nanotechnology | 2nd International Webinar on Nanoscience and Nanotechnology | Dubai, 02 грудня 2022 (змішаний формат) | Yevtushenko N. | The use of consulting for the effective interaction of companies related to nanotechnology |
| 24 | Підприємницька, торговельна ,біржова діяльність: тенденції, проблеми та перспективи розвитку | ІІІ Міжнародна науково-практична конференція | Київ, Державний університет телекомунікацій, 11-12 лютого 2022 | Євтушенко Н.О.,Жукова І.О. | Особливості діяльності EVENT-компаній в оn-linе форматі. |
| 25 | Бізнес-аналітика в управлінні зовнішньоекономічноюдіяльністю | IX Міжнародна науково-практична конференція | Київ, Національна академія статистики, обліку та аудиту, 29 квітня 2022 | Євтушенко Н.О. | Юридичний консалтинг як інструмент налагодження ефективноїбізнес-взаємодії |
| 26 | Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи | ІІІ Міжнародна науково-практична конференція | Київ, 8 грудня 2022 р. | **Шевченко М.В.** | Детермінанти споживчої поведінки в період турбулентності економічних систем |
| 27 | Modern stages of scientific research development | International Scientific and Practical Conference | Prague, Czech Republic December 27 – 30, 2022 | Yevtushenko N., Ryazantsev R.  | Formation of innovative potential: theoretical aspect. modern stages of scientificresearch development.https://isg-konf.com/wp-content/uploads/2022/12/Modern-stages-of-scientific-research-development.pdf |

**Таблиця 9**

**Список наукових праць, опублікованих та прийнятих редакцією до друку у 2022 році у зарубіжних виданнях, *які мають імпакт-фактор,* за формою:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № з/п | Автори | Назва роботиобов’язково:посилання на web-сторінку, де розміщена публікація(за наявності) | Назва видання, де опубліковано роботу | Том, номер (випуск, перша-остання сторінки роботи |
| **Статті** |
| **Scopus**  |
| 1 | Оksana Zghurska, Khaleel Jdayea Hammadi, **Yaroslava Larina,**Yuliia Tymchenko, Turovsky Oleksandr, Stepan Kubiv, Artem Kyrychenko | Modeling of information Influence on socio-cultural development of society | Journal of HygienicEngineering and Design. 2022.  | № 40. PP. 250-256. |
| **Статті, подані до друку** |
| 2 | Оksana Zghurska, Yaroslava Larina, Ulia Remez, Kalyna Lutsii, Hennadii Khmurkovskyi, Inna Basha, Olena Shaporenko | Multifactorial forecast modeling of agro-industrial enterprises’ profitability in the process of implementing diversification strategies | Journal of HygienicEngineering and Design. 2022. | № 41. PP. 243-248.  |
| 3 | Підгурська В. О, Ларіна Я.С. | Analysis of the COVID-19 pandemic`s impact on the Ukrainian confectionery market | Journal of Hygienic Engineering and Design | December, 2022 |
| **Web of Science** |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| **Статті, подані до друку** |
|  |  |  |  |  |

**Таблиця 10**

**Розробки, які впроваджено у 2022 році за межами Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана** *(відповідно до таблиці):*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № з/п | Назва та автори розробки | Важливі показники, які характеризують рівень отриманого наукового результату; переваги над аналогами, економічний, соціальний ефект | Місце впровадження (назва організації, відомча належність, адреса) | Дата акту впровадження | Практичні результати, які отримано ВНЗ(обладнання, обсяг отриманих коштів, налагоджено співпрацю для подальшої роботи тощо) |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1 | Звіт про науково-дослідну роботу № 5/21-г «Оптимізація ефективності використання виробничих потужностей (можливість концентрації виробництва) та нерухомого майна АТ «Київський завод «Радар» в умовах кризового становища»за договором NoУ18.21з-33 від 01.10.2021 р.І.Рєпіна, А.Федорченко, В.Царьов,С.Данильченко | Пропозиції щодо оптимізації використання виробничих потужностей і площ заводу з метою його виведення із кризового стану | АТ «Київський завод «Радар» | 30.09.2022 р. | 49800 грн. |

**Таблиця 11**

**Наукове та науково-технічне співробітництво із закордонними організаціями**

(навести дані, що стосуються тільки тих зарубіжних партнерів, з якими укладено договори на виконання науково-дослідних робіт або отримано гранти)

У стовпчику «Документ, відповідно до якого здійснюється співробітництво, термін його дії» мова йде про закордонні організації, з якими співпрацюють на договірних засадах. Отже, підставою може бути госпрозрахунковий договір, грантові угоди, договір (угоди) про співпрацю (про співробітництво), назва наукової програми, у якій брали участь, із зазначенням web-посилання на сторінку, реквізити наказу ЗВО про відрядження його працівників. У випадку, коли зазначених вище підтверджень немає, наводяться спільні статті та/або інші спільні публікації (афіліація університету обов’язкова).

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Країна партнер | Установа партнер | Тема співробітництва | Документ в рамках якого здійснювалося співробітництво.Термін його дії | Практичні результати від співробітництва |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

**Таблиця 12**

**Перелік наукових грантів, за якими працювали науковці кафедри, що фінансувались закордонними організаціями**

(кількість грантів з відповідним посиланням на сайт чи на лист від грантодавця)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| П.І.Б.виконавця | Назва гранту | Замовник | Фінансування, тис.грн |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
|   |   |   |   |
|  |  |  |  |

**Таблиця 13**

**Наукове співробітництво з державними інституціями, академічними установами, закладами вищої освіти, науково-дослідними інститутами тощо**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Назва організації | Форма творчого співробітництва (комплексні теми, наукові дослідження, публікації, підготовка кадрів, стажування) | Термін | Результати, які отримані |
|  | Академія Цифрового розвитку  | Стажування | 2022 | Сертифікат NoGDTfE-01-05111«Цифрові інструменти Гугл для освіти» Базовий рівень.08.08.2022 р., 30 год |
|  | Академія Цифрового розвитку  | Стажування | 2022 | Сертифікат №GDTfE-01-С-00175«Цифрові інструменти Гугл для освіти» Середній рівень.15.08.2022 р., 15 год |
|  | Національне агентство кваліфікацій | Стажування: тренінг для оцінювачів результатів навчання здобувачів професійних кваліфікацій (базовий рівень)Учасники: Бучинська О.В., Лилик І.В. | 2022 | Сертифікат, 22 грудня 2022 р. Мікрокваліфікація: оцінювач результатів навчання Тривалість тренінгу: 60 години (2 кредити ЄКТС)Результати: уміння розробляти процедури оцінювання професійних кваліфікацій, контрольно-оцінювальні матеріали, проводити їх апробацію та оцінювати здобувачів професійних кваліфікацій. |
|  | Польська Академія Наук, Варшавська школа економіки, Краківська Асоціація ДокторантівНазва заходу «Polish-Ukrainian Summer Camp for Young Scientists»Мова заходу: англійська | Стажування та обмін науково-практичним досвідом серед молодих вчених через проведення спільних брейнштормів (80 годин)**Учасник: Підгурська В.О.** | 10-19 вересня 2022, Варшава (Польща) | Прийнято участь у круглих столах, семінарах, брейнштормах, заслухано лекції польських професорів та експертів у різнопрофільних науково-практичних сферах. Проведено презентацію своїх ідей та проектів щодо подальшої взаємодії із Польською академією наук для спільного взаємовигідного науково-практичного співробітництва – як на індивідуальному рівні, так і на рівні університетів. На засідання із представниками наукової сфери в Канцелярії Прем’єр Міністра щодо проблем в науковій діяльності молодих вчених із України у воєнний час, подано ініціативи у сфері маркетингу, які б дали змогу ефективно взаємодіяти із польськими колегами, для відбудови соціально-економічного благополуччя України в післявоєнний період.  |
|  | Волинський національний університет ім. Л. УкраїнкиНазва заходу «Sustainable language education and media: bridging the gap between EU-Ukraine (SLEMBG)»Мова заходу: англійська | Міжнародне науково-практичне навчання для PhD-студентів в рамках програми Jean Monnet module та Erasmus +**Учасник: Підгурська В.О.** | Квітень- травень 2022 | Було заслухано лекції та прийнято участь в семінарах вітчизняних та іноземних викладачів на різні теми щодо подолання бар’єру між Україною та ЄС в умовах активного розвитку он-лайн ресурсів. Великий акцент було приділено питанню імплементації сталого розвитку в усі сфери життєдіяльності України, підвищення якості освітніх процесів, ефективного та правильного користування медіа-ресурсами тощо.Отримано практичні рекомендації та поради щодо аспектів здійснення наукової діяльності в існуючих програмах ЄС, стажування в спеціалізованих європейських інституціях, участі в освітніх, наукових та бізнес проектах ЄС. |
|  | Асоціація національних рекламодавців США | Онлайн-курс Certificated ANA Marketing Student (CAMS)**Учасники: Валентин Кушнір, Артем Федчишин** |  2022 р. | Certificate of completion (ANA Marketing student)Студенти на основі передового досвіду під керівництвом практиків вдосконалили свої знання у сфері сучасного маркетингу , розуміння клієнтів, стратегії, виконання та показників успіху, а також отримали необхідні для майбутнього кар’єрного зростання навички.  |

**Таблиця 14**

**Перелік отриманих патентів, проданих ліцензій, свідоцтв про реєстрацію авторського права на твір за результатами виконаних НДР**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Назва наукової роботи або розробки, за результатами якої отримано патент або продано ліцензію | Джерело фінансування роботи, обсяг (тис. грн) | Рік отримання патенту або укладення ліцензійного договору | Охоронні документи з веб-адресою електронної версії або реквізити ліцензійного договору |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Соціально відповідальна взаємодія бізнес-організації із зовнішніми стейкхолдерами  |   | 2021  | Свідоцтво про реєстрацію №106891, https://sis.ukrpatent.org |

**ЧАСТИНА 3**

**НДР СТУДЕНТІВ**

**1.** Відомості про науково-дослідну роботу та інноваційну діяльність студентів, молодих учених*.*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Роки | Кількість студентів, які беруть участь у наукових дослідженнях | Кількість молодих учених, які працюють на кафедрі | Відсоток молодих учених, які залишаються на кафедрі після закінчення аспірантури |
| 2019 |  |  |  |
| 2020 |  |  |  |
| 2021 | 30 |  |  |
| 2022 | 23 |  |  |

**2.** Наукові статті, опубліковані за участю студентів

**СПИСОК НАУКОВИХ СТАТЕЙ, ОПУБЛІКОВАНИХ В УКРАЇНСЬКИХ ВИДАННЯХ**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Прізвищета ініціали авторів | Назва статті | Назва журналу/ збірника та вихідні дані | Обсягдрукованих аркушів таперша і остання сторінки | Мова | Вказати категорію(А або Б),за наявності | Вказати імпакт-факторвидання та кількість цитувань публікації, за наявності | Вказати наукометричну базу, в якій зареєстровано журнал/збірник, за наявності | Web-посилання на статтю, за наявності |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| **Видання, які включені до міжнародної наукометричної бази даних Scopus** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Видання, які включені до міжнародної наукометричної бази даних WebofScienceCoreCollection** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Видання категорії А або Б, які не включені до міжнародних наукометричних баз даних Scopus або Web of Science Core Collection** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Інші академічні видання** |
|  | Архипова Т.В.,  **Ухіна Д.Д. , Фролова В.** | Онлайн медіа як рекламниймайданчик: особливості розміщення | Зб. матеріалів Міжнародноїмультидисциплінарної наукової інтернет-конференції, «Світ науковихдосліджень. Випуск 12»: (м. Тернопіль, Україна – м. Переворськ, Польща, 29-30 вересня 2022 р.).  | 0,13 д.а. (С. 22-24)  | Укр. |  |  |  |  |
|  | Архипова Т.В.,  **Ухіна Д.Д** | Соціальні мережі як засіб просування бренду | Зб. матеріалів. IV Міжнародної науково – теоретичної конференції«Interdisciplinary Research: Scientific Horizons andPerspective» (м. Вільнюс, 11 листопада 2022 р). | 0,17 д.а. (С. 31-34) | Укр. |  |  |  |  |
|  | Ларіна Я.С., **Карпенко Д.С.** | Стратегічне управління брендом: методичні підходи | V міжнародна науково-практична конференція "Стратегічні пріоритети в ХХІ столітті", Київ, КНЛУ, 1.12.2022 | 0,13 д.а. | Укр. |  |  |  |  |
|  | Ларіна Я.С., **Акжанова Д.К.** | Тенденції розвитку ринку органічних харчових продуктів і специфіка поведінки споживачів | ІІІ Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і і послуг», м. Рівне, Рівненський державний гуманітарний університет, 25-26 лютого 2022 | 0,14 д.а.  | Укр. |  |  |  |  |
|  | Ларіна Я.С., **Мурга Т.І.** | Сучасні тенденції у сфері просування івент-послуг | ІІІ Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і і послуг», м. Рівне, Рівненський державний гуманітарний університет 25-26 лютого 2022 | 0,14 д.а.  | Укр. |  |  |  |  |
|  | Ларіна Я.С., **Стовбира Ю.А.**  | Маркетингові дослідження в цифровій економіці України | III Всеукраїнська науково-практична конференція «Функціонування та розвиток бізнесу України в умовах загроз та глобалізаційних процесів в економіці», м. Харків, ХАІ, 30 листопада – 1 грудня 2022 р | 0,13 д.а.  | Укр. |  |  |  |  |
|  | Ларіна Я.С., **Чуніс А. В.** | Дослідження поведінки споживачів в мережі інтернет | III Всеукраїнська науково-практична конференція «Функціонування та розвиток бізнесу України в умовах загроз та глобалізаційних процесів в економіці», м. Харків, ХАІ, 30 листопада – 1 грудня 2022 р | 0,13 д.а.  | Укр. |  |  |  |  |
|  | Шевченко О. Л., **Стрілець А. Ю.** | Цифровізація бізнес-процесів під час війни | ІІІ Міжнародна науково-практична конференція «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи», Київ, 8 грудня 2022 р.  | 0,13 д.а.  | Укр. |  |  |  |  |
|  | Овсієнко Н.В., **Кирилюк О.В.** | Організація рекламної діяльності інтернет-магазину в соціальних мережах  | CXI Міжнародна науково-практична iнтернет-конференція «Жовтневі наукові читання», м. Івано-Франківськ, 28 жовтня 2022 року.  | 0,13 д.а. | Укр. |  |  |  |  |
|  | Овсієнко Н.В., **Кирилюк О.В.** | Організація рекламної діяльності інтернет-магазину із застосуванням імерсивних технологій. | ХXІІІ науково-практична конференція студентів, аспірантів та молодих вчених. «Україна ХХІ століття: тенденції та перспективи розвитку (воєнна доба)», Київ, Європейський університет, 27 жовтня 2022.  | 0,12 д.а.  | Укр. |  |  |  |  |
| **Інші видання** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**СПИСОК НАУКОВИХ СТАТЕЙ, ОПУБЛІКОВАНИХ В ЗАКОРДОННИХ ВИДАННЯХ**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Прізвищета ініціали авторів | Назва статті | Назва журналу/ збірника та вихідні дані | Обсягдрукованих аркушів таперша і остання сторінки | Мова | Країна видання | Вказати імпакт-факторвидання та кількість цитувань публікації, за наявності | Вказати наукометричну базу, в якій зареєстровано журнал/збірник, за наявності | Web-посилання на статтю, за наявності |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| **Видання, які включені до міжнародної наукометричної бази даних Scopus** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Видання, які включені до міжнародної наукометричної бази даних WebofScienceCoreCollection** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Видання, що опубліковані у зарубіжних періодичних наукових виданнях країн Організації економічного співробітництва та розвитку** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Інші академічні міжнародні видання** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Інші міжнародні видання** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

1. Тези, опубліковані студентами: \_**\_10**\_\_\_ (одиниць) \_\_\_**\_1,35**\_\_\_ (д.а.).
2. Участь студентів у міжнародних заходах
3. Міжнародна олімпіада, конкурс, турнір

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №з/п | Назва заходу і країна проведення | Назва закладу вищої освіти, студенти, якого брали участь у заході  | Кількість учасників від ЗВО | Кількість перемож-ціввід ЗВО  | Отримані нагороди | При-міт-ка |
| перше місцеабо золота медаль | друге місцеабо срібна медаль | третє місцеабо брон-зова медаль | гран-прі |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Міжнародні олімпіади, які відбулися в Україні  |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Міжнародні олімпіади, які відбулися за межами України |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Міжнародні конкурси наукових робіт, які відбулися в Україні |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Міжнародні конкурси наукових робіт, які відбулися за межами України |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Міжнародні професійні творчі конкурси, які відбулися в Україні |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Міжнародні професійні творчі конкурси, які відбулися за межами України |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Міжнародні турніри, які відбулися в Україні |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Міжнародні турніри, які відбулися за межами України |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

1. Міжнародні конференції і стажування, які відбулися за межами України

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №з/п | Назва закладу вищої освіти, студенти якого брали участь у конференції | Назва конференції і країна проведення | Кількість учасників від ЗВО | Кількість переможців від ЗВО | Диплом за кращу наукову доповідь (інші нагороди) | Стажуваннястудентів | Гранти, отримані студента- ми ЗВО(кількість) |
| країна | кількість студентів |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |  | 8 |
| 1 | КНЕУ ім. В. Гетьмана | Certificated ANA Marketing Student (CAMS), від Асоціації національних рекламодавців США (США) | *2* |  |  | США (онлайн) | 2 | 2 |

1. Форми проведення всеукраїнських і міжнародних інтелектуальних студентських змагань, в яких брали участь студенти ЗВО

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №з/п | Форма проведення | Кількість інтелектуальних студентських змагань |
| міжнародні інтелектуальні студентські змагання | всеукраїнські інтелектуальні студентські змагання | міжвузівські інтелектуальні студентські змагання |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | online |  | Всеукраїнський конкурс студентських дипломних робіт з маркетингу (м. Хмельницький) |  |
| 2 | offline |  |  |  |
| 3 | змішана форма (online + offline) |  |  |  |

1. Участь студентів у Всеукраїнських конкурсах, олімпіадах, турнірахтощо

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Назва заходу і країна проведення | ПІБ керівника | ПІБ учасника | ПІБпереможця | Назва нагород | Наявність сертифі-кату |
| першемісце | другемісце | третє місце | гран-прі |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| ІІ тур Всеукраїнського конкурсу наукових робіт з природничих, технічних та гуманітарних наук |
| 1 | VІ Всеукраїнський конкурс дипломних робіт з маркетингу (Україна) | Бучинська Олена Вікторівна |  | Микитенко Вероніка Олегівна | Дип-лом І ступеня (ОС "Бакалавр") |  |  |  |  |
| 2 | VІВсеукраїнський конкурс дипломних робіт з маркетингу (Україна) | Ларіна Ярослава Степанівна |  | Мурга Тетяна Ігрівна |  |  | Диплом ІІІ ступеня (ОС "Магістр") |  |  |
|  | VІВсеукраїнський конкурс дипломних робіт з маркетингу (Україна) | Голіцин Андрій Миколайович |  | Стельмащук Марина Олексіївна |  |  | Диплом ІІІ ступеня (ОС "Магістр") |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ІІ тур Всеукраїнської студентської олімпіади |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Інші конкурси, турніри тощо |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Кількість учасників І туру Всеукраїнських конкурсів наукових робіт з природничих, технічних та гуманітарних наук: \_\_\_\_

Кількість учасників ІІ туру Всеукраїнських конкурсів наукових робіт з природничих, технічних та гуманітарних наук: \_\_\_\_

Кількість переможців І туру Всеукраїнських конкурсів наукових робіт з природничих, технічних та гуманітарних наук: \_\_\_\_

Кількість переможців ІІ туру Всеукраїнських конкурсів наукових робіт з природничих, технічних та гуманітарних наук: \_\_**3**\_\_

Кількість учасників І туру Всеукраїнських студентських олімпіад: \_\_\_\_

Кількість учасників ІІ туру Всеукраїнських студентських олімпіад: \_\_\_\_

Кількість учасників І туру Всеукраїнських студентських олімпіад: \_\_\_\_

Кількість учасників ІІ туру Всеукраїнських студентських олімпіад: \_\_\_\_

**ЧАСТИНА 4**

**ПОКАЗНИКИ НАУКОВОЇ ТА НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КАФЕДРИ**

| **№з/п \*** | **Назва показника науковоїта науково-технічної діяльності кафедри** | **2022** |
| --- | --- | --- |
| **1.** | **Науково-педагогічні кадри** |  |
| 1.1. | Чисельність науково-педагогічних працівників, усього | 29 |
| 1.1.1. | Чисельність штатних працівників, усього | 22 |
| *а)* |  з них: – доктори наук | 6 |
| *б)* |  – кандидати наук | 14 |
| 1.1.2. | Чисельність працівників, які працювали за зовнішнім сумісництвом, усього | 5 |
| *а)* |  з них: – доктори наук | 2 |
| *б)* |  – кандидати наук | 1 |
| 1.1.3. | Чисельність працівників, які працювали за договорами цивільно-правового характеру, усього (договорів, угод) |  |
| *а)* |  з них: – доктори наук |  |
| *б)* |  – кандидати наук |  |
| **2.** | **Підготовка наукових кадрів** |  |
| 2.1. | Загальна чисельність аспірантів у звітному періоді, усього | 12 |
| 2.1.1. |  з них: – з відривом від виробництва | 12 |
| 2.1.2. |  без відриву від виробництва |  |
| 2.2. | Чисельність аспірантів, прийнятих у звітному періоді | 4 |
| 2.3. | Чисельність аспірантів, які закінчили аспірантури у звітному періоді, усього | 1 |
| 2.3.1. |  з них: – із захистом дисертації |  |
| 2.6. | Кількість захищених дисертацій у звітному періоді, усього |  |
| 2.6.1. | з них: – кандидатських дисертацій |  |
| 2.6.2. |  – докторських дисертацій |  |
| **5.** | **Результативні показники виконання наукових, науково-технічних робіт** |  |
| 5.1. | Кількість робіт, відзначених Державною премією України в галузі науки і техніки, поданих від закладу вищої освіти/наукової установи, всього Державних премій |  |
| 5.2. | Кількість лауреатів (працівників закладу вищої освіти/наукової установи), всього |  |
| 5.3. | Кількість робіт, відзначених міжнародними нагородами, усього |  |
| 5.4. | Загальна кількість наукових, науково-технічних робіт, які виконувались, та наукових об’єктів, що становлять національне надбання, які утримувались, зберігались та розвивались у звітному періоді за рахунок коштів загального фонду державного бюджету, всього, в тому числі: |  |
| 5.4.1. |  – фундаментальні дослідження |  |
| 5.4.2. |  – прикладні дослідження  |  |
| 5.5. | Кількість наукових, науково-технічних робіт, договорів на науково-технічні послуги, які виконувались за рахунок коштів замовників (спец. фонд), усього |  |
| 5.5.3. | з них: – кількість міжнародних грантів |  |
| 5.5.4. |  – кількість міжнародних договорів на виконання наукових та науково-технічних робіт |  |
| 5.5.5. |  – наукові, науково-технічні роботи за госпдоговорами |  |
| 5.5.5.1 |  у тому числі: – міжнародними |  |
| 5.5.6. | Кількість фундаментальних досліджень, з них: |  |
| 5.5.6.1. |  – за грантами Державного фонду фундаментальних досліджень |  |
| 5.6. | Кількість наукових і науково-технічних робіт, які виконувались в межах кафедральної тематики: | 1 |
| 5.6.1 |  з них: – зареєстрованих в УкрІНТЕІ | 1 |
| 5.9. | Кількість закінчених наукових і науково-технічних робіт, які виконувались в межах кафедральної тематики: | 1 |
| 5.9.1. |  з них: – зареєстрованих в УкрІНТЕІ | 1 |
| 5.10. | Кількість проведених наукових заходів (семінарів, конференцій, симпозіумів), всього |  |
| 5.10.1. |  – з них: всеукраїнських |  |
| 5.10.2. |  – міжнародних, всього |  |
| 5.11. | Взято участь у виставках, всього | 27 |
| 5.11.1. |  з них: – у національних | 4 |
| 5.11.2. |  – у міжнародних | 23 |
| 5.12. | Кількість угод про науково-технічне співробітництво із зарубіжними закладами вищої освіти/науковими установами, установами, організаціями |  |
| 5.13. | Створено науково-технічної продукції НТП (видів виробів), усього, в тому числі: |  |
| *1)* |  – нової техніки |  |
| *2)* |  – нових технологій |  |
| *3)* |  – нових матеріалів |  |
| *4)* |  – сортів рослин та порід тварин |  |
| *5)* |  – методів, теорій |  |
| *6)* |  – інше |  |
| 5.14. | Впроваджено НТП *у виробництво*, створеної у відповідні періоди, усього одиниць, у тому числі: |  |
| *1)* |  – нової техніки |  |
| *2)* |  – нових технологій |  |
| *3)* |  – нових матеріалів |  |
| *4)* |  – сортів рослин та порід тварин |  |
| *5)* |  – методів, теорій |  |
| *6)* |  – інше |  |
| 5.15. | Впроваджено НТП  *у освітній процес*, створеної у відповідні періоди, усього одиниць, у тому числі: |  |
| *1)* |  – нової техніки |  |
| *2)* |  – нових технологій |  |
| *3)* |  – нових матеріалів |  |
| *4)* |  – сортів рослин та порід тварин |  |
| *5)* |  – методів, теорій |  |
| *6)* |  – інше |  |
| **6.** | **Наукові праці** |  |
| 6.1. | Опубліковано *монографій* | 4 |
|  | Кількість д.а. | 5,85 |
| 6.1.1. | Усього одиниць монографій в Україні | 3 |
|  | Кількість д.а. | 4,1 |
| 6.1.2. | Усього одиниць монографій за кордоном | 1 |
|  | Кількість д.а. | 1,75 |
| 6.2. | Опубліковано *підручників, навчальних посібників* | 2 |
|  | Кількість д.а. | 28,2 |
| 6.3. | Кількість *публікацій (статей)* | 27 |
|  | Кількість д.а. | 30,55 |
| 6.3.1. | Усього одиниць, опублікованих в Україні | 18 |
|  | Кількість д.а. | 18,07 |
| 6.3.1.1. | з них: -категорія А | 5 |
|  | Кількість д.а. | 8,36 |
| 6.3.1.2. | з них: -категорія В | 12 |
|  | Кількість д.а. | 9,21 |
| 6.3.2. | Усього одиниць, опублікованих за кордоном | 9 |
|  | Кількість д.а. | 12,48 |
| 6.3.3 | з них: -у зарубіжних періодичних наукових виданнях країн Організації економічного співробітництва та розвитку | 4 |
|  | Кількість д.а. | 5,49 |
| 6.4. | Опублікованих у міжнародній наукометричній базі даних Scopus | 7 |
|  | Кількість д.а. | 10,78  |
| 6.5. | Опублікованих у міжнародній наукометричній базі даних Web of Science | 7 |
|  | Кількість д.а. | 7,06 |
| 6.6. | Опублікованих у міжнародній наукометричній базі даних для суспільних та гуманітарних наук Copernicus | 6 (4,7 д.а.) |
| 6.7. | Кількість цитувань у виданнях, що входять до наукометричної бази даних Scopus |  |
| 6.8. | Кількість цитувань у виданнях, що входять до наукометричної бази даних,WebofScience |  |
| 6.9. | Кількість цитувань у виданнях (для суспільних та гуманітарних) наук Copernicus |  |
| 6.10. | В інших наукометричних базах даних (крім РИНЦ) |  |
| 6.11. | Сумарний h– індекс закладу вищої освіти або наукової установи  |  |
| 6.12. | Кількість наукових видань засновниками (співзасновниками) яких є заклади вищої освіти та наукові установи, що індексуються у наукометричних базах даних: |  |
| 6.12.1 |  - до Scopus,  |  |
| 6.12.2 |  - до WebofScience |  |
| 6.12.3. | - до інших |  |
| **7.** | **Інноваційна спрямованість результатів наукових, науково-технічних робіт** |  |
| 7.1. | Подано заявок на видачу охоронних документів, усього одиниць, в тому числі: |  |
| 7.1.1. |  – в Україні, з них: |  |
| 7.1.1.1. |  – *патентів на винаходи* |  |
|  | * *свідоцтв про реєстрацію авторського права на твір*
 |  |
| 7.1.2. |  – за кордоном, з них: |  |
| 7.1.2.1. |  – *патентів на винаходи* |  |
| 7.2. | Отримано охоронних документів, усього одиниць, в тому числі: |  |
| 7.2.1. |  – в Україні, з них: |  |
| 7.2.1.1. |  – *патентів на винаходи* |  |
|  | * *свідоцтв про реєстрацію авторського права на твір*
 |  |
| 7.2.2. |  – за кордоном, з них: |  |
| 7.2.2.1. |  *– патентів на винаходи* |  |
| 7.2.2.2. |  *– відкриття* |  |
| 7.3. | Кількість проданих ліцензій,  |  |
| 7.3.1 | - усього одиниць |  |
| 7.3.2 |  *-* отриманих коштів від продажу (тис. грн.) |  |
| 7.4. | Кількість «ноу-хау», переданих замовнику  |  |
| **9.** | **Наукова робота студентів** |  |
| 9.2. | Кількість студентів, які брали участь у виконанні НДДКР, усього осіб, з них: |  |
| 9.2.1. |  – з оплатою із загального фонду бюджету |  |
| 9.2.2. |  – з оплатою із спеціального фонду бюджету |  |
| 9.3. | Кількість студентів – учасників Всеукраїнських та міжнародних конкурсів студентських НДР, з них: | 3 |
| 9.3.1. |  – переможці Всеукраїнських конкурсів студентських НДР | 3 |
| 9.3.2. |  –переможці міжнародних конкурсів студентських НДР |  |
| 9.4. | Кількість опублікованих статей за участю студентів, усього, з них: | 10 |
| 9.4.1. |  – самостійно |  |
| 9.5. | Кількість студентів, які одержували стипендії Президента України |  |
| **10.** | **Молоді вчені**  |  |
| 10.1. | Чисельність молодих учених, усього, з них: |  |
| *1)* |  – доктори наук |  |
| *2)* |  – кандидати наук |  |
| *3)* |  – аспіранти | 9 |
| *4)* |  – докторанти |  |
| *5)* |  – без ступеня, не включаючи аспірантів | 1 |
| 10.2. | Кількість науковців, що отримували премії, з них: |  |
|  *1)* |  – гранти Президента України для підтримки наукових досліджень молодих вчених |  |
|  *2)* |  – гранти Президента України докторам наук для здійснення наукових досліджень |  |
|  *3)* |  – щорічні гранти Президента України для обдарованої молоді |  |
|  *4)* |  – щорічні премії Президента України для молодих вчених |  |
| *5)* |  – премії Верховної Ради України найталановитішим молодим ученим в галузі фундаментальних і прикладних досліджень та науково-технічних розробок |  |
|  *6)* |  – премії Кабінету Міністрів України за особливі досягнення молоді у розбудові України |  |
| *7)* |  – стипендії Верховної Ради України |  |
| 8*)* |  – стипендії Кабінету Міністрів України для молодих вчених |  |
| 10.3. | Кількість наукових праць, за участю молодих вчених |  |
|  | Кількість д.а. |  |
| 10.4.1. | Опубліковано *монографій,* з них: |  |
|  | Кількість д.а |  |
| *1)* |  – за кордоном |  |
|  | Кількість д.а |  |
| 10.4.2. | Опубліковано *підручників, навчальних посібників* |  |
|  | Кількість д.а |  |
| 10.4.3. | Кількість публікацій (статей), усього одиниць, з них: | 1 |
|  | Кількість д.а | 2,79 |
| *1)* |  – статей у зарубіжних виданнях, в тому числі: | 1 |
|  | Кількість д.а | 2,79 |
| *а)* |  – у міжнародній науковометричній базі даних Scopus | 1 |
|  | Кількість д.а | 2,79 |
| *б)* |  - Web of Science |  |
|  | Кількість д.а |  |
| *в)* | - для суспільних та гуманітарних наук Copernicus |  |
| 10.4.4*.а)* | Кількість цитувань у виданнях, що входять до науково-метричних баз даних Scopus | 1,08 |
| *б)* |  Web of Science |  |
| *в)* | - для суспільних та гуманітарних наук Copernicus |  |
| 10.4.5. | Подано проектів наукових робіт та науково-технічних (експериментальних) розробок на конкурс молодих вчених, з них: |  |
| *1)* |  – кількість проектів, що стали переможцями |  |
| 10.4.6 | Молоді вчені, які є експертами у Експертній раді МОН або інших дорадчих органах |  |

\* **нумерація розділів, пунктів та підпунктів у таблиці відповідає нумерації Показників наукової та науково-технічної діяльності у Додатку 2 до Наказу МОН №1602 від 19.12.19 про підсумки наукової та науково-технічної діяльності**

**ЧАСТИНА 5**

Зауваження та пропозиції щодо забезпечення організації та координації наукового процесу у вищих навчальних закладах та наукових установах до департаменту науково-технічного розвитку МОН України, основні труднощі та недоліки в роботі вищих навчальних закладів та наукових установ при провадженні наукової та науково-технічної діяльності у 2022 році. Пропозиції та зауваження щодо налагодження більш ефективної роботи в організації цих процесів.