Облікова картка ДіР

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0226U000756

Державний реєстраційний номер: 0121U114645

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 15-01-2026

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Актуальні тренди розвитку галузевого маркетингу

Початок етапу: 01.2022

Закінчення етапу: 12.2025

Вид звітного документа: Остаточний звіт

III. Відомості про виконавця ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Львівський національний університет імені Івана Франка

Код за ЄДРПОУ: 02070987

Місцезнаходження: вул. Університетська, буд. 1, м. Львів, Львівська обл., 79000, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380322616048

IV. Відомості про співвиконавців ДіР

V. Відомості про замовника ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Львівський національний університет імені Івана Франка

Код за ЄДРПОУ: 02070987

Місцезнаходження: вул. Університетська, буд. 1, м. Львів, Львівська обл., 79000, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380322616048

VI. Джерела, напрями та обсяги фінансування ДіР

Підстава для проведення ДіР: 43 - власна ініціатива (якщо робота виконується з власної ініціативи за кошти виконавця НДР або безкоштовно)

Напрям фінансування: 2.7 - інше

Джерела фінансування

7706 - безплатно (договір про науково-технічне співробітництво, тощо)

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Актуальні тренди розвитку галузевого маркетингу

Назва роботи англійською:

Current trends in the development of industry marketing

Реферат українською:

Об'єкт дослідження: маркетингові інструменти, прийоми та засоби, що використовуються компаніями на ринках товарів промислового призначення, агропромисловому ринку, ринку товарів кінцевого споживання. Мета роботи – з'ясування ключових тенденцій розвитку маркетингу в галузі агробізнесу, ринку товарів промислового призначення, в сфері культури, туризму та інших послуг. Дослідження можливостей використання сучасного інструментарію маркетингу на галузевих ринках. Аналіз впливу різних видів маркетингової політики на поведінку споживачів на галузевих ринках. Розробка нових методик маркетингового аналізу та вивчення позитивних вітчизняних та зарубіжних практик використання сучасних маркетингових технологій та прийомів. Методи досліджень: аналіз, синтез, дедукція, індукція метод наукового абстрагування, моделювання, опитування, глибинні інтерв'ю. Отримані результати. Визначено інструментарій дослідження маркетингових комунікацій та ключові методологічні підходи до управління комунікаційною політикою в агросекторі. Здійснено оцінку ефективності управління системою маркетингових комунікацій в аграрно-промисловому комплексі України. Проведено дослідження предметної площини та функціонального завантаження сучасного маркетингу. Розглянуто маркетингову етику з точки зору оцінки етичності взаємовідносин та поведінки основних акторів маркетингових взаємодій. Обґрунтовано механізми та методи, які підвищують результативність галузевого маркетингу.

Реферат англійською:

Object of research: marketing tools, techniques, and instruments used by companies in the markets of industrial goods, the agro-industrial complex, and final consumer goods. The purpose of the study is to identify key trends in the development of marketing in agribusiness, industrial goods markets, and selected service sectors, including culture and tourism. The study examines the possibilities of applying modern marketing tools in industrial markets, analyzes the impact of various types of marketing policies on consumer behavior, and develops new approaches to marketing analysis based on best domestic and international practices. Research methods: analysis, synthesis, deduction, induction, scientific abstraction, modeling, surveys, and in-depth interviews. Results obtained: research tools for studying marketing communications and key methodological approaches to managing communication policy in the agricultural sector were identified. The effectiveness of marketing communications management in the agro-industrial complex of Ukraine was assessed. The subject area and functional role of modern marketing were examined. Marketing ethics were analyzed in terms of evaluating the ethical nature of relationships and behavior of key actors in marketing interactions. Mechanisms and methods for increasing the effectiveness of industrial marketing were substantiated.

Індекс УДК: 339.187; 339.13; 339.146; 658.8, 373.61; 339.138; 658.8

Коди тематичних рубрик: 06.81.55, 06.81.03

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Майовець Євген Йосифович

Науковий ступінь: д.е.н.

Вчене звання: професор

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

VIII. Наукова (науково-технічна) продукція (НТП)

Назва НТП українською: Актуальні тренди розвитку галузевого маркетингу в Україні: монографія; кол. авторів; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. Є. Й. Майовця. - Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2025. - 460 с.

Назва НТП англійською: Current trends in the development of industry marketing in Ukraine: monograph; coauthors; edited by Dr. of Economics, Prof. E. Y. Mayovets. - Lviv: Ivan Franko National University of Lviv, 2025. - 460 p.

НТП, яку передбачалося створити: Створено

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: Методи, теорії, гіпотези, Методичні документи

Галузь застосування: Маркетинг, бізнес, підприємництво, комерційна діяльність

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: Розглянуто особливості розвитку маркетингу в різних галузях національної економіки, виявлено та проаналізовано основні його тренди. Викладено широкий спектр функціональних аспектів сучасного маркетингу у сфері агробізнесу, цифрових технологій, реклами, маркетингового планування, поведінки споживачів та маркетингової етики. Проаналізовано ключові проблеми маркетингової діяльності в умовах війни та загальної нестабільності.

Соціально-економічна спрямованість НТП: Забезпечення промисловості чи населення новим видом інформаційно-комунікаційних послуг

Вплив НТП на довкілля: немає

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 01.2022

Закінчення етапу: 12.2025

Споживачі продукції:

Перспективні ринки:

Характер співробітництва з інвестором

Потрібний обсяг інвестицій, тис. грн.:

Права, що надаються інвестору після завершення роботи:

Наявність бізнес-плану:

Техніко-економічне обгрунтування:

Потенціальний обсяг продажу, тис. грн.:

Очікуваний термін окупності (років):

Додаткова інформація:

IX. Бібліографічний опис

Майовець Є. Й. Маркетинг у роздрібній торгівлі: навч. посібник / Є. Й. Майовець, Я. М. Майовець. – Львів: «ГАЛИЧ-ПРЕС», 2022. – 220 с. – ISBN 9786177617869.

Сохецька А. В. Маркетинг на фінансовому ринку: навч. посібник / А. В. Сохецька, Т. В. Яворська. – Львів: «Растр- 7», 2024. – 144 с. – ISBN 978-617-8164-82-9.

Актуальні тренди розвитку галузевого маркетингу в Україні: монографія / кол. авторів; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. Майовця Є. Й. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2025. – 460 с.

Кузик О. В. Управління маркетинговими комунікаціями підприємств аграрного сектору України: монографія / О. В. Кузик. – Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2025. – 370 с. – ISBN 978-617-10-0906-6.

Система контролю міжнародних операцій: розвиток управління ризиками та потенціал синергії в умовах євроінтеграції / В. Ю. Прокопенко, О. М. Підхомний, І. О. Ревак, О. Г. Лишенко, Т. В. Яворська. – Одеса: Юридика, 2024. – 220 с. – ISBN 978-617-8182-77-9. – DOI: 10.61563/978-617-8182-77-9.

Кушнір Т. М. Етика в цифровому маркетингу / Т. М. Кушнір // Digitalization as a factor of economic transformation and socio-economic security of Ukraine: theory, practice and prospects. Monography. – Riga: Baltija Publishing, 2025. – С. 26-58. – ISBN 978-9934-26-582-2. – DOI: https://doi.org/10.30525/978-9934-26-582-2.

Kuzyk O. Impact of marketing communications on the competitiveness of agribusiness in Ukraine / O. Kuzyk // Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development. – 2025. – Vol. 47, No. 3. – P. 429-443. – DOI: https://doi.org/10.15544/mts.2025.35.

Kuzyk O. Internet tools in marketing communications of agribusinesses in Ukraine / O. Kuzyk // Universal Journal of Agricultural Research. – 2023. – № 2 (11). – P. 217-229. – DOI: 10.13189/ujar.2023.110201.

Kuzyk O. Trends and perspectives on the impact of digital technologies on the e ficacy of marketing communication / O. Kuzyk, O. Kabanova, G. Chyrva, D. Vlasenko, G. Komarnytska // Financial and credit activity: problems of theory and practice. – 2023. – Vol. 6, No. 53. – P. 471-486. – DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptp.6.53.2023.4259.

Kuzyk O. Strategic Directions of Marketing Communications of Agro-Industrial Enterprises in Ukraine / O. Kuzyk // Financial and credit activity: problems of theory and practice. – 2022. – Vol. 2, No. 43. – P. 78-84. – DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptp.2.43.2022.3685.

Rubakha M. Modeling the impact of macroeconomic indicators of the corruption perceptions index: example of Ukraine, Bulgaria and Georgia / M. Rubakha, L. Tkachyk, I. Horodniak // Regional Science, Policy and Practice. – 2023. – Vol. 15, № 8. – P. 1-24. – DOI: https://doi.org/10.1111/rsp3.12691.

Senyshyn O. Organic potential of Ukraine in the system of organic production of the European countries / O. Senyshyn, O. Kundytskyj, Y. Mayovets, I. Horodniak, O. Zhuk // Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development. – 2023. – Vol. 45, № 1. – P. 79-93. – DOI: https://doi.org/10.15544/mts.2023.09.

Sokhetska A. The role of the Internet of Things in increasing the e ficiency of logistics companies / A. Sokhetska, O. Koren, A. Kravchenko, N. Danik, S. Leonova // Acta logistica. – 2024. – Vol. 11, Issue: 2. – P. 257-267. – DOI: https://doi.org/10.22306/al.v11i2.508.

Tretiak N. Institutional Environment of the Land Resources and Land Use Management in Ukraine: Problems of Coordination of the Institutional Structure, Functions and Authorities / N. Tretiak, O. Sakal, A. Kovalenko, O. Vrublevska, A. Volska, H. Shtohryn, I. Behal // Economic Studies Journal. – 2022. – Vol. 31(5). – P. 163-178. – URL: https://EconPapers.repec.org/RePEc:bas:econst:y:2022:i:5:p:163-178.

Vrublevska O. The EU's Sustainable Product Initiative: Enhancing the Readiness of the Furniture Business in Ukraine / O. V. Vrublevska // Studia Europejskie – Studies in European A fairs. – 2024. – Vol. 28., Is. 1/2024. – P. 225-246. – DOI: 10.33067/SE.1.2024.12.

Zintso Y. Analysis of current trends in the use of digital marketing for the successful promotion of goods and services in Ukraine / Y. Zintso, I. Fedorishina, H. Zaiachkovska, O. Kovalchuk, Z. Tyagunova // Financial and credit activity: problems of theory and practice. – 2023. – Vol. 3 (50). – P. 174-184. – DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptp.3.50.2023.4080.

Vrublevska O. V. Environmental Goods and Services: Developments of the Concept, the Economic Sector, and the Markets / O. V. Vrublevska // Studies in Business and Economics. – 2024. – Vol. 19, No. 1. – P. 276-300. – DOI: https://doi.org/10.2478/sbe-2024-0015.

Врублевська О. В. Концепція соціально етичного маркетингу: витоки й сучасні засади / О. В. Врублевська, Є. Й. Майовець, О. В. Сакаль, А. О. Коваленко, Г. С. Штогрин, Л. В. Гебрин-Байди // Financial and credit activity: problems of theory and practice. – 2022. – Т. 5, № 46. – С. 373-386. DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptp.5.46.2022.3873.

Vrublevska O. Environmental Goods and Services: Developments of the Concept, the Economic Sector, and the Markets / O. V. Vrublevska // Sostenibilità ambientale e dei consumi Dialogo tra scienza giuridica e scienza manageriale. Un ponte tra Italia e Ucraina. Quaderni di Diritto dell'Economia. Università degli Studi di Milano-Bicocca, Dipartimento di Scienze Economico-Aziendali e Diritto per l'Economia. – 2024. – Dicembre. – P. 35-64.

Vrublevska O. The EU's Sustainable Product Initiative: Enhancing the Readiness of the Furniture Business in Ukraine / O. V. Vrublevska // Sostenibilità ambientale e dei consumi Dialogo tra scienza giuridica e scienza manageriale. Un ponte tra Italia e Ucraina. Quaderni di Diritto dell'Economia. Università degli Studi di Milano-Bicocca, Dipartimento di Scienze Economico-Aziendali e Diritto per l'Economia. – 2024. – Dicembre. – P. 65-86.

Кушнір Т. М. Компаративний аналіз маркетингу на ринках товарів промислового призначення та кінцевого споживання. / Т. М. Кушнір // Науково-практичний альманах «Інноваційна наука». – 2025. – № 2. – С. 56-63. – URL: https://almanakh.pp.ua/isst/article/view/97.

Marchuk O. I. Refining search engine marketing strategy: Balancing long-term search engine optimisation investment with immediate pay-per-click results / O. I. Marchuk, T. M. Kushnir // Economics, Entrepreneurship, Management. – 2025. – Vol. 12, № 1. – P. 49-57. – DOI: doi: 10.56318/eem2025.01.049.

Mayovets Ye. Yo. Strategic marketing development of milk processing industry of Ukraine / Ye. Yo. Mayovets, O. S. Senyshyn, R. Ya Khich // Form. Market Econ. Ukr. – 2024. – Вип. 51. – С. 47-56. – DOI: http://dx.doi.org/10.30970/meu.2024.51.0.5106.

Андріїв Н. М. Синектичний підхід до інтелектуалізації забезпечння економічної безпеки підприємства / Н. М. Андріїв, Т. В. Яворська, О. М. Дуфенюк // Приазовський економічний вісник. – 2023. – № 4. – С. 27-31. – DOI: https://doi.org/10.32782/2522-4263/2023-4-4.

Андріїв Н. М. Інтелектуалізація забезпечення економічної безпеки підприємства / Н. М. Андріїв, Т. В. Яворська, О. М. Дуфенюк // Бізнес-навігатор. – 2023. – № 3. – С. 17-21. – DOI: https://doi.org/10.32782/business-navigator.73-3.

Врублевська О. В. Оцінювання якості послуг райдхейлінг-компанії «Уклон» за допомогою моделі SERVQUAL / О. В. Врублевська, О. І. Сенюк, А. М. Климець // Вісник Одеського національного університету. Економіка. – 2024. – Т. 29, Вип. 1 (99). – С. 33-40. – DOI: https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-99-6.

Врублевська О. В. Теоретичні засади напрямків маркетингу просуспільної орієнтації та розвиток відповідних компетентностей маркетолога / О. В. Врублевська // Приазовський економічний вісник. – 2024. – № 2 (38). – С. 30-34. – DOI: https://doi.org/10.32782/2522-4263/2024-2-6.

Гнилякевич-Проць І. З. Аналіз українського ринку CRO-послуг / І. З. Гнилякевич-Проць, С. В. Зінькова // Маркетинг і цифрові технології. – 2024. – Т. 8, № 1. – С. 48-57. – DOI: 10.15276/mdt.8.1.2024.3.

Гнилякевич-Проць І. З. Оцінювання ефективності оптимізації та просування вебсайту за трафіковими та конверсійними технологіями / І. З. Гнилякевич-Проць, С. В. Зінькова // Підприємництво та інновації. – 2022. – № 24. – С. 77-82. – DOI: https://doi.org/10.32782/2415-3583/24.12.

Гнилякевич-Проць І. З. Роль оптимізації рівня конверсії (CRO) в маркетингу / І. З. Гнилякевич-Проць, С. В. Зінькова // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. – 2024. – Т. 23, № 1(56). – С. 36-53. –DOI: https://doi.org/10.18524/2413-9998.2024.1(56).309063.

Гнилякевич-Проць І. З. Особливості просування та оптимізації односторінкового сайту / І. З. Гнилякевич-Проць, С. В. Зінькова // Маркетинг і цифрові технології. – 2022. – Т. 6, № 4. – С. 17-27. – DOI: 10.15276/mdt.6.4.2022.2.

Гнилякевич-Проць І. З. Тренди розробки інфлюенс стратегії / І. З. Гнилякевич-Проць, М.-В. В. Павлисько // Економіка та суспільство. – 2022. – Вип. 44. – DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-64.

Городняк І. В. Аналіз показників ефективності таргетованої реклами / І. В. Городняк, Ю. П. Гнатів // Form. Market Econ. Ukr. – 2025. – Вип. 52. – С. 194-201. – DOI: http://dx.doi.org/10.30970/meu.2024.52.0.5219/economics/article/view/4433.

Городняк І. В. Аналіз ринку реклами в Україні / І. В. Городняк, Р. В. Городняк, А. Б. Терендій // Form. Market Econ. Ukr. – 2024. – Вип. 51. – С. 14-21. – DOI: http://dx.doi.org/10.30970/meu.2024.51.0.5102.

Городняк І. В. Аналіз ринку роздрібної торгівлі України / І. В. Городняк, Ю. П. Гнатів // Економічний простір. – 2023. – № 187. – С. 49-54. – DOI: https://doi.org/10.32782/2224-6282/187-8.

Городняк І. В. Аналіз ринку PPC-послуг в Україні / І. В. Городняк, С. В. Зінькова // Маркетинг і цифрові технології. – 2022. – Т. 6, № 2. – С. 62-72. – DOI: 10.15276/mdt.6.2.2022.5.

Городняк І. В. Дослідження таргету як інструменту маркетингових комунікацій / І. В. Городняк, Л.-О. І. Хоміць // Маркетинг і цифрові технології. – 2022. – Т. 6, № 2. – С. 7-20. – DOI: 10.15276/mdt.6.2.2022.1.

Городняк І. В. Маркетингове управління діяльністю театральної сфери України / І. В. Городняк, В. О. Констанжи // Економіка та суспільство. – 2025. – Вип. 79. – DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-79-113.

Городняк І. В. Методологічні засади дослідження управління конфліктами в організації / І. В. Городняк // Проблеми сучасних трансформацій. – 2022. – № 6. – DOI: https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-6-04-01.

Городняк І. В. Особливості використання таргетованої реклами в діяльності вітчизняного бізнесу / І. В. Городняк, Ю. П. Гнатів // Бізнес-навігатор. – 2023. – Вип. 2 (75). – С. 350-355. – DOI: https://doi.org/10.32782/business-navigator.75-61.

Городняк І. В. Особливості впливу комплексу маркетингу на поведінку споживачів у сфері ресторанного господарства / І. В. Городняк, Я. С. Кушнір // Ефективна економіка. – 2025. – № 3. – DOI: http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.3.70.

Городняк І. В. Рекламні стратегії на ринку освітніх послуг України / І. В. Городняк, В. Д. Наконечна, Ю. П. Гнатів // Наукові перспективи. – 2025. – № 11(65). – С. 688-703. – DOI: https://doi.org/10.52058/2708-7530-2025-11(65)-688-703.

Городняк І. В. Аналіз ринку органічної продукції в Україні / І. В. Городняк, С. В. Петровський // Економічний простір. – 2023. – № 184. – С. 31-35. – DOI: https://doi.org/10.32782/2224-6282/184-5.

Городняк І. В. Аналіз стану і тенденцій розвитку ринку таргетованої реклами в Україні / І. В. Городняк, Л.-О. І. Хоміць // Маркетинг і цифрові технології. – 2023. – Том 7, № 2. – С. 73-85. – DOI: 10.15276/mdt.7.2.2023.6.

Городняк І. В. Аналіз формули ранжування оголошень як фактора впливу на вартість таргетованої реклами в соціальних мережах корпорації «META PLATFORMS» / І. В. Городняк, Л.-О. І. Хоміць, А. Б. Терендій // Формування ринкової економіки України. – 2022. – Вип. 47. – С. 87-96. – DOI: http://dx.doi.org/10.30970/meu.2022.47.0.4708.

Дідик А. Р. Адаптація маркетингових стратегій закладів громадського харчування в Україні в умовах постпандемічної реальності та воєнного стану / А. Р. Дідик, Т. М. Кушнір // Ефективна економіка. – 2024. – № 6. – DOI: http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.6.53.

Завидівська О. І. Ключові елементи маркетингової стратегії футбольного клубу / О. І. Завидівська, І. Г. Гуль, В. П. Мороз // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». – 2025. – Т. 1, № 10 (102). – С. 82-91. – DOI: https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-10.

Захарчин Р. М. Основні аспекти маркетингу волонтерських організацій. Інфраструктура ринку / Р. М. Захарчин // Інфраструктура ринку. – 2025. – Вип. 82. – С. 260-263. – DOI: https://doi.org/10.32782/infrastruct82-42.

Захарчин Р. М. Синергія взаємодії соціальних інституцій освіти і волонтерства у забезпеченні обороноздатності та розбудови громадянського суспільства в Україні / Р. М. Захарчин // Збірник наукових праць «Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики». – 2025. – № 106. – С. 116-128. – DOI: https://doi.org/10.32782/2707-9147.2025.106.10.

Захарчин Р. М. Соціальні чинники впливу на формування маркетингових стратегій організації / Р. М. Захарчин // Причорноморські економічні студії. – 2024. – Вип. 89. – С. 193-197. – DOI: https://doi.org/10.32782/bses.89-34.

Зіньцьо Ю. В. Аналіз тенденцій розвитку маркетингової цінової політики в ресторанному бізнесі / Ю. В. Зіньцьо, М. В. Даниленко // Економіка та суспільство. – 2023. – Вип. 58. – DOI: 10.32782/2524-0072/2023-58-32.

Зіньцьо Ю. В. Аналіз ефективності інтернет-маркетингу в діяльності підприємства / Ю. В. Зіньцьо, М. С. Федорук // Економіка та суспільство. – 2025. – Вип. 70. – DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-123.

Зіньцьо Ю. В. Компаративний аналіз особливостей просування інтернет-магазинів та сайтів послуг в пошукових системах / Ю. В. Зіньцьо, С. В. Зінькова // Економіка та суспільство. – 2022. – Вип. 37. – DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-28.

Зіньцьо Ю. В. Маркетинговий аналіз ринку вхідних та міжкімнатних дверей в Україні / Ю. В.Зіньцьо, В. О. Констанжи // Економіка та суспільство. – 2025. – № 79. – DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-79-154.

Зіньцьо Ю. В. Нейромаркетинг як інструмент збільшення кількості продажів / Ю. В. Зіньцьо, С. О. Стасюк // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». – 2022. – Вип. 41. – С. 107-112. – DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2022-41-20.

Зіньцьо Ю.В. Основні види та формати контенту для SMM / Ю. В. Зіньцьо, М. С. Федорук // Економіка та суспільство. – 2025. – Вип. 71. – DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-86.

Кузик О. Деякі аспекти маркетингових комунікацій в Інтернет агробізнесу України / О. В. Кузик // Актуальні питання у сучасній науці. – 2023. – № 7 (13). – С. 47-59. – DOI: https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-7(13)-47-59.

Кузик О. Стратегічна роль виставок і ярмарків у маркетинговій діяльності агропідприємств України / О. В. Кузик // Маркетинг і цифрові технології. – 2023. – Т. 7, № 2. – С. 43-55. – DOI: 10.15276/mdt.7.2.2023.4.

Кузик О. В. Базові моделі комунікацій у маркетингу агропідприємств України / О. В. Кузик // Стратегія економічного розвитку України. – 2022. – № 50. – С. 106-118. – DOI:

https://doi.org/10.33111/sedu.2022.50.106.118.

Кузик О. В. Маркетингові комунікації у диференціюванні й позиціонуванні українського агробізнесу / О. В. Кузик // Маркетинг і цифрові технології. – 2022. – Т. 6, № 3. – С. 6-14. – DOI: 10.15276/mdt.6.3.2022.1.

Кузик О. В. Методологічні засади політики просування сучасних підприємств України / О. В. Кузик // Актуальні питання у сучасній науці. – 2025. – Т. 39, № 9. – С. 85-97. – DOI: https://doi.org/10.52058/2786-6300-2025-9(39)-85-97.

Кузик О. В. Моделі PESO та NICE у політиці просування українських підприємств. / О. В. Кузик, Т. В. Яворська // Актуальні проблеми сталого розвитку. – 2025. – Т. 2, № 4. – С. 132-139. – DOI: 10.60022/2(4)-16S.

Кузик О. В. Оптимізація витрат на пошукові рекламні кампанії в Google Ads для IT-стартапів в умовах / О. В. Кузик, О. А. Лісік // Маркетинг і цифрові технології. – 2024. – Т. 8, № 2. – С. 47-57. – DOI: 10.15276/mdt.8.2.2024.4.

Кузик О. В. Соціальна відповідальність маркетингових комунікацій українського агробізнесу в умовах діджиталізації / О. В. Кузик // Інвестиції: практика та досвід. – 2024. – № 15. – С. 119-126. – DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.15.119.

Кузик О. В. Споживча поведінка в управлінні політикою просування агробізнесу в Україні / О. В. Кузик // Ефективна економіка. – 2024. – № 9. – DOI: http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.9.31.

Кузик О. В. Теоретико-методологічні засади дослідження продовольчого ринку / О. В. Кузик, А. Б. Терендій // Form. Market Econ. Ukr. – 2025. – Вип. 53. – С. 13-18. – DOI: http://dx.doi.org/10.30970/meu.2025.53.0.5302.

Кундря-Висоцька О. П. Вектори розвитку сучасної маркетингової політики підприємства / О. П. Кундря-Висоцька, Р. К. Шурпенкова, І. М. Вагнер // Економічний простір. – 2025. – Вип. 205. – С. 111-118. – DOI: https://doi.org/10.30838/EP.205.111-118.

Кушнір Т. М. Аналіз ефективності використання цифрових інструментів просування онлайн-школами. / Т. М. Кушнір, М. П. Мороз // Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична. – 2025. – Вип. 45. – С. 435-444. – DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.16811286.

Кушнір Т. М. Етичні аспекти діяльності компаній-постачальників / Т. М. Кушнір // Review of transport economics and management. – 2022. – № 8 (24). – С. 97-102. – DOI: https://doi.org/10.15802/rtem2022/269154.

Кушнір Т. М. Етичні проблеми використання push-опитувань у маркетингових дослідженнях на політичному ринку / Т. М. Кушнір // Збірник наукових праць ДУІТ. Серія «Економіка і управління». – 2023. – Вип. 53. – С. 103-110. – DOI: 10.32703/2664-2964-2023-53-103-110.

Кушнір Т. М. Етичні проблеми проведення маркетингових досліджень / Т. М. Кушнір // Вісник Херсонського національного технічного університету. – 2022. – № 2 (81). – С. 209-214. – DOI: 10.35546/kntu2078-4481.2022.2.27.

Кушнір Т. М. Концептуальні засади формування маркетинг-міксу ресторанного закладу / Т. М. Кушнір, М. В. Даниленко // Інвестиції: практика та досвід. – 2024. – № 3. – С. 119-123. – DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.3.119.

Кушнір Т. М. Методологічні аспекти застосування суб'єктного підходу до розуміння маркетингової етики / Т. М. Кушнір // Review of transport economics and management. – 2024. – № 12. – С. 51-55. – DOI: https://doi.org/10.15802/rtem2024/327785.

Кушнір Т. М. Методологічні конструкції аналізу маркетингової етики. / Т. М. Кушнір // Проблеми системного підходу в економіці. – 2022. – № 2 (88). – С. 141-147. – DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2022-2-20.

Кушнір Т. М. Методологія та інструментарій політичного маркетингу. / Т. М. Кушнір, І. М. Надольський // Політичне життя. – 2025. – № 2. – С. 114-120. – DOI: 10.31558/2519-2949.2025.2.13.

Кушнір Т. М. Онлайн-курси неформальної освіти: нові можливості чи освітній спам? / Т. М. Кушнір // Педагогічна наука і освіта XXI століття. – 2025. – № 4. – С. 314-327. – DOI: 10.35619/pse.vi4.65.

Кушнір Т. М. Особливості маркетингової діяльності на книжковому ринку України / Т. М. Кушнір, Я. С. Кушнір // Review of transport economics and management. – 2024. – № 11 (27). – С. 19-24. – DOI: https://doi.org/10.15802/rtem2024/303509.

Кушнір Т. М. Оцінка демографічних втрат України внаслідок російсько-української війни / Т. М. Кушнір // Збірник наукових праць ДУІТ. Серія «Економіка і управління». – 2022. – Вип. 52. – С. 41-51. – DOI: 10.32703/2664-2964-2022-52-41-51.

Кушнір Т. М. Розвиток соціального підприємництва в Україні / Т. М. Кушнір, С. О. Стасюк // Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. – 2024. – № 2. – С. 152-162. – DOI: 10.37128/2411-4413-2024-2-10.

Кушнір Т. М. Тенденції розвитку цифрових комунікацій в Україні / Т. М. Кушнір, М. П, Мороз // Acta Academiae Beregsasiensis. Economics. – 2025. – № 9. – С. 77-85. – DOI: https://doi.org/10.58423/2786-6742/2025-9-77-85.

Левицька О. Сучасний аналіз потреб споживача в контексті продовольчої безпеки / О. Левицька, М. Павлишин, Є. Бурак // Form. Market Econ. Ukr. – 2024. – Вип. 52. – С. 13-22. – DOI: http://dx.doi.org/10.30970/meu.2024.52.0.5202.

Левицька О. Теоретичні дослідження адаптивної поведінки споживачів / О. Левицька, Н. Луців // Вісник Львівського університету. Серія економічна. – 2025. – Вип. 68. – DOI: http://dx.doi.org/10.30970/ves.2025.68.0.6803.

Левицька О. М. Адаптація потреб споживачів в сучасних умовах / О. М. Левицька, М. В. Гарасимлюк // Академічні візії Львівського університету бізнесу та права. – 2025. – Вип. 42. – С. 1-9. – DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.15295168.

Левицька О. М. Аналіз поведінки споживачів / О. М. Левицька, Н. В. Луців // Менеджмент та підприємництво: тренди розвитку. – 2025. – Вип. 3 (33). – С. 126-136. – DOI: https://doi.org/10.26661/2522-1566/2025-3/33-10.

Левицька О. М. Про особистість споживача молочної продукції як суб'єкта споживчого ринку аграрного сектору України / О. Левицька, М. Павлишин, Є. Бурак, В. Акмен // Вісник Львівського університету. Серія економічна. – 2024. – Вип. 67. – С. 159-174. – DOI: http://dx.doi.org/10.30970/ves.2024.67.0.6717.

Левицька О. М. Сучасний підхід до аналізу особистості як споживач / О. М. Левицька, М. В. Гарасимлюк // Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. – 2025. – Вип. 44. – С. 329-337. – DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.15109821.

Майовець Є. Й. Інноваційний контент сучасного маркетингу / Є. Й. Майовець, О. П. Кундря-Висоцька, І. В. Городняк // Економіка і суспільство. – 2025. – Вип. 78. – DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-78-31.

Майовець Є. Й. Рекламні стратегії на продовольчому ринку / Є. Й. Майовець, С. І. Урба, Ю. П. Гнатів // Бізнес-навігатор. – 2025. – Вип. 6 (83). – С. 417-422. – DOI: https://doi.org/10.32782/business-navigator.83-68.

Майовець Є. Й. Класифікація маркетингових стратегій у процесі стратегічного маркетингового планування / Є. Й. Майовець, О. С. Сенишин, Р. Я. Хіч // Інвестиції: практика та досвід. – 2023. – № 2. – С. 5-11. –DOI: 10.32702/2306-6814.2023.2.5.

Майовець Є. Й. Молокопереробна галузь України як об’єкт стратегічного маркетингового планування / Є. Й. Майовець, О. С. Сенишин, Р. Я. Хіч // Ефективна економіка. – 2023. – № 1. – DOI: http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.1.6.

Марчук О. І. Оптимізація пошукових систем та її місце у Інтернет-маркетингу / О. І. Марчук, Т. М. Кушнір // Ефективна економіка. – 2024. – № 8. – DOI: http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.8.83.

Марчук О. І. Оцінка ефективності зовнішньої пошукової оптимізації у комплексі інструментів SEO / О. І. Марчук, Т. М. Кушнір // Маркетинг і цифрові технології. – 2024. – Т. 8, № 4. – С. 44-57. – DOI: 10.15276/mdt.8.4.2024.4.

Мельник С. І. Корупція як суспільно-економічний феномен: генезис та сучасні особливості / С. І. Мельник, Т. В. Яворська, Р. Є. Яремчук // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія економічна. – 2023. – № 1. – С. 39-48. – DOI: https://doi.org/10.32782/2311-844X/2023-1-6.

Мороз В. П. Інтеграція ризик-орієнтованого та кризового менеджменту в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю / В. П. Мороз, В. В. Гобела, О. М. Терешко // Актуальні питання економічних наук. – 2025. – Вип. 16. – DOI https://doi.org/10.5281/zenodo.17316709.

Мороз В. П. Синергізм управління якістю та маркетингу в процесі забезпечення конкурентоспроможності стартапу / В. П. Мороз, В. В. Гобела, О. М. Терешко // Сталий розвиток економіки. – 2025. – № 5 (56). – С. 489-494. – DOI: https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-56-67.

Петровський С. В. Нормативно-правові засади органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції в Україні / С. В. Петровський, І. В. Городняк // Київський економічний науковий журнал. – 2023. – № 3. – С. 122-128. – DOI: 10.32782/2786-765X/2023-3-18.

Петровський С. В. Сегментація ринку органічної продукції в Україні на підставі результатів маркетингового дослідження / С. В. Петровський, І. В. Городняк // Підприємництво та інновації. – 2025. – Вип. 34. – С. 193-197. – DOI: https://doi.org/10.32782/2415-3583/34.31.

Підхомний О. М. Інноваційний потенціал системи захисту митних інтересів держави: правові та соціальні ефекти інтеграції з фінансовою розвідкою. / О. М. Підхомний, І. О. Ревак, Т. В. Яворська, Ю. А. Комісарчук // Український економічний часопис. – 2024. – Вип 7. – С. 77-80. – DOI: 10.32782/2786-8273/2024-7-12.

Пушек Н. М. Етапи формування бренду туристичного продукту / Н. М. Пушек, І. З. Гнилякевич-Проць // Вісник Львівського університету. Серія економічна. – 2023. – № 64. – С. 140-151. – DOI: http://dx.doi.org/10.30970/ves.2023.64.0.6412.

Ревак І. О. Необхідність та можливості використання електронних доказів у фінансових розслідуваннях / І. О. Ревак, О. М. Підхомний, Т. В. Яворська // Наукові записки національного університету «Острозька академія» Серія «Економіка». – 2023. – № 29 (57). – С. 60-66. – DOI: 10.25264/2311-5149-2023-29(57)-60-64.

Сарахман О. М. Вплив облікових проблем на достовірність фінансової звітності банків в умовах нестабільності / О. М. Сарахман, Р. К. Шурпенкова // Здобутки економіки: перспективи та інновації. – 2025. – № 15. – DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.15037550.

Сарахман О. М. Методи і прийоми податкового аудиту в умовах особливого стану. / О. Сарахман, Р. Шурпенкова, Т. Калайтан // Сталий розвиток економіки. – 2025. – № 4 (55). – С. 136-141. – DOI: 10.32782/2308-1988/2025-55-19.

Сарахман О. М. Управління податковими ризиками: стратегічні підходи та інструменти мінімізації. / О. М. Сарахман, В. П. Мороз, Р. К. Шурпенкова // Актуальні питання економічних наук. – 2025. – Вип. 8. – DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.14942577.

Сохецька А. В. Адаптивне ціноутворення в умовах економічної нестабільності: поведінковий підхід до формування цінової політики підприємств / А. В. Сохецька // Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. – 2025. – Т. 36 (75), № 3. – С. 29-35. – DOI: https://doi.org/10.32782/2523-4803/75-3-5.

Стасюк С. О. Вплив асортименту освітніх онлайн-платформ на поведінку споживача / С. О. Стасюк, Т. М. Кушнір // Освітня аналітика України. – 2024. – № 1 (27). – С. 23-34. – DOI: 10.32987/2617-8532-2024-1-23-33.

Хоміць Л.-О. І. Маркетинговий підхід до визначення сутності споживчого ринку / Л.-О. І. Хоміць, І. В. Городняк // Наукові записки Національного університету «Острозька академія», серія «Економіка». – 2025. – № 36 (64). – С. 23-29. – DOI: 10.25264/2311-5149-2025-36(64)-23-29.

Шурпенкова Р. К. Аналіз факторів ринку оренди житлової нерухомості в Україні в період воєнної економіки. / Р. К. Шурпенкова, О. М. Сарахман, Т. В. Калайтан // Acta Academiae Beregsasiensis. Economics. – 2025. – № 10. – С. 276-286. – DOI: https://doi.org/10.58423/2786-6742/2025-10-276-286.

Шурпенкова Р. К. Маркетинг як нова філософія організації сучасного бізнесу / Р. К. Шурпенкова, О. П. Висоцька, І. М. Вагнер // Актуальні питання економічних наук. – 2025. – Вип. 15. – DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.17215159.

Яворська Т. В. Використання Big Data у сучасних маркетингових дослідженнях: нові можливості для прогнозування поведінки споживачів / Т. В. Яворська, А. В. Сохецька // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2025. – Вип. 63. – С. 57-63. – DOI: https://doi.org/10.32782/2413-2675/2025-63-8.

Яворська Т. В. Ризик-орієнтований підхід у системі фінансового моніторингу страхових компаній України / Т. В. Яворська, І. О. Ревак, О. М. Підхомний // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія економічна. – 2023. – № 2. – С. 82-93. – DOI: https://doi.org/10.32782/2311-844X/2023-2-10.

Яворська Т. В. Система захисту прав споживачів страхових послуг в Україні / Т. Яворська, Л. Войтович // Form. Market Econ. Ukr. – 2023. – Вип. 50. – С. 74-86. – DOI: http://dx.doi.org/10.30970/meu.2023.50.0.5007.

Buckiuniene O. Податкове планування в системі управління фінансами господарюючих суб'єктів. / O. Buckiuniene, Р. К. Шурпенкова // Світові тенденції та перспективи розвитку фінансової системи України: Матеріали XVIII Міжнародної науково-практичної конференції: Збірник тез доповідей, Київ, Україна, 22 травня 2025 р. – Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2025. – С. 25-28.

Kushnir T. M. Formation of ethical marketing decisions / T. M. Kushnir // Marketing of innovations. Innovations in marketing: Materials of the International Scientific Internet Conference., Bielsko-Biala., Poland, 16 грудня. – Bielsko-Biala: WSEH, 2024. – P. 50-52. – URL: https://wseh.pl/uploads/Marketing_of_Innovations._Innovations_in_marketing_2024.pdf.

Marchuk O. I. Inductive analysis of external optimisation in SEO tools complex. / O. I. Marchuk, T. M. Kushnir // Marketing of innovations. Innovations in marketing: Materials of the International Scientific Internet Conference., Bielsko-Biala., Poland, 16 грудня 2024 р. – Bielsko-Biala: WSEH, 2024. – P. 252-256. – URL: https://wseh.pl/uploads/Marketing_of_Innovations._Innovations_in_marketing_2024.pdf.

Zinkova S. V. The process of conducting a CRO audit for a website / S. V. Zinkova, I. Z. Hnylykevich-Prots // Majesty of Marketing: Збірник тез доповідей, Dnipro, Ukraine, 7 th of December 2023. – Dnipro: Dnipro University of Technology, 2024. – С. 255-257.

Zintso Yu. Content marketing in social networks / Yu. Zintso, M. Fedoruk // Трансформація економіки в умовах глобальних викликів: актуальні питання, Riga, Latvia, February 7-8, 2025 – 2025. – С. 167-170. – URL: https://doi.org/10.30525/978-9934-26-529-7-46.

Башта В. С. Використання інструментів PR у передвиборчих кампаніях / В. С. Башта, Т. М. Кушнір // Відкрита наука України: візійний дискурс в умовах воєнного стану: Збірник тез доповідей, Ужгород, Україна, 26-28 квітня 2023 р. – Ужгород: Ужгородський національний університет, 2023. – С. 66-70.

Башта В. С. Маркетинг у політичній сфері в умовах воєнного стану / В. С. Башта, Т. М. Кушнір // Інформаційні технології в освіті та науці: Збірник наукових праць, Запоріжжя, Україна, 25-26 травня 2023 р. – Запоріжжя: ФОП Однорог Т.В., 2023. – С. 101-104.

Башта В.С. Національний бренд України в умовах воєнного стану / В. С. Башта, Т. М. Кушнір // Актуальність та особливості наукових досліджень в умовах воєнного стану: Збірник матеріалів, Київ, Україна, 23 травня 2023 р. – Київ: ДНДІ МВС України, 2023. – С. 297-299.

Гнатів Ю. П. Особливості організації рекламної діяльності в мережі інтернет / Ю. П. Гнатів, І. В. Городняк // XI Міжнародна науково-практична конференція «Економіко-правові аспекти господарювання: сучасний стан, ефективність та перспективи», Одеса, Україна, 10-11 жовтня 2025 р. – 2025. – С. 298-300.

Городняк І. В. Використання системи управління навчання moodle в умовах дистанційного навчання студентів закладів вищої освіти / І. В. Городняк // Міжнародна науково-практична онлайн-конференція «Організація співробітництва територіальних громад із закладами освіти у воєнний період»: Матеріали, Дніпро, Україна, 30 листопада 2022 р. – Дніпро, 2022. – С. 102-105.

Городняк І. В. Громадянська освіта в умовах глобалізації / І. В. Городняк // Міжнародна науково-практична конференція для освітян «Березневий науковий дискурс 2023 на тему: «Детермінанти посилення ролі освіти у повоєнному відновленні України»», Чернігів, Україна, 23 березня 2023 р. – Чернігів, 2023. – С. 310-312.

Городняк І. В. Інноваційний розвиток бізнесу: бар'єри та особливості впровадження / І. В. Городняк, М. В. Терновецька // Міжнародна науково-практична конференція «Перспективи розвитку бізнесу в умовах воєнного стану та повоєнної відбудови України», Львів, Україна, 15-16 травня 2025 р. – 2025. – С. 134-136.

Городняк І. В. Маркетинговий аналіз рекламного впливу на споживчу поведінку домогосподарств в умовах пандемії / І. В. Городняк // III Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг»: Збірник тез доповідей. – Рівне, Україна, 25-26 лютого 2022 р. – 2022. – С. 18-20.

Городняк І. В. Особливості управління конфліктами в організації / І. В. Городняк // VIII Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами»: Матеріали, Луцьк, Україна, 15 грудня 2022 року. – Луцьк, 2022. – С. 329-332.

Городняк І. В. Порівняльний аналіз таргетованої реклами в соціальних мережах: Україна та Європа / І. В. Городняк, Ю. П. Гнатів // Proceedings of the International research conference «EU Strategies for Competitiveness, Growth and Prosperity: Strategic Management of Competitiveness in the Context of European Integration Processes», Дніпро, Україна, 19 березня 2025 р. – 2025. – С. 219-221.

Городняк І. В. Розвиток електронної комерції: правові виклики та можливості для українського бізнесу / І. В. Городняк, М. В. Терновецька // XI Міжнародна науково-практична конференція «Економіко-правові аспекти господарювання: сучасний стан, ефективність та перспективи», Одеса, Україна, 10-11 жовтня 2025 р. – 2025. – С. 584-586.

Городняк І. В. Роль інфлюенсерів у формуванні лояльності споживачів / Городняк І. В., Яворська М. І. // II Міжнародна науково-практична конференція «Розвиток економічних систем в умовах глобалізації", Харків, Україна, 20-22 листопада 2025 р. – Харків, 2025. – С. 128-130.

Городняк І. В. Сучасні тренди в рекламі у соціальних мережах / І. В. Городняк, Ю. П. Гнатів // Міжнародна науково-практична конференція «Інноваційні стратегії та виклики сучасного маркетингу в умовах глобальних технологічних змін та цифровізації економічних процесів»: Матеріали, Львів, Україна, 10 квітня 2025 р. – 2025. – С. 32-33.

Городняк І. В. Управління конфліктами в організації / І. В. Городняк // Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні світові тенденції економіки, обліку, фінансів і права»: Збірник тез доповідей. – Полтава, Україна, 12 липня 2022 р. – 2022. – С. 22-23.

Городняк І. В. Цифрова трансформація бізнесу: стратегії впровадження інновацій для сталого розвитку / І. В. Городняк, А. В. Андрух // Міжнародна науково-практична конференція «Перспективи розвитку бізнесу в умовах воєнного стану та повоєнної відбудови України»: Збірник тез, Львів, Україна, 15-16 травня 2025 р. – 2025. – С. 132-134.

Городняк І. В. Таргетована реклама як інструмент маркетингових комунікацій / І. В. Городняк, Л.-О. І. Хоміць // Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропромислової сфери, індустрії гостинності та торгівлі»: Тези доповідей, Харків, Україна, 2 листопада 2022 р. – Харків, 2022. – С. 102-103.

Гуль І. Г. Роль корпоративної соціальної відповідальності в системі маркетингу фізкультурно-спортивних організацій в умовах воєнного стану / І. Г. Гуль, В. П. Мороз // Економіко-соціальні відносини в галузі фізичної культури та сфері обслуговування VII Міжнар. наук.-практ. конф. Львів:ЛДУФК ім. Івана Боберського, Україна, 24-25 квітня 2025. – Львів: ЛДУФК імені Івана Боберського, 2025. – С. 118-120. – URL: https://repository.ldufk.edu.ua/items/cbcfb846-fbcd-438e-bd1f-eeaad4a10357.

Зінькова С. Ключові метрики оптимізації рівня конверсії вебсайту / С. Зінькова, І. Гнилякевич-Проць // Матеріали V міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми становлення інформаційної економіки в Україні». Львів, 18-19 листопада 2022. – С. 101-105.

Зінькова С. В. Ключові технології дослідження поведінки споживачів на вебсайті / С. В. Зінькова, І. З. Гнилякевич-Проць // Сучасні тенденції розвитку інформаційної економіки в Україні: Збірник тез доповідей, Львів, Україна, 25-26 жовтня 2024 р. – Львів: «Растр-7», 2024. – С. 165-169.

Зіньцьо Ю. В. Інструменти цифрового маркетингу промислового підприємства / Ю. В. Зіньцьо, Я. О. Ляшко // VI міжнародна науково-практична Інтернет- конференція «Сучасні тенденції економічного розвитку регіонів: теоретичні та прикладні аспекти», Одеса, Україна, 9-10 травня 2024. – 2024. – С. 249-251.

Зіньцьо Ю. В. Особливості впливу культурних факторів на поведінку споживачів України / Ю. В. Зіньцьо, Е. Р. Копачук // VI міжнародна науково-практична Інтернет-конференція «Сучасні тенденції економічного розвитку регіонів: теоретичні та прикладні аспекти», Одеса, Україна, 9-10 травня 2024. – 2024. – С. 245-248.

Зіньцьо Ю. В. Дослідження впливу штучного інтелекту на маркетингову стратегію торгових підприємств України на прикладі VARUS.UA. / Ю. В. Зіньцьо, В. О. Констанжи // Маркетинг майбутнього: виклики та реалії. Київ, Україна, 12 червня 2025. – 2025. – С. 235-236. – URL: https://duikt.edu.ua/uploads/p_2779_55525382.pdf.

Кузик О. Інтернет-складова комунікацій у маркетингу агробізнесу в Україні / О. Кузик // Актуальні питання економіки, фінансів, управління та права: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції, Кропивницький, Україна, 27.06.2023 р. – Кропивницький: ЦФЕНД, 2023. – С. 54-56.

Кузик О. В. «Система Канемана» в управлінні маркетинговими комунікаціями підприємств в Україні / О. В. Кузик // Scientific practice: modern and classical research methods: Collection of scientific papers «□□ГО□» with Proceedings of the VIII International Scientific and Practical Conference, Boston-Vinnytsia, USA, 5 вересня 2025 р. – Boston: Primedia eLaunch & UKRLOGOS Group LLC, 2025. – С. 38-40. – URL: https://archive.logos-science.com/index.php/conference-proceedings/issue/view/39/39.

Кузик О. В. SCRM в маркетингових комунікаціях українського агробізнесу / О. В. Кузик // Innovative development of science, technology and education: The 12th International scientific and practical conference, Ванкувер, Канада, 29-31 серпня 2024 р. – Vancouver: Perfect Publishing, 2024. – С. 322-326.

Кузик О. В. Виставкові заходи у комунікаціях агробізнесу України / О. В. Кузик // Сучасні аспекти модернізації науки: стан, проблеми, тенденції розвитку: матеріали XXXIV Міжнародної науково-практичної конференції / за ред. І.В. Жукової, Є.О. Романенка. Салоніки, Греція, 07.07.2023. – Салоніки: ГО «ВАДНД», 2023. – С. 238-242.

Кузик О. В. Інтернет-інструменти в маркетингових комунікаціях українського агробізнесу / О. В. Кузик // Традиційні та інноваційні підходи до наукових досліджень: матеріали V Міжнародної наукової конференції, Тернопіль, Україна, 07.07.2023. – Тернопіль: МЦНД. Вінниця: Європейська наукова платформа, 2023. – С. 39-41.

Кузик О.В. Модель PESO у маркетингових комунікаціях українських компаній / О.В. Кузик // Science, Education, Economy, Technology and Society: Challenges and Prospects for Interdisciplinary Development, Austin, USA, 30 серпня 2025 – Austin: Golden Quill Publishing, 2025. – С. 69-72. – https://drive.google.com/uc?export=download&confirm=no_antivirus&id=1sKWQbRUQhQhizK_nZm9zUZCa7-IRyStv.

Кузик О. В. Модель Шеннона-Уівера у маркетингових комунікаціях українського агробізнесу / О. В. Кузик // Débats scientifiques et orientations prospectives du développement scientifique: collection de papiers scientifiques «□□ГО□» avec des matériaux de la III conférence scientifique et pratique internationale. – Paris, Франція, 08 липня 2022 р. – Paris: Paris-Vinnytsia: La Fedeltà & Plateforme scientifique européenne, 2022. – С. 53-55.

Кузик О. В. Соціально-етичний маркетинг у комунікаціях українського агробізнесу / О. В. Кузик // Scientific Community: Interdisciplinary Research: Scientific Co lection «InterConf», (215): with the Proceedings of the 8th International Scientific and Practical Conference, Гамбург, Німеччина, 6-8 вересня 2024 р. – Hamburg: Busse Verlag GmbH, 2024. – С. 49-51.

Кузик О. В. Участь агробізнесу України у виставково-ярмаркових заходах / О. В. Кузик // Integration of Education, Science and Business in Modern Environment: Summer Debates: Proceedings of the 5th International Scientific and Practical Internet Conference, Дніпро, Україна, 3-4.08.2023. – Дніпро: Marenichenko V.V.290, 2023. – С. 290-292.

Кузик О. Вимоги до комунікаційних повідомлень агрокомпаній України / О. Кузик // Наука, освіта, технології та суспільство: актуальні проблеми теорії та практики: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції. – м. Полтава, Україна, 25 травня 2022 р. – Полтава: ЦФЕНД. – 2022. – Ч.1. – С. 33-35.

Кундря-Висоцька О. П. Маркетингові інструменти у страховому бізнесі в часі війни: необхідність та ефективність застосування / О. П. Кундря-Висоцька, Р. К. Шурпенкова // Фінансовий бізнес в Україні та світі: інновації та цифровізація: збірник доповідей, Львів, Україна, 24-25 жовтня 2025 р – ЛНУ імені Івана Франка, 2025. – С. 79-82. – URL: https://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PoltNTU/20322/1/Conference_FinBiz_LNU-2025.pdf.

Кундря-Висоцька О. П. Обліково-аналітичний супровід менеджменту в умовах війни: виклики та можливості / О. П. Кундря-Висоцька // Інноваційний розвиток економіки, управління, фінансів і права в умовах глобальних змін, Кропивницький, Україна, 28 червня 2025 р. – 2025. – С. 31-34. – URL: https://www.economics.in.ua/2025/06/28.html.

Кундря-Висоцька О. П. Онлайн-сервіс у системі бухгалтерського обліку:переваги та застереження / О. П. Кундря-Висоцька // Інноваційні підходи до управління національною економікою та підприємствами, Кропивницький, Україна, 5 березня 2025 р. – 2025. – с. 21-23. – URL: https://www.economics.in.ua/2025/03/05.html.

Кундря-Висоцька О. П. Сучасний маркетинг у виробничо-збутових ланцюгах як інструмент сучасної бізнес-аналітики у досягненні стратегічних цілей / О. П. Кундря-Висоцька // Інформаційні технології, економіка та право: стан і перспективи розвитку: Збірник тез доповідей, Чернівці, Україна, 9-10 жовтня 2025 р – Чернівці: Буковинський університет, 2025. – С. 243-245.

Кушнір Т. Використання маркетингу сталого розвитку провідними компаніями світу / Т. Кушнір, В. Башта // Сталий розвиток економіки, суспільства та підприємництва: Збірник матеріалів, Івано-Франківськ, Україна, 27-28 квітня 2023 р. – Львів: Видавець Кошовий Б.-П.О., 2023. – С. 443-445.

Кушнір Т. М. Актуальні питання використання digital-маркетингу на ринку товарів промислового призначення / Т. М. Кушнір // Підприємництво та бізнес-адміністрування в умовах діджиталізації: Збірник матеріалів, Харків, Україна, 1-28 лютого 2023 р. – Харків: ХНУМГ імені О.М. Бекетова, 2023. – URL: https://ojs.kname.edu.ua/index.php/area/article/view/3058/2893.

Кушнір Т. М. Використання баз даних у практиці пошукової оптимізації вебсайту. / Т. М. Кушнір, О. І. Марчук // Актуальні аспекти сучасної статистичної науки і практики: Одеський національний економічний університет, Одеса, Україна, 6 червня 2025 р. – Одеса: Одеський національний економічний університет, 2025. – С. 73-75.

Кушнір Т. М. Деструктивні аспекти впливу неформальної освіти на формування цілісної системи освіти в Україні / Т. М. Кушнір // Березневий науковий дискурс 2023 на тему: «Детермінанти посилення ролі освіти у повоєнному відновленні України». Збірник матеріалів, Чернігів, Україна, 22 березня 2023 р. – Чернігів: ГО «Науково-освітній інноваційний центр суспільних трансформацій», 2023. – С. 175-177.

Кушнір Т. М. Економічні чинники повернення українських біженців / Т. М. Кушнір // Міжнародний урбаністичний форум: Економіка відновлення міст: Збірник матеріалів, Київ, Україна, 22-23 березня 2023 р. – Київ: КНЕУ, 2023. – С. 98-101.

Кушнір Т. М. Етика в професійній маркетинговій діяльності / Т. М. Кушнір // Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами: Збірник матеріалів, Луцьк, Україна, 15 грудня 2022 р. – Луцьк: ЛНТУ, 2022. – С. 258-259.

Кушнір Т. М. Етика в цифровому маркетингу / Т. М. Кушнір // Національні економіки в умовах новітніх глобальних викликів: Збірник матеріалів, Харків, Україна, 1–28 лютого 2023 р. – Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023. – С. 120-122.

Кушнір Т. М. Етика маркетингової діяльності в цифровому середовищі. / Т. М. Кушнір // Тенденції та перспективи розвитку менеджменту в умовах глобальних викликів: матеріали IVМіжнародної науково-практичної конференції, Херсон-Кропивницький, Україна, 30 травня 2025 р. – Херсон: ФОП Вишемирський В.С., 2025. – С. 179-180. – URL: https://www.ksau.kherson.ua/files/konferencii/2025/08/IV_International_conf-2025_2.pdf.

Кушнір Т. М. Етичні аспекти відносин постачальників з торговельними мережами / Т. М. Кушнір // Сучасна наука та освіта: стан, проблеми, перспективи: Збірник матеріалів, Полтава, Україна, 20-21 березня 2023 р. – Полтава: ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2023. – С. 522-524.

Кушнір Т. М. Інноваційний маркетинг – рушійна сила діяльності підприємств / Т. М. Кушнір, Н. М. Гуменюк // Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності. – Запоріжжя, Україна, 11-12 травня 2022 року. – Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022. – С. 133-135.

Кушнір Т. М. Конструкції маркетингу відносин на ринку товарів промислового призначення / Т. М. Кушнір // Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг. – Рівне, Україна, 25-26 лютого 2022 року. – Рівне: О. Зень, 2022. – С. 10-12.

Кушнір Т. М. Маркетингова етика в цифровому середовищі. / Т. М. Кушнір // Економічні перспективи підприємництва: виклики воєнного часу та повоєнної відбудови: збірник матеріалів VIII Міжнародної науково-практичної конференції, Ірпінь, Україна, 30 травня 2025 р. – Ірпінь: Державний податковий університет, 2025. – С. 78-79. – URL: https://api-ir.dpu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/1132a3b2-584b-4db7-9377-1d99faac5806/content.

Кушнір Т. М. Методологічні засади використання превентивного маркетингу в непередбачуваних умовах / Т. М. Кушнір // Інновації партнерської взаємодії освіти, економіки та соціального захисту в умовах інклюзії та прагматичної реабілітації соціуму: Збірник матеріалів, Кам'янець-Подільський, Україна, 24-25 листопада 2022 р. – Кам'янець-Подільський: Навчально-реабілітаційний заклад вищої освіти «Кам’янець-Подільський державний інститут», 2022. – С. 74-75.

Кушнір Т. М. Можливості та технології асинхронного дистанційного навчання / Т. М. Кушнір // Стратегії, моделі та технології управління економічними системами: Збірник матеріалів, Хмельницький, Україна, 16 грудня 2022 р. – Хмельницький: Хмельницький національний університет, 2022. – С. 327-330.

Кушнір Т. М. Окремі аспекти етики бізнесу в Китаї / Т. М. Кушнір // Сходознавство. актуальність та перспективи: Матеріали доповідей, Харків, Україна, 24 березня 2023 р. – Харків: ХНПУ імені Г.С. Сковороди, 2023. – С. 98-100.

Кушнір Т. М. Оцінка втрат людського потенціалу внаслідок війни в Україні / Т. М. Кушнір // Трансформація національної, закордонної моделей економічного розвитку та законодавства в умовах воєнного часу. – Луцьк, Україна, 27-29 червня 2022 року. – Луцьк: СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня "Волиньполіграф", 2022. – С. 61-63.

Кушнір Т. М. Переоцінка цінності онлайн курсів у системі неформальної освіти / Т. М. Кушнір // Психолого-педагогічні проблеми вищої і середньої освіти в умовах сучасних викликів: теорія і практика: Збірник матеріалів, Харків, Україна, 16 – 18 березня 2023 р. – Харків: Харк. нац. пед. ун-т імені Г. С. Сковороди, 2023. – С. 494-496.

Кушнір Т. М. Проблеми етичності маркетингових досліджень / Т. М. Кушнір // Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності. –Запоріжжя, Україна, 11-12 травня 2022 року. – Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022. – С. 247-249.

Кушнір Т. М. Проблемні аспекти відносин із покупцями у сфері торгівлі / Т. М. Кушнір // Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації: Збірник матеріалів, Полтава, Україна, 27-28 квітня 2023 р. – Полтава: ПУЕТ, 2023. – С. 138-141.

Кушнір Т. М. Сучасні інструменти цифрового маркетингу. / Т. М. Кушнір, Р. М. Марадь // Підприємництво та торгівля: сучасний стан і перспективи розвитку: Матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф., Луцьк, Україна, 20 травня 2025 р. – Луцьк: ВІП ЛНТУ, 2025. – С. 136-137. – URL: https://drive.google.com/file/d/1OAWBr9mNeSLpbV7eW1iVOE0071htJPYl/view.

Кушнір Т. М. Тренди поштової логістики України / Т. М. Кушнір, М. О. Горобченко // Сучасний стан та перспективи розвитку обліку, аудиту, оподаткування та аналізу в умовах міжнародної інтеграції, м. Херсон – м. Хмельницький, Україна, 21-22 листопада 2023 р. – Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2023. – С. 343-345.

Кушнір Т. М. Штучний інтелект як новий інструмент маркетингу / Т. М. Кушнір, В. С. Башта // Підприємництво та торгівля: сучасний стан і перспективи розвитку: Збірник матеріалів, Луцьк, Україна, 18–19 травня 2023 р. – Луцьк: ВІП ЛНТУ, 2023. – С. 177-179.

Левицька О. М. Адаптація споживача в сучасних умовах / О. М. Левицька, Н. В. Луців // Проблеми генезису економіки інтелектуально-інноваційного капіталу: Збірник тез доповідей, Київ, Україна, 5-6 листопада 2024 р. – Київ: КНУБА, 2024. – С. 449-452. – URL: https://library.knuba.edu.ua/books/zbirniki/32/Theses%20of%20inter%20conference%20KNUBA%205-6_11_2024.pdf.

Луців Н. В. Адаптація стратегій ціноутворення українських компаній до умов воєнного стану / Н. В. Луців, Р. Є. Кирилюк // Перспективи розвитку бізнесу в умовах воєнного стану та повоєнної відбудови України: Збірник тез доповідей , Львів, Україна, 15-16 травня 2025р. – Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2025. – С. 45-49. – URL: https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2025/07/Zbirnyk-Tez-Conf-15-16.05.2025.pdf.

Луців Н. В. Аналіз та перспективи ринку керамічної плитки в Україні / Н. В. Луців, М. В. Цупріян // Проблеми генезису економіки інтелектуально-інноваційного капіталу: Збірник тез доповідей, Ч. 2 , Київ, Україна, 7-8 листопада 2023 р. – Київ: КНУБА, 2023. – С. 61-65.

Луців Н. В. Сучасний підхід до аналізу поведінки споживача в умовах адаптації до ринкових змін / Н. В. Луців, О. М. Левицька // Інноваційні стратегії та виклики сучасного маркетингу в умовах глобальних технологічних змін та цифровізації економічних процесів: Збірник тез доповідей , Львів, Україна, 10 квітня 2025 р. – Львів: ЛТЕУ, 2025. – С. 52-54. – URL:

https://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/pidrozdily/Naukovo_Doslidna_Chastyna/Docs/2025/436-Zbirnik_nauk_.pdf.

Мороз В. П. Ідентифікація та оцінка загроз в системі економічної безпеки лісогосподарського підприємства / В. П. Мороз, В. В. Гобела, О. В. Гобела // Міжнародна науково-практична конференція «Наука, освіта і суспільство в умовах змін: виклики та інновації», м. Кременчук, Україна, 10 жовтня 2025 р. – м. Кременчук, 2025. – С. 122-124. – URL: https://www.economics.in.ua/2025/10/10.html.

Сарахман О. М. Вплив фінансового обліку на забезпечення економічної безпеки банків в умовах кризи. / О. М. Сарахман, Р. К. Шурпенкова // Перспективи розвитку бізнесу в умовах воєнного стану та повоєнної відбудови України: зб. тез Міжнар. наук.-практ. конф.: Збірник тез доповідей, Львів, Україна, 15-16 травня 2025р. – ЛНУ ім. Івана Франка, 2025. – С. 326-328. – URL: https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2025/07/Zbirnyk-Tez-Conf-15-16.05.2025.pdf.

Сарахман О. М. Оцінка ризиків у внутрішньому аудиті банку: підходи, фактори та сучасні інструменти. / О. М. Сарахман, Р. К. Шурпенкова // Перспективи розвитку обліку, аналізу та аудиту в контексті євроінтеграції: матеріали XIII Міжнародної науково-практичної конференції: Збірник тез доповідей, Україна, 22 травня. – Одеса: ОНЕУ, 2025. – С. 199-201.

Шурпенкова Р. К. Визначення типу фінансової стійкості. / Р. К. Шурпенкова // Управління розвитком соціально-економічних систем.Матеріали IX Міжнародної науковопрактичної конференції (присвячена пам'яті професора Григорія Євтійовича Мазнєва): Збірник тез доповідей, 6-7 березня 2025 р – Харків: ДБТУ, 2025. – С. 521-523. – URL: https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/03/conf-06-07-03-25-mater2.pdf.

Шурпенкова Р. К. Евристичні методи аналізу економічної діяльності як невід'ємна частина процесу прийняття рішень. / Р. К. Шурпенкова, О. М. Сарахман // збірник тез за матеріалами IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Ірпінь, 06 травня 2025 р. – Державний податковий університет, 2025. – С. 184-186. – URL: https://api-ir.dpu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/0f3f61a9-554f-45d9-a1b9-6566374b1dc8/content?trackerId=8ab955acafa13a2e.

Шурпенкова Р. К. Маркетинг у системі управління персоналом / Р. К. Шурпенкова, Olga Buckiuniene // Інформаційні технології, економіка та право: стан і перспективи розвитку (ІТЕП-2025): Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції: Збірник доповідей, Чернівці, Україна, 09-10 жовтня 2025 р. – ПВНЗ «Буковинський університет», 2025. – С. 294-296.

Шурпенкова Р. К. Стратегія управління ефективністю діяльності підприємства. / Р. К. Шурпенкова, О. М. Сарахман // Сталий розвиток економіки, підприємств та суспільства [Електронний ресурс]: матеріали II Міжнар.наук.-практ. конф.: Збірник тез доповідей, Івано-Франківськ, Україна, 10-11 квітня. – Видавець Кошовий Б.-П.О, 2025. – С. 348-350.

Шурпенкова Р. К. Управління персоналом один із важливих елементів системи менеджменту у сфері туризму і рекреації. / Р. К. Шурпенкова, О. М. Сарахман // Збірник тез II Міжнародної науково-практичної конференції «Туристично-рекреаційна сфера: виклики сучасності»: Збірник тез доповідей, Хмельницький , Україна, 22 квітня 2025 року. – Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, 2025. – С. 69-70.

Шурпенкова Р. К. Дослідження впливу конкуренції на організацію галузі. / Р. К. Шурпенкова // Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні. Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції 6-7 березня 2025 року: збірник наукових праць [Електронний ресурс]: Електронний збірник тез доповідей, Вінниця , Україна, 6-7 березня 2025 – ВНТУ, 2025. – С. 123-125. – URL: https://press.vntu.edu.ua/index.php/vntu/catalog/book/890.

Шурпенкова Р. К. Концептуальні основи податкового менеджменту. / Р. К. Шурпенкова // Сучасні кризові явища в економіці та проблеми облікового, контрольного та аналітичного забезпечення управління

підприємством: матеріали XVII Міжнародної науково-практичної конференції: Збірник тез доповідей, Луцьк, Україна, 24 травня 2025 р. – ВІП ЛНТУ, 2025. – С. 562-565. – URL: https://drive.google.com/file/d/1Uip8C2YKehX0b_Qc4YNhFw3_p-J95pHH/view.

Шурпенкова Р. К. Маркетинг як філософія в умовах цифрової трансформації / Р. К. Шурпенкова, О. П. Кундря-Висоцька // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Фінансово-управлінські інновації як драйвер сталого розвитку в умовах сучасних викликів». Частина II: Збірник тез доповідей, Хмельницький, Україна, 7 листопада 2025 р. – Хмельницький: Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, 2025. – С. 306-308.

Яворська Т. В. Захист прав споживачів страхових послуг в умовах війни / Т. В. Яворська // Міжнародна науково-практична інтернет-конференція "Економіка в умовах цифрової трансфорації: перспективи розвитку в XXI столітті": Збірник тез доповідей, Київ, Україна, 16 травня 2024 р. – 2024. – С. 281-284.

Яворська Т. В. Ризик-орієнтований підхід у системі фінансового моніторингу страхових компаній України / Т. В. Яворська // Страховий ринок України у світлі євроінтеграції: новітні виклики та тренди: Збірник матеріалів VI міжнародної науково-практичної конференції, Київ, Україна, 23 березня 2023 р. – 2023. – С. 134-137.

Litvinova M. The use of marketing tools in digital environment / M. Litvinova, T. Kushnir // Адаптація до глобальних змін та викликів: нові форми економіки, ресурсоефективні технології, захист довкілля: Збірник матеріалів, Івано-Франківськ, Україна, 18 травня 2023 р. – Івано-Франківськ: Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, 2023. – С. 21-23.

Ватаг А. Р. Проблеми функціонування та розвитку малих підприємств в Україні / А. Р. Ватаг, Д. З. Петрик, Т. М. Кушнір // Фінансово-економічні механізми розвитку підприємництва: теоретичний та практичний аспекти: Збірник матеріалів, Дніпро, Україна, 24-25 листопада 2022 р. – Дніпро: УДУНТ, 2022. – С. 64-66.

Возняк А. А. Адаптація традиційного маркетингу до нових викликів цифрової трансформації / А. А. Возняк, Т. М. Кушнір // Сучасні технології маркетингу.: матеріали II Всеукраїнської наук.практ. конф., Луцьк, Україна, 13 травня 2025 р. – Луцьк: Вежа-Друк, 2025. – С. 45-47. – URL: https://vnu-taskid841251.s3.eu-north-1.amazonaws.com/s3fs-public/inline-files/zbirnyk-konfer-2025.pdf.

Врублевська О. В. Маркетинг для суспільства: теоретичні засади і формування компетентностей маркетолога / О. В. Врублевська // Тенденції розвитку маркетингу в умовах невизначеності. Всеукраїнська науково-практична конференція.: Збірник матеріалів [Електронне видання], Львів, Україна, 21-22 березня 2024 року. – Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2024. – С. 229-231.

Гнилякевич-Проць І. З. Вплив внутрішнього маркетингу компанії на формування бренду / І. З. Гнилякевич-Проць // Всеукраїнська науково-практична конференція: «Тенденції розвитку маркетингу в умовах невизначеності»: Збірник тез доповідей, Львів, Україна, 21-22 березня 2024. – Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2024. – С. 233-235.

Городняк І. В. Особливості рекламного впливу на споживчу поведінку домогосподарств в сучасних умовах / І. В. Городняк // XI Всеукраїнська науково-практична конференція Форум молодих економістів-кібернетиків «Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід», Львів, Україна, 24-25 листопада 2023 р. – Львів, 2023. – С. 168-169.

Городняк І. В. Роль людського капіталу у забезпеченні сталого економічного розвитку / І. В. Городняк, М. В. Терновецька // XIII Всеукраїнська науково-практична конференція Форум молодих економістів-кібернетиків «Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід», Львів, Україна, 21-22 листопада 2025 р. – Львів, 2025. – С. 147-148.

Городняк І. В. Роль сервісного обслуговування в формуванніспоживчого попиту / І. В. Городняк, М. Є. Щур // XIII Всеукраїнська науково-практична конференція Форум молодих економістів-кібернетиків

«Моделювання економіки:проблеми, тенденції, досвід», Львів, Україна, 21-22 листопада 2025 р. – Львів, 2025. – С. 167-168.

Городняк І. В. Цифровізація як інструмент адаптації маркетингової політики розподілу до змін потреб споживачів продовольчих товарів в Україні / І. В. Городняк, С. П. Кошелюк // XII Всеукраїнська науково-практична конференція Форум молодих економістів-кібернетиків «Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід», Львів, Україна, 22-23 листопада 2024 р. – 2025. – С. 179-181.

Городняк І. В. Огляд цілей таргетованої реклами на прикладі платформи Facebook Ads Manager / І. В. Городняк, Л.-О. І. Хоміць // X Всеукраїнська науково-практична конференція Форум молодих економістів-кібернетиків «Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід», Львів, Україна, 25 листопада 2022 р. – Львів, 2022. – С. 92-94.

Грінько В. П. Аудіовізуальні повідомлення як чинник впливу на імпульсивні покупки / В. П. Грінько, Т. М. Кушнір // Сучасні технології маркетингу: матеріали II Всеукраїнської наук.практ. конф., Луцьк, Україна, 13 травня 2025 р. – Луцьк: Вежа-Друк, 2025. – С. 49-52. – URL: https://vnu-taskid841251.s3.eu-north-1.amazonaws.com/s3fs-public/inline-files/zbirnyk-konfer-2025.pdf.

Зіньцьо Ю. В. Інтерактивний контент в маркетингу / Ю. В. Зіньцьо // Всеукраїнська науково-практична конференція: «Тенденції розвитку маркетингу в умовах невизначеності»: Збірник тез доповідей, Львів, Україна, 21-22 березня 2024. – Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2024. – С. 137-139.

Зіньцьо Ю. В. Адаптація маркетингових стратегій аграрних підприємств України в умовах нестабільності (на прикладі агрохолдингу "Астарта-Київ") / Ю. В. Зіньцьо, М. О. Літвінова // XIII Всеукраїнська науково-практична конференція форум молодих економістів-кібернетиків: «Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід», Львів, Україна, 21-22 лист. 2025 р. – 2025. – С. 282-283.

Зіньцьо Ю. В. Соціально-етичний маркетинг як інструмент реалізації корпоративної соціальної відповідальності аграрних підприємств України / Ю. В. Зіньцьо, Л.-О. І. Хоміць // Основні принципи, напрями та завдання економічного розвитку країн. Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції. м. Київ, 18 грудня 2021 р. – 2021. – С. 29-34.

Зіньцьо Ю. В. Формування маркетингової стратегії промислового підприємства в умовах кризи / Ю. В.Зіньцьо, М. Х. Аль-Хасан // Наукове забезпечення розвитку національної економіки: досягнення теорії та проблеми практики: Матеріали XI Всеукраїнської науково-практичної конференції, Полтава, Україна, 21 листопада 2024 р. – Полтава, 2024. – С. 150-152.

Зіньцьо Ю. В. Комунікації маркетингу в умовах воєнного стану / Ю. В. Зіньцьо, М. О. Горобченко // Стан та перспективи розвитку бізнес-середовища в умовах сучасних викликів: II Всеукраїнська науково-практична конференція здобувачів вищої освіти та молодих науковців, Рівне, Україна, 17 листопада 2022 р. – Рівне, 2022. – С. 116-118.

Зіньцьо Ю. В. Роль ІТ-персоналу на ринку ІТ-послуг / Ю. В. Зіньцьо, А. А. Дерягіна // Стратегії, моделі та технології управління економічними системами: матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції. Хмельницький: Хмельницький національний університет, Хмельницький, Україна, 16 грудня 2022 р. – Хмельницький, 2022. – С. 318-321.

Іщук Ю. Р. Психологічний вплив візуального контенту на споживача / Ю. Р. Іщук, Т. М. Кушнір // Сучасні технології маркетингу: матеріали II Всеукраїнської наук.практ. конф., Луцьк, Україна, 13 травня 2025 р. – Луцьк: Вежа-Друк, 2025. – С. 52-55. – URL: https://vnu-taskid841251.s3.eu-north-1.amazonaws.com/s3fs-public/inline-files/zbirnyk-konfer-2025.pdf.

Констанжи В. О. Бізнес-моделі в Україні: сутність, особливості та приклади успішних кейсів / В. О. Констанжи, Т. М. Кушнір // Функціонування та розвиток бізнесу України в умовах загроз та глобалізаційних

процесів в економіці: Збірник матеріалів, Харків, Україна, 30 листопада – 1 грудня 2022 р. – Харків: Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського, «Харків. авіац. ін-т», 2022. – С. 44-46.

Кузик О. В. Деякі особливості політики просування українських агропідприємств в умовах війни / О. В. Кузик // Тенденції розвитку маркетингу в умовах невизначеності: Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції, Львів, Україна, 21-22 березня 2024 року. – Львів: ЛНУ імені І.Франка, 2024. – С. 322-324.

Кулик В. В. Тенденції розвитку цифрового маркетингу / В. В. Кулик, Т. М. Кушнір // Функціонування та розвиток бізнесу України в умовах загроз та глобалізаційних процесів в економіці: Збірник матеріалів, Харків, Україна, 30 листопада – 1 грудня 2022 р. – Харків: Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського, «Харків. авіац. ін-т», 2022. – С. 105-108.

Кушнір Т. М. Економічні чинники неповернення до України населення, що виїхало за кордон внаслідок російсько-української війни / Т. М. Кушнір // Фінансово-економічні механізми розвитку підприємництва: теоретичний та практичний аспекти: Збірник матеріалів, Дніпро, Україна, 24-25 листопада 2022 р. – Дніпро: УДУНТ, 2022. – С. 26-29.

Кушнір Т. М. Етика в маркетинговій діяльності: принципи, заборони та переваги / Т. М. Кушнір // Тенденції розвитку маркетингу в умовах невизначеності: Збірник матеріалів, м. Львів, Україна, 21-22 березня 2024 року. – Львів: ЛНУ імені І. Франка, 2024. – С. 247-249.

Кушнір Т. М. Етика відносин у системі «підприємство-інвестор» / Т. М. Кушнір // Агробізнес і освіта: сучасні моделі розвитку та співпраці: Збірник статей і тез, Глухів, Україна, 17 лютого 2023 р. – Глухів: ВСП «Глухівський агротехнічний фаховий коледж СНАУ», 2023. – С. 63-65.

Кушнір Т. М. Маркетологізація політичного ринку в сучасних умовах / Т. М. Кушнір // Політичні трансформації сучасного суспільства: Збірник матеріалів, Полтава, Україна, 22 лютого 2023 р. – Полтава: ПДАУ, 2023. – С. 27-29.

Кушнір Т. М. Порушення академічної доброчесності: списування / Т. М. Кушнір // Стратегії і трансформації педагогіки в умовах сталого розвитку суспільства 2023: Збірник наукових праць, Дніпро, Україна, 15-17 травня 2023 р. – Дніпро: НТУ "ДП", 2023. – С. 93-97.

Літвінова М.О. Інструменти маркетингу в Інтернет-просторі / Т. М. Кушнір, М. О. Літвінова // Функціонування та розвиток бізнесу України в умовах загроз та глобалізаційних процесів в економіці: Збірник матеріалів, Харків, Україна, 30 листопада – 1 грудня 2022 р. – Харків: Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського, «Харків. авіац. ін-т», 2022. – С. 109-110.

Майовець Є. Й. Маркетингово-інформаційне забезпечення продовольчого ринку в умовах війни / Є. Й. Майовець, Я. М. Майовець // XIII Всеукраїнська науково-практична конференція Форум молодих економістівкібернетиків «Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід»: Збірник тез доповідей, Львів, Україна, 21-22 листопада 2025 – Львів, 2025. – С. 336-338. – URL: https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2025/12/2025_ZbirnykOK-NEW.pdf.

Майовець Є. Й. Методика наукового дослідження стратегічного маркетингового планування / Є. Й. Майовець, Р. Я. Хіч // Тенденції розвитку маркетингу в умовах невизначеності: Збірник матеріалів, Львів, Україна, 21-22 березня 2024 року. – Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2024. – С. 63-65.

Майовець Є.Й. Невизначеність, нестабільність та загрози розвитку агробізнесу України в умовах війни / Є. Й. Майовець // Тенденції розвитку маркетингу в умовах невизначеності: Збірник матеріалів, Львів, Україна, 21-22 березня 2024 року. – Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2024. – С. 328-330.

Майовець Є.Й. Тенденції асортиментної політики торговельних фірм на ринку кондитерських виробів України в умовах війни / Є. Й. Майовець, В. С. Мельник // Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід: Збірник тез доповідей, Львів, Україна, 21-22 листопада 2025. – Львів, 2025. – С. 217-218. – URL:

https://econom.lnu.edu.ua/wpcontent/uploads/2025/12/2025_Zbirnyk-OK-NEW.pdf.

Михайлишин Р. В. Функціонування ринку реклами в Україні в умовах невизначеності / Р. В. Михайлишин, І. В. Городняк // Всеукраїнська науково-практична конференція «Тенденції розвитку маркетингу в умовах невизначеності»: Збірник матеріалів , Львів, Україна, 21-22 березня 2024 р. – Львів, 2023. – С. 26-29.

Мороз М. П. Особливості застосування цифрових інструментів просування у сфері послуг. / М. П. Мороз, Т. М. Кушнір // Сучасні технології маркетингу: матеріали II Всеукраїнської наук.практ. конф., Луцьк, Україна, 13 травня 2025 р. – Луцьк: Вежа-Друк, 2025. – С. 65-68. – URL: https://vnu-taskid841251.s3.eu-north-1.amazonaws.com/s3fs-public/inline-files/zbirnyk-konfer-2025.pdf.

Мороз О.О. Інтернет-маркетинг у глобалізованому світі: виклики та можливості / О. О. Мороз, Т. М. Кушнір // Адаптація до глобальних змін та викликів: нові форми економіки, ресурсоефективні технології, захист довкілля: Збірник матеріалів, Івано-Франківськ, Україна, 18 травня 2023 р. – Івано-Франківськ: Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, 2023. – С. 95-97.

Петровський С. В. Екологічний маркетинг органічної продукції. / С. В. Петровський, І. В. Городняк // VIII Всеукраїнська науково-практична конференція «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики»: Матеріали, Умань, Україна, 25 жовтня 2023 р. – Умань, 2023. – С. 33-37.

Петровський С. В. Екологічний маркетинг органічної продукції / С. В. Петровський, І. В. Городняк // Всеукраїнська науково-практична конференція «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики», Умань, Україна, 25 жовтня 2023 р. – Умань, 2023. – С. 33-37.

Петровський С. В. Чинники формування ринку органічної продукції / С. В. Петровський, І. В. Городняк // Всеукраїнська науково-практична конференція здобувачів і молодих вчених «Адаптація до глобальних викликів: нові форми економіки, ресурсоефективні технології, захист довкілля, Івано-Франківськ, 18 травня 2023 р. – 2023. – С. 291-294.

Сарахман О. М. Формування висококваліфікованого кадрового потенціалу фінансово-кредитної системи через синергію академічної освіти і практичного досвіду / О. М. Сарахман, Р. К. Шурпенкова // Управління персоналом у системі менеджменту організацій: тенденції та перспективи розвитку: Електронний збірник тез доповідей, м. Львів, Україна, 22 трав. 2025 р. – м. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2025. – С. 192-194.

Сохецька А. В. Інтеграція логістичних систем у міжнародні логістичні канали / А. В. Сохецька // Тенденції розвитку маркетингу в умовах невизначеності: Збірник тез доповідей, Львів, Україна, 21-22 березня 2024 року. – Львів, 2024. – С. 82-85.

Терновецька М. В. Страхування воєнних ризиків: українські реалії / М. В. Терновецька, І. В. Городняк // XII Всеукраїнська науково-практична конференція «Наукове забезпечення розвитку національної економіки: досягнення теорії та проблеми практики», Полтава, Україна, 12 листопада 2025 р. – Полтава, 2025. –С. 303-307.

Шурпенкова Р. К. Маркетингові інструменти забезпечення конкурентоспроможності підприємства. / Р. К. Шурпенкова, Danguole Ignataviciute // VIII Всеукраїнська науково-практична конференція «Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституційних змін: Електронний збірник тез доповідей, Полтава, Україна, 30 жовтня 2025 р. – Полтавський державний аграрний університет, 2025. – С. 803-805.

Шурпенкова Р. К. Роль бенчмаркетингу як інструменту підвищення ефективності маркетингової діяльності. / Р. К. Шурпенкова, О. П. Кундря-Висоцька // VIII Всеукраїнська науково-практична конференція «Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституційних змін: Електронний збірник тез доповідей, Україна, 30 жовтня 2025 р. – Полтава: Полтавський державний аграрний університет, 2025. – С. 805-806.

Яворівська С. М. Роль цифрових технологій та соціальних мереж у просуванні персонального бренду музичних артистів / С. М. Яворівська, Т. М. Кушнір // Сучасні технології маркетингу: матеріали II

Всеукраїнської наук.практ. конф., Луцьк, Україна, 13 травня 2025 р. – Луцьк: Вежа-Друк, 2025. – С. 101-104. – URL: https://vnu-taskid841251.s3.eu-north-1.amazonaws.com/s3fs-public/inline-files/zbirnyk-konfer-2025.pdf.

Яворська Т. В. Поведінка споживачів страхових послуг в умовах невизначеності / Т. В. Яворська // Тенденції розвитку маркетингу в умовах невизначеності: Збірник тез доповідей, Львів, Україна, 21-22 березня 2024 р. – 2024. – С. 103-105.

Врублевська О. В. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 111907. Економічне оцінювання впливу лісів на сільськогосподарське виробництво. Наукова стаття. / О. В. Врублевська, О. В. Сакаль. – Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 111907, видано державним підприємством «Український інститут інтелектуальної власності» 17.02.2022, 2022.

Врублевська О. В. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 111906. Економічне оцінювання ґрунтозахисної функції лісів. Наукова стаття. / О. В. Врублевська, О. В. Сакаль. – Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 111906, видано державним підприємством «Український інститут інтелектуальної власності» 17.02.2022, 2022.

Врублевська О. В. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 112358. Програма і методичні рекомендації до вивчення курсу «Соціальна відповідальність» в рамках освітніх програм вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг». Літературний письмовий твір науково-методичного характеру / О. В. Врублевська, А. А. Головко, Е. А. Кульчицька. – Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 112358, видано державним підприємством «Український інститут інтелектуальної власності» 14.03.2022.

X. Заключні відомості

Керівник юридичної особи

Мельник Володимир Петрович
д. філос. н.

Перелік осіб-виконавців

Врублевська Олена Василівна
(к.е.н., доц., 08.00.06)

Гнилякевич-Проць Ірина Зіновіївна
(к. е. н., доц.)

Городняк Ірина Василівна
(к. соц. н., доц.)

Захарчин Роман Миронович
(к. е. н., доц., 08.00.07)

Зіньцьо Юлія Володимирівна
(к. е. н., доц.)

Кузик Олег Володимирович
(доктор економічних наук, доцент)

Кундря-Висоцька Оксана Петрівна
(к. е. н., професор, 08.07.02)

Кушнір Тарас Михайлович
(к. е. н., доц.)

Левицька Ольга Миколаївна
(к. е. н., доцент)

Луців Наталія Василівна
(к. т. н., доцент)

Майовець Євген Йосипович
(д.е.н., професор, 08.00.01)

Мороз Володимир Павлович
(к. е. н., доцент)

Сохецька Анна Володимирівна
(к. е. н., доц.)

Шурпенкова Руслана Казимирівна
(к.е.н., доц., 08.07.02)

Яворська Тетяна Василівна
(д.е.н., професор, 08.00.03)

Відповідальний за підготовку облікових документів

Писаревська Людмила Степанівна

Телефон

+380984514317

Реєстратор

Юрченко Тетяна Анатоліївна

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності



Юрченко Тетяна Анатоліївна