Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0526U000085

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 07-04-2026

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Касян Сергій Якович
2. Serhii Kasian

Кваліфікація: к.е.н., доц., 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор наук

Аспірантура/Докторантура: ні

Шифр наукової спеціальності: 08.00.04

Назва наукової спеціальності: Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 14-04-2026

Спеціальність за освітою: Економіка підприємства

Місце роботи здобувача: Національний технічний університет "Дніпровська політехніка"

Код за ЄДРПОУ: 02070743

Місцезнаходження: проспект Дмитра Яворницького, Дніпро, Дніпровський р-н., 49005, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): Д 41.088.05

Повне найменування юридичної особи: Одеський національний технологічний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071062

Місцезнаходження: вул. Канатна, Одеса, 65039, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

IV. Відомості про підприємство, установу, організацію, в якій було виконано дисертацію

Повне найменування юридичної особи: Одеський національний технологічний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071062

Місцезнаходження: вул. Канатна, Одеса, 65039, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 44.09, 82.15.21.09, 06.35.23, 06.81.03

Тема дисертації:

1. Маркетингове забезпечення комунікаційних та логістичних процесів з впровадження енергозберігаючих технологій на підприємствах

2. Marketing support for communication and logistics processes related to the implementation of energy-saving technologies at enterprises

Реферат/анотація:

1. У дисертації наведено теоретичне узагальнення і вирішення важливої науково-прикладної проблеми, пов'язаної з обґрунтуванням теоретико-методологічних засад та розробкою практичних рекомендацій з удосконалення маркетингового забезпечення комунікаційних та логістичних процесів з впровадження енергозберігаючих технологій на підприємствах. Визначено сутність енергоощадного спрямування маркетингових цінностей підприємств, розвинуто поняття «маркетингова цінність». Встановлено, що теоретична сутність маркетингових комунікаційних і логістичних детермінант формування простору інноваційних знань в економіці полягає в ідентифікуванні засад (умов) взаємодоповнюваності та взаємозамінності логістичних та маркетингових комунікаційних детермінант під час впливу на поведінку стейкхолдерів підприємств у проєкції поліпшення енергозбереження. Встановлено, що логістичне обслуговування товарних потоків, що характеризуються високим ступенем перероблення та

енергозбереження, має включати електронні віртуальні схеми координування і регулювання розподілу продукції та постачання сировини, матеріалів і комплектуючих. Визначено термін «Маркетингові енергоощадні цінності», що наділені атрибутом неперервності і які генеруються при комплексному застосуванні нових форм маркетингових комунікацій і логістичного сервісу.

2. The dissertation provides a theoretical generalization and solution to an important scientific and practical problem related to the substantiation of theoretical and methodological foundations and the development of practical recommendations for improving the marketing support of communication and logistics processes for the implementation of energy-saving technologies at enterprises. The essence of energy-saving of marketing values of enterprises is determined, and the concept of “marketing value” is developed. It is established that the theoretical essence of marketing communication and logistics determinants of the formation of innovative knowledge space in the economy lies in identifying the principles (conditions) of complementarity and interchangeability of logistics and marketing communication determinants when influencing the behavior of enterprise stakeholders in the projection of improving energy conservation. It has been established that logistics services for commodity flows characterized by a high degree of processing and energy conservation should include electronic virtual schemes for coordinating and regulating the distribution of products and the supply of raw materials, materials, and components. The term “marketing energy-saving values” has been defined, which are endowed with the attribute of continuity and are generated through the comprehensive application of new forms of marketing communications and logistics services.

Державний реєстраційний номер ДіР:

Пріоритетний напрям розвитку науки і техніки: Фундаментальні наукові дослідження з найбільш важливих проблем розвитку науково-технічного, соціально-економічного, суспільно-політичного, людського потенціалу для забезпечення конкурентоспроможності України у світі та сталого розвитку суспільства і держави

Стратегічний пріоритетний напрям інноваційної діяльності: Освоєння нових технологій транспортування енергії, впровадження енергоефективних, ресурсозберігаючих технологій, освоєння альтернативних джерел енергії

Підсумки дослідження: Новий напрямок у науці і техніці

Публікації:

- 1. Касян С. Я. Енергоощадна цінність логістичних та комунікаційних детермінант маркетингової діяльності високотехнологічних підприємств в електронному бізнесі: монографія. Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2020. 232 с. URL: https://surl.li/pwgdzd (14,6 друк. арк.).
- 2. Sapiński Aleksander, Sanetra-Półgrabi Sabina, Kasian Y. Serhii, Rozhko Nataliya, Bhandari P. Medani (2021). Social Responsibility as A Tool for The Human Resources Policy Development and Reducing Inequalities on Tourism Industry, Chapter 12. Medani P. Bhandari and Shvindina Hanna editors, Inequality – The unbeatable Challenge, 1st Edition, River Publishers, Denmark / the Netherlands, USA. Routledge is imprint of the Taylor & Francis Group, an informa business. P. 293–306 (352 p.) DOI: 10.1201/9781003338543 Indexing database Web of Science. https://surl.li/ikkgzy, https://cutt.ly/jNCBIPX, https://cutt.ly/UNC1LFI, https://cutt.ly/mNC0lci (заг. обсяг 22 друк. арк.; особистий внесок автора: розкриття соціальної відповідальності під час дбайливого ставлення до використання енергетичних ресурсів □ 0,42 друк. арк.). Включено до Web of Science.
- 3. Касян С. Я. Маркетингове комунікаційне і логістичне забезпечення комерціалізації інновацій, спрямованої на енергозаощадження. Комерціалізація інновацій : монографія. Розділ 3. Маркетингові та логістичні аспекти комерціалізації інноваційної продукції / за ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка, д.е.н., доц. О. А. Біловодської. Суми : Триторія, 2020. С. 122–138 (264 с.). (заг. обсяг – 16,5 друк. арк.; особиста частка автора □ 1,2 друк. арк.).

- 4. Kasian Y. Serhii, Dziuba Radosław. Logistyka dystrybucji i koordynacja działalności marketingowej przedsiębiorstw Polski i Ukrainy na rynkach energetycznych. Розділ 1. Управління енергозберігаючими технологіями в Україні та світі: методологія та практика: Колективна монографія / за заг. ред. д-ра фіз.-мат. наук, професора С. О. Смирнова. Дніпро : ДНУ імені Олеся Гончара, ТОВ «Акцент ПП», 2017. С. 7–22 (196 с.) (заг. обсяг 12,5 друк. арк.; особистий внесок автора: проведення опису комунікаційних аспектів формування конкурентних переваг підприємств з впровадження енергозберігаючих технологій; обґрунтування моделі просування концепцій дематеріалізації, енергоощадності та екологічності підприємств ▫ 1,12 друк. арк.).
- 5. Kasian S. Ya. Complex of Integrated Marketing Communications of Enterprises which Explain Economical Energy and Logistic Interaction. Розділ 4. Інтеграція освіти, науки і бізнесу на шляху до підвищення фінансово-економічної безпеки. Інтеграція освіти, науки та бізнесу: Монографія. Том 5 / за ред. д.е.н., професора А. В. Череп. Запоріжжя : ДВНЗ «Запорізький національний університет», 2017. С. 240–253 (396 с.) (заг. обсяг – 24,76 друк. арк.; особиста частка автора ▫ 0,92 друк. арк.).
- 6. Касян С. Я. Розділ 1. Логістичний сервіс і маркетингове просування енергетичних та інформаційних потоків в Україні / Касян С. Я., Смирнов С. О., Накашидзе Л. В., Гільорме Т. В. Маркетингове просування енергозберігаючих технологій використання альтернативних джерел енергії в Україні: Монографія. Дніпро : ДНУ імені Олеся Гончара, ПП «Ліра ЛТД», 2015. С. 13–52. (246 с.). (заг. обсяг – 15,61 друк. арк.; особистий внесок автора: розкриття маркетингового логістичного розподілу та маркетингових комунікацій на ринках енергозберігаючих технологій; визначення логістичного сервісу та комунікаційних детермінант конкурентної взаємодії на ринках енергозберігаючих технологій; обґрунтування логістичної дистрибуції у процесі взаємодії енергетичних потоків – С. 6–53; 140-145; 3,42 друк. арк.).
- 7. Kasian Sergii. Organization of marketing communications and electric power industry in economy of knowledge. Editors: Niki Drelukiewicz, Anna Memepel–Snieżyk, Aneta Sokół, Andrzej Sołoma: Market in the modern economy (management – processes). Slovak republic, Bratislava : Kartprint publishing, 2014. P. 65–72. (заг. обсяг – 18,4 друк. арк.; особиста частка автора ▫ 0,95 друк. арк.).
- 8. Касян С. Я. Маркетингова взаємодія підприємств у площині глобальних інформаційних потоків. Вісник Національного університету «Львівська політехніка», Серія «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». 2012. №748. С. 160–166 (0,62 друк. арк.).
- 9. Касян С. Я. Інтерактивний маркетинг при формуванні потоків цінностей високотехнологічних підприємств. Вісник Дніпропетровського університету, серія: Економіка. 2013. т. 21, №4. Випуск 7(1). С. 80–86. URL: https://www.dnu.dp.ua/docs/visnik/fecon/program_56a3da6c0794c.pdf (0,48 друк. арк.).
- 10. Касян С. Я. Маркетингові комунікації у процесі формування конкурентних переваг підприємств. Економічний простір: зб. наук. праць. 2013. Вип. №77. С. 174–182 (0,52 друк. арк.).
- 11. Смирнов С. О., Касян С. Я. Інноваційна концепція Smart Grid у системі енергетичного менеджменту підприємств України. Вісник Дніпропетровського університету, серія: Економіка. 2013. т. 21, №4. Випуск 7(3). С. 133–141 (заг. обсяг ▫ 0,72 друк. арк.; особистий внесок автора: окреслення змістових складових застосування концепції Smart Grid на її впливу на збереження енергетичних ресурсів ▫ 0,41 друк. арк.)
- 12. Касян С. Я. Маркетинговий комунікаційний сервіс підприємств на високотехнологічних ринках. Економ. вісник НТУУ «КПІ» : зб. наук. праць. 2013. №10. С. 327–334 (0,74 друк. арк.). https://economy.kpi.ua/uk/node/547
- 13. Смирнов С. О., Касян С. Я. Маркетингове комунікаційне та логістичне забезпечення процесу енергозбереження в економіці України. Вісник Дніпропетровського університету, серія: Економіка. 2015. т. 23, №10/1. Випуск 9(2). С. 32–41. URL: https://www.dnu.dp.ua/docs/visnik/fecon/program_59b14d6001ec7.pdf (заг. обсяг ▫ 0,98 друк. арк.; особистий внесок автора: визначення зворотного впливу цінностей (енергоощадності, використання відновлювальних джерел енергії, екологічності) на формування комплексу маркетингових комунікацій та систем логістичного сервісу підприємств ▫ 0,62 друк. арк.).

- 14. Касян С. Я. Прогнозування маркетингової взаємодії підприємств: аспекти логістичного й комунікаційного забезпечення. Вісник Львівського університету. Серія економічна. 2016. Випуск №53. С. 245–253. URL: https://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/economics/issue/viewIssue/321/38 (0,62 друк. арк.).
- 15. Kasian S. Logistics of Recycling and the Procedure of Marketing Communication Explanation of Energy Saving with the Use of Alternative Energy Sources. Вісник Національного університету «Львівська політехніка», Серія: Логістика. 2016. №848. С. 175–185. (0,86 друк. арк.). Включено до Index Copernicus та Google Scholar.
- 16. Касян С. Я. Взаємодія е-логістики та маркетингових комунікацій високотехнологічних підприємств у площині дистрибуції цінностей до споживачів. Вісник НУ «Львівська політехніка», Серія: Логістика: Збірник наукових праць. Львів: Видав-во Львівської політехніки. 2017. №863. С. 68–76. (0,88 друк. арк.). Включено до Index Copernicus та Google Scholar.
- 17. Kasian Serhii. Marketing business communication and logistic providing modern policy of distribution the enterprises of Southeast Europe. Management and Education: Management, Marketing, Tourism. Academic Journal. Burgas, Bulgaria : Publishing Prof. Dr Assen Zlatarov University, 2017. Vol XIII (2). P. 23–29. URL: https://www.conference-burgas.com/maevolumes/vol13/b2_v13.pdf (0,69 друк. арк.).
- 18. Касян С. Я., Барсуков А. Г. Маркетингове забезпечення ефективного просування інноваційних електротехнічних розробок високотехнологічних підприємств. Економічний простір: Збірник наукових праць. 2017. №126. С. 178–191 (216 с.) URL: http://srd.pgasa.dp.ua:8080/bitstream/123456789/699/1/Kasian.pdf (заг. обсяг □ 0,92 друк. арк.; особистий внесок автора: визначення інтеграції складових маркетингового просування інноваційних розробок з електротехнічного обладнання на ринку B2B; послідовності ефективного просування інноваційної електротехнічної продукції на ринку B2B 0,58 друк. арк.). Включено до Index Copernicus та Google Scholar.
- 19. Касян С. Я. Міжнародна маркетингова комунікаційна та логістична інтеграція високотехнологічних підприємств. Економічний Вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». 2018. №15. С. 308–319 (637 с.). URL: http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/139967/137026 (0,92 друк. арк.). Включено до Index Copernicus та Google Scholar.
- 20. Касян С. Я. Маркетингові інноваційні комунікаційні складові функціонування міжнародних логістичних систем. Вісник Дніпровського університету. Серія: Світове господарство та міжнародні економічні відносини. ДНУ ім. О. Гончара. 2018. Том 26. Випуск 10. С. 28–40. DOI 10.15421/181803. (0,92 друк. арк.). Включено до Index Copernicus та Google Scholar.
- 21. Касян С. Я., Катранжи Г. В. Формування маркетингових стратегій автомобілебудівних підприємств при виведенні на цільові ринки нової продукції. Економічний простір: Збірник наукових праць. 2018. №136. С. 170–180 (216 с.). URL: http://surl.li/enobd , DOI 10.30838/P.ES.2224.290818.162.218 (заг. обсяг □ 0,76 друк. арк.; особистий внесок автора: визначення застосування маркетингової стратегії просування товару за елементами маркетингового комплексу на вітчизняних автозаводах; стратегічної матриці Ігоря Ансоффа щодо автомобілебудівного підприємства □ 0, 43 друк. арк.). Включено до Index Copernicus та Google Scholar.
- 22. Касян С. Я. Маркетинговий розподіл інноваційної продукції високотехнологічних підприємств на основі віртуального забезпечення та екологістики. Економічний вісник НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського». 2019. №16. С. 326–339. URL: http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/182736/182661 DOI: https://doi.org/10.20535/2307-5651.16.2019.182736 (0,78 друк. арк.). Включено до Index Copernicus та Google Scholar.
- 23. Krykavskyy Ye. V., Kasian S. Ya. Komunikacje marketingowe a integracja serwisu logistycznego przedsiębiorstw w sferze zaoszczędzania potoków energetycznych. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2019. №2 (18). С. 57–65 (141 с.). (заг. обсяг □ 0,78 друк. арк.; особистий внесок автора: формування методичного підходу логістичної

координації і комунікаційної «зеленої» взаємодії підприємств, процедури маркетингового комунікаційного роз'яснення розуміння важливості енергозаощадження з використанням альтернативних джерел □ 0, 36 друк. арк.). Включено до Index Copernicus.

- 24. Касян С. Я., Юферова Д. О. Управління Інтернет-маркетинговими комунікаційними стратегіями високотехнологічних підприємств і стартап-проектів. Економічний простір: Збірник наукових праць. 2020. №161. С. 36–42 (154 с.). URL: http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/675/657 DOI: https://doi.org/10.32782/2224-6282/161-6 (заг. обсяг □ 0,64 друк. арк.; особистий внесок автора: виокремлення цільової аудиторії та її певних секторів; маркетингової комунікаційної стратегії підприємства «проштовхування»; обчислення коефіцієнту пертинентності, як оцінки правильності вибору маркетингових комунікацій □ 0,46 друк. арк.). Включено до Index Copernicus та Google Scholar.
- 25. Kasian Serhii, Bunyak Vasyl, Moryak Tetyana. The Marketing Strategic Planning of Alternative Energy Flows and Logistic Enterprise Activity. Scientific Journal of Bielsko-Biala School of Finance and Law, Poland (ASEJ). 2021. Vol. 25 No. 1. P. 42-47. URL: https://asej.eu/index.php/asej/article/view/572/507 (заг. обсяг □ 0,63 друк. арк.; особистий внесок автора: розкриття в аналізі потреб цільової аудиторії інноваційної діяльності національної авіакомпанії «Антонов Ейрлайнз»; маркетингової комунікаційної діяльності ТОВ «Дніпровський олійноекстракційний завод» □ 0,42 друк. арк.). Включено до Index Copernicus та Google Scholar.
- 26. Касян С. Я. Маркетингове стратегічне планування, ціноутворення, маркетинг подій у сфері енергозбереження на високотехнологічних підприємствах. Вісник Хмельницького національного університету. 2021. №5. Том 1. С. 298–303 (310 с.) URL: https://heraldes.khmnu.edu.ua/index.php/heraldes/article/view/1568/1602 (0,48 друк. арк.) Включено до Index Copernicus та Google Scholar.
- 27. Parkhomets Mykola, Pochynok Nataliia, Uniiat Liudmyla, Matviy Igor, Sybyrka Liudmyla, Kasian Serhii. Business process: modelling based on logistics and management concepts. Studies of Applied Economics. University of Almeria, Spain 2021. Nr 3. Vol. 39. URL: http://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/4523. Journal Indexed in: Emerging Sources Citation Index, Scopus, EconLit, RePec, Isoc, Latindex, Dialnet, Redalyc. DOI: http://dx.doi.org/10.25115/eea.v39i3.4523 (заг. обсяг □ 0,75 друк. арк.; особистий внесок автора: визначення впливу на формування маркетингової логістичної моделі, концепції оптимізації транспортних витрат та витрат на управління запасами з точки зору виробничої та економічної ефективності; логістичних витрат як у розрізі їхніх джерел, так і в рамках загальних логістичних процесів □ 0,38 друк. арк.). Включено до Scopus.
- 28. Serniak Iryna, Serniak Oleh, Mykhailyshyn Liliia, Skrynkovskyy Ruslan, Kasian Serhii. Evaluation of the level of the usage of social instruments for human resource management: example of agro-processing enterprises of Ukraine. Agricultural and Resource Economics. International Scientific E-Journal. 2021. Vol. 7. No. 4. Pp. 82–99. Indexed in Emerging sources citation (Web of Science). URL: https://are-journal.com/are/article/view/479/313, https://doi.org/10.51599/are.2021.07.04.05. (заг. обсяг □ 1,06 друк. арк.; особистий внесок автора: визначення соціальних комунікаційних інструментів залучення працівників до управління підприємством, налагодження ефективного соціального партнерства □ 0,41 друк. арк.). Включено до Web of Science.
- 29. Kasian Serhii Ya., Dziuba Radoslaw, Makukha Yu. M. Internet marketing support for product promotion in the digital information space. Економічний вісник ДВНЗ УДХТУ, 2021, №1(13). URL: http:// https://ek-visnik.dp.ua/wp-content/uploads/pdf/2021-1/Kasian.pdf. P. 169–175. DOI: 10.32434/2415-3974-2021-13-1-169-175 (заг. обсяг □ 0,79 друк. арк.; особистий внесок автора: окреслення споживчоорієнтованих детермінант поведінки суспільновідповідального підприємства у контексті запровадження концепції сталого розвитку, що відображає омніканальні збутові стратегії □ 0,41 друк. арк.). Включено до Index Copernicus та Google Scholar.

- 30. Касян С. Я. Просування екологічних, енергозберігаючих інновацій високотехнологічних підприємств у системі холістичного цифрового маркетингу. Економічний вісник НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського». 2021. №19. С. 107-114 URL: http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/237535 DOI: https://doi.org/10.20535/2307-5651.19.2021.237535 (0,82 друк. арк.). Включено до Index Copernicus та Google Scholar.
- 31. Касян Сергій, Юферова Дар'я, Сапінскі Александр. Маркетингові комунікаційні стратегії підприємств у системі розширення потоків маркетингових цінностей. Вісник Львівського університету. Серія економічна. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2020. Випуск №58. С. 197–208. URL: http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/economics/article/view/11229 DOI: http://dx.doi.org/10.30970/ves.2020.58.0.5818 (заг. обсяг □ 0,78 друк. арк.; особистий внесок автора: визначення активної комунікаційної стратегії, особливостей енергоощадної поведінки сучасного свідомого споживача, методик підвищення інформаційного й емоційного наповнення маркетингових комунікацій підприємств □ 0,36 друк. арк.). Включено до Index Copernicus та Google Scholar.
- 32. Касян С. Я., Пілова К. П., Макуха Ю. М. Міжнародне планування маркетингової стратегічної діяльності компанії: інформаційні технології просування бренду. Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2022. №3. С. 54–67. URL: https://ev.nmu.org.ua/index.php/uk/archive/14-catuk?arh_article=1444 (заг. обсяг □ 0,82 друк. арк.; особистий внесок автора: визначення застосування маркетингових методів просування продукції на споживчому та промисловому ринках за їхньою пріоритетністю, архітектури глобального бренду мастильних матеріалів Mobil □ 0,44 друк. арк.). Включено до Index Copernicus та Google Scholar.
- 33. Kasian Serhii, Sapiński Aleksander, Petukhov Vladyslav. International marketing pricing, communications, company logistics within the framework of sustainable development. Visnyk of the Lviv University. Series Economics. 2022. Issue 63. P. 133–143. URL: http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/economics/issue/view/539 DOI: http://dx.doi.org/10.30970/ves.2022.63.0.6311 (заг. обсяг □ 0,74 друк. арк.; особистий внесок автора: формулювання практичних рекомендацій щодо організації маркетингових комунікацій у каналах дистрибуції компанії, особливостей стратегічної маркетингової діяльності ТОВ «Євромікс» на ринку B2B □ 0,46 друк. арк.). Включено до Index Copernicus та Google Scholar.
- 34. Bezuhla L., Koshkalda I., Perevozova I., Kasian S., Hrechanyk N. Marketing Management of the Regional Ecotourism Infrastructure. International Journal of Industrial Engineering & Production Research. IJIEPR. Iran University of Science and Technology. March 2022; Vol. 33 No.1: P. 129-139. URL: https://web.archive.org/web/20251108003941/https://ijiepr.iust.ac.ir/browse.php?mag_id=70&slc_lang=en&sid= Scopus. DOI: 10.22068/ijiepr.33.1.3 (заг. обсяг □ 0,86 друк. арк.; особистий внесок автора: окреслення комунікаційних важелей формування енергоощадно спрямованого маркетингового менеджменту підприємства, методичних підходів до генерування маркетингової цінності на регіональних ринках □ 0,31 друк. арк.) Включено до Scopus.
- 35. Kasian Serhii. Eurointegration, marketing communication and virtual logistic in Ukrainian and Polish enterprises. Przegląd Europejski / European Review. Poland. University of Warsaw. Issue: 2022 (1). P. 163-169. URL: https://przegladeuropejski.com.pl/article/158466/en DOI: 10.31338/1641-2478pe.1.22.3 (0,62 друк. арк.). Включено до Index Copernicus та Google Scholar.
- 36. Касян Сергій, Савенко Римма, Гавриленко Олексій. Взаємодія складових комплексу маркетингових комунікацій компанії у міжнародному цифровому середовищі. Вісник Львівського університету. Серія економічна. 2023. Випуск 64. С. 127–139. URL: http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/economics/issue/viewIssue/546/58 DOI: http://dx.doi.org/10.30970/ves.2023.64.0.6411 (заг. обсяг □ 0,76 друк. арк.; особистий внесок автора: аналізування маркетингової комунікаційної діяльності підприємства, основних каналів маркетингового просування кожного проєкту організації та їх ефективності у глобальних соціальних мережах □ 0,48 друк. арк.). Включено до Index Copernicus та Google Scholar.

- 37. Касян С. Я., Зозуля К. Є., Буняк В. Б. Аналіз маркетингової діяльності компанії KFC: аспекти сталого розвитку. Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2023. №4(84). С. 113-121. URL: https://ev.nmu.org.ua/docs/2023/EV20234.pdf, DOI: https://doi.org/10.33271/ebdut/84.113 (заг. обсяг □ 0,78 друк. арк.; особистий внесок автора: висвітлення методичних складових аналізу маркетингової діяльності компанії KFC з урахуванням аспектів сталого розвитку, використання парових печей задля зменшення споживання електроенергії □ 0,32 друк. арк.). Включено до Index Copernicus та Google Scholar.
- 38. Касян С. Я., Шебанов О. Б., Цюпа Г. О. Маркетинг сталого розвитку під час виведення нового товару на ринок. Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2024. №2 (86). С. 140-148. https://doi.org/10.33271/ebdut/86.140 (заг. обсяг – 0,72 друк. арк.; особистий внесок автора: визначення, що зростання свідомості щодо екології та сталого розвитку може стимулювати попит на екологічно чисті продукти, маркетинг сталого розвитку полягає у формуванні гетерогенного попиту на засадах дотримання сталості та дбання про довкілля □ 0,41 друк. арк.). Включено до Index Copernicus та Google Scholar.
- 39. Касян С. Я., Шаповал Д. Є. Інтеграція сталого розвитку в сучасні стратегії менеджменту для онлайн-просування товарів. Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2025. №3(91). С. 57-66. URL: https://ev.nmu.org.ua/index.php/uk/archive?arh_article=1697 , DOI: https://ev.nmu.org.ua/docs/2025/3/EV20253_057-066.pdf (заг. обсяг □ 0,8 друк. арк.; особистий внесок автора: аналізування прикладів успішних випадків, коли екологічні та соціальні ініціативи позитивно впливали на імідж бренду; у площині управління сталим розвитком компанії Patagonia – 0,51 друк. арк.). Включено до Index Copernicus та Google Scholar

Наукова (науково-технічна) продукція:

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації: Впроваджено

Зв'язок з науковими темами: 0117U000821 0120U102049 0120U102049

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Федорченко Андрій Васильович

2. Andrii Fedorchenko

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-5133-1908

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Код за ЄДРПОУ: 02070884

Місцезнаходження: просп. Берестейський (Перемоги), Київ, 03680, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Савченко Тетяна Вікторівна
2. Tetiana Savchenko

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.05

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-7990-1570

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Одеський національний технологічний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071062

Місцезнаходження: вул. Канатна, Одеса, 65039, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Данько Юрій Іванович
2. Yuriy Danko

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-9847-1593

Додаткова інформація: https://scholar.google.com.ua/citations?user=h3i_MMYAAAAJ&hl

Повне найменування юридичної особи: Сумський національний аграрний університет

Код за ЄДРПОУ: 04718013

Місцезнаходження: вул. Герасима Кондратьєва, Суми, Сумський р-н., 40021, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Рецензенти

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради Лагодієнко Володимир Вікторович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні	Лагодієнко Володимир Вікторович
Відповідальний за підготовку облікових документів	Крупіца І.В.
Реєстратор	Юрченко Тетяна Анатоліївна
Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності	Юрченко Тетяна Анатоліївна