Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0525U000076

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 19-02-2025

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Лісун Яніна Вікторівна

2. Yanina V. Lisun

Кваліфікація: к.е.н., доц., 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-003-0823-7283

Вид дисертації: доктор наук

Аспірантура/Докторантура: так

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: 06-03-2025

Спеціальність за освітою: Економіка підприємства, журналістика

Місце роботи здобувача: Державний торговельно-економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 44470624

Місцезнаходження: вул. Кіото, буд. 19, Київ, 02156, 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): Д26.055.01

Повне найменування юридичної особи: Державний торговельно-економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 44470624

Місцезнаходження: вул. Кіото, буд. 19, Київ, 02156, 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: Державний торговельно-економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 44470624

Місцезнаходження: вул. Кіото, буд. 19, Київ, 02156, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 06.39.41, 06.52.17

Тема дисертації:

1. Соціальний медіа маркетинг на ринку освітніх послуг

2. Social media marketing in the educational services market

Реферат:

1. У дисертації досліджено теоретико-методологічні засади та методичні підходи до формування соціального медіамаркетингу на ринку освітніх послуг в умовах цифровізації. Досліджено теоретичну базу термінів «освіта», «освітня послуга», «освітній продукт», «медіа»; «медіапродукт». Досліджено поняття «ринок освітніх послуг», його класифікаційні ознаки, особливості ринку освітніх послуг. Визначено місце соціального медіамаркетингу на ринку освітніх послуг в умовах цифрової трансформації як глобалізаційного явища. Узагальнено еволюційний ландшафт цифрового маркетингу та соціального медіамаркетингу, властивості соціальних мереж, їх переваги та недоліки. Обґрунтовано використання екосистемного підходу при здійсненні маркетингу у соціальних медіа провайдерів освітніх послуг. Обгрунтовано, що основними складовими, що формують сутність екосистеми соціального медіамаркетингу є: цілісна стратегія, цільова аудиторія, платформи та інструменти, контент, взаємодія та комунікація, аналітика та оптимізація, інтеграція з іншими каналами. Проведено моніторинг вітчизняного та європейського простору освіти, більш детально досліджено сегмент вищої освіти Польщі та Німеччини. Розглянуто цифрову освіту як складову глобального

ринку освітніх послуг. Проаналізовано цифровий медіапростір як середовище функціонування системи освіти. Визначено відмінності у використанні соціальних мереж, залежно від країни. Сформовано методологічний базис соціального медіамаркетингу на ринку освітніх послуг. Конкретизовано мікро- та макрофактори, що визначають популярність інституційних сторінок ЗВО у соціальних мережах. З використанням функції Харінгтона проведено діагностику відповідності кількості підписників ЗВО України, Польщі та Німеччини середньому в світі значенню за такими соціальними мережами, як: Facebook, Instagram та Twitter. Розроблено науково-методичний інструментарій оцінювання рівня зрілості екосистеми соціальних медіа провайдерів освітніх послуг та здійснення у ній маркетингу з використанням інструментів вебаналітики, аналітики соціальних мереж за групами показників вебсайту, соціальних мереж та цифрових маркетингових каналів та матриці важливість/активність. Узагальнено особливості цифрової поведінки на ринку B2C, B2B, B2G, обґрунтовано факторні детермінанти вибору освітнього бренду, досліджено збалансованість цифрових маркетингових каналів провайдерів освітніх послуг з використанням інструментів вебаналітики та проаналізовано кросбраузерну поведінку провайдерів освітніх послуг. Проведено стратегічне сегментування для гібридних бізнес-моделей в освіті за ознаками темпи зростання ринку/частка ринку, що дозволило визначити основні освітні продукти та активності. Досліджено позиціонування та факторні детермінанти вибору освітнього бренда, формування його вартості. Запропоновано рекомендації щодо покращення контент-маркетингу та цифрової поведінки цільової аудиторії провайдерів освітніх послуг з використанням теорії поколінь. Обґрунтовано доцільність використання матриці контенту за критеріями; емоційність, раціональність, обізнаність, покупка та матриці контенту за критеріями: рівень уваги, доступність впровадження. Проведено SEO-моніторинг та розроблено протоколи удосконалення інституційних вебсайтів провайдерів освітніх послуг як складової екосистеми соціального медіамаркетингу. Запропоновано механізм розробки та впровадження стратегії соціального медіамаркетингу провайдерів освітніх послуг. Розроблено методологічні підходи до формування стратегії соціального медіамаркетингу як нормативного документа провайдера освітніх послуг.

2. The dissertation examines the theoretical and methodological principles and methodological approaches to the formation of social media marketing in the educational services market in the conditions of digitalization. The theoretical basis of the terms «education», «educational service», «educational product», «media»; «media product» is studied. The concept of «educational services market», its classification features, features of the educational services market are studied. The place of social media marketing in the educational services market in the conditions of digital transformation as a globalization phenomenon is studied. The evolutionary landscape of digital marketing and social media marketing, the properties of social networks, their advantages and disadvantages are summarized. The use of an ecosystem approach in implementing marketing in social media by an educational service provider is substantiated. It is substantiated that the main components that form the essence of the social media marketing ecosystem are: a holistic strategy, target audience, platforms and tools, content, interaction and communication, analytics and optimization, integration with other channels. The domestic and European education space is monitored, the higher education segment of Poland and Germany is studied in more detail. Digital education is studied as a component of the global market of educational services. The digital media space is analyzed as an environment for the functioning of the education system. Differences in the use of social networks are determined, depending on the country. The methodological basis of social media marketing in the educational services market is formed. Micro- and macro-factors that determine the popularity of institutional pages of higher education institutions in social networks are specified. Using the Harrington function, a diagnosis was made of the correspondence of the number of subscribers of higher education institutions of Ukraine, Poland and Germany to the world average value for such social networks as: Facebook, Instagram and Twitter. A scientific and methodological toolkit was developed for assessing the maturity level of the social media ecosystem of educational service providers and implementing marketing in it using web analytics tools by groups of website indicators, social networks and digital marketing channels and the importance/activity matrix. The features of digital behavior in the B2C, B2B, B2G market were summarized, the factor determinants of the choice of an educational brand were substantiated, the balance of digital marketing channels of educational

service providers was investigated using web analytics tools and the cross-browser behavior of educational service providers was analyzed. Strategic segmentation was carried out for hybrid business models in education based on market growth rates/market share, which allowed determining the main educational products and activities. The positioning and factor determinants of the choice of an educational brand, the formation of its value are studied. Recommendations are proposed for improving content marketing and digital behavior of the target audience of educational service providers using the theory of generations. The feasibility of using a content matrix according to the criteria; emotionality, rationality, awareness, purchase and content matrices according to the criteria: level of attention, accessibility of implementation is substantiated. SEO–monitoring is carried out and protocols for improving institutional websites as a component of the social media marketing ecosystem are developed. A mechanism for developing and implementing a social media marketing strategy for educational service providers is proposed. Methodological approaches to forming a social media marketing strategy as a regulatory document for an educational service provider are developed.

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: Не застосовується

Підсумки дослідження: Теоретичне узагальнення і вирішення важливої наукової проблеми

Публікації:

- Лісун Я. В. Цифровий маркетинг освітніх послуг : монографія / Я.В. Лісун. – Київ : Держ. торг.-екон.ун-т, 2024. 468 с. (19,5 д.а.) ISBN 978-966-918-144-2. DOI: 10.31617/m.knute.2024-221
- Lisun Y. Development of a digital marketing strategy as a regulatory document of the educational institution у міжнародній монографії «Scientific thought development: Economics, Management and Marketing, History, Art History and Culture, Medicine, Biology and Ecology. Monographic series «European Science». ScientificWorld-NetAkhatAV. Lußstr. 13. 76227 Karlsruhe, Germany, Book 31. Part 4. 2024. 188 p. Pages 30-49. DOI: 10.30890/2709-2313.2024-31-04
- Лісун Я. В. Зв'язки з громадкістю як складова діяльності ЗВО під час війни та патріотична реклама в суспільстві – С. 135-156 / Україна в умовах російської агресії: виклики та відповіді : монографія / [І. В. Букреєва, І. Г. Верховцева, В. В. Гулай та ін.] ; Аналіт. центр сучас. гуманітаристики. – Харків : Право, 2024. – 186 с. С.135–156 – DOI: https://doi.org/10.31359/9786178518240. ISBN 978-617-8518-24-0
- Лісун Я.В. Типологізація споживачів медіа: використання кластерного аналізу / Медіаланшафт : наук.-практ. вид. / Д.С. Файвішенко, Держ. торг.-екон.ун-т, 2023. 320 с. С. 32-58
- Lisun Y. Harmonization of the individual and society as a basis for raising national security and quality of life. Person, Family, and Society: Interdisciplinary Approach to the Harmonization of Interests. Monograph. Opole, Poland: The Academy of Management and Administration in Opole. Poland, 2016. 380 p. Pages 239–246. ISBN 978-83-62683-89-5
- Лісун Я. В. Partnerships activation at cluster approach as mechanism of regional business development in Ukraine. Spatial aspects of socio-economic systems development: the economy, education, and health care. Monograph. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, Poland, 2015. 300 p. Pages 76–82. ISBN 978-83-62683-63-5
- Лісун Я. В. Інноваційно-інвестиційний аспект формування фінансово-економічної безпеки підприємств на основі партнерства. Інвестиційно-інноваційні аспекти економічної безпеки на різних ієрархічних рівнях національної економіки : монографія / за ред. проф. В.В. Лойко. – К.: КНУТД, 2015. 212 с. С. 87–98. ISBN 978-966-7972-52-3

- Лісун Я. В. Трудовий потенціал: теоретичні аспекти та особливості формування на мікро та макрорівнях / Управління персоналом і економіка праці: теорія та практика: колективна монографія / за заг. ред.. д.е.н., проф.. Драган О. І. – Київ: ВД «Вініченко», 2014. 298 с. С. 186–209. ISBN 978-966-2622-17-11
- Губарєв С. В. Лісун Я. В., Ловя'к О.О., Мотиль В.І. Адміністративно-правовий захист прав інтелектуальної власності в Україні (Лісун Я.В. – Притягнення до адміністративної відповідальності за порушення прав інтелектуальної власності С. 90–113.). Навчальний посібник за ред. Губарєва С.В., Лов'яка О.О. – К., ФОП «Кандиба» Т.П.– 2019. 138 с.
- Лісун Я. В. Оцінка використання соціальних мереж як каналу комунікацій у сфері вищої освіти: досвід України та світу. Вісник Одеського національного університету імені І.І. Мечнікова, 2024. Том 29. Вип. 3(101). С. 61-68. DOI: 10.32782/2304-0920/3-101-10
- Лісун Я. В. Контент-маркетинг та цифрові канали комунікацій у сфері вищої освіти. Економіка та суспільство, 2024. № 66. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-66-28
- Лісун Я. В. Діагностика цифрової поведінки аудиторії веб сайтів ЗВО Європи з використанням теорії маркетингу поколінь. Вісник Хмельницького національного університету, 2024, № 5. С. 174–182. DOI: 10.31891/2307-5740-2024-334-23
- Лісун Я. В. Використання вебаналітики у цифровому маркетингу закладів вищої освіти. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки», 2024. № 6. DOI:10.25313/2520-2294-2024-6-10070
- Лісун Я. В. Блогінг у сфері вищої освіти: теоретичний та практичний досвід провідних ЗВО Європи. Економічний вісник Дніпровської політехніки., 2024. №. С. 89–100/ DOI:10.33271/ebdut/87.
- Лісун Я. В. Цифровий маркетинг і брендинг вищої освіти в Україні та провідних країнах Європи. Економіка та управління бізнесом, 2023. Том 14. №3. С. 84–101. DOI: 10.31548/economics14(3).2023.073
- Герасимчук Н.А., Лісун Я.В., Гаєвська М.А. Просування комунікаційної агенції у соціальних мережах. Актуальні проблеми економіки. 2023. №3 (261). С. 75–86. DOI: 10.32752/1993-6788-2023-1-261-75-86
- Лісун Я. В. Економічні тренди функціонування системи вищої освіти: досвід України та Польщі. Актуальні проблеми економіки. 2023. №2 (260). С. 54–68. DOI: 10.32752/1993-6788-2023-1-260-54-68
- Лісун Я. В. Механізм стратегічного розвитку франчайзингового бренду (Strategic development mechanism of the franchising brand) [Текст]. Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль. Видавничо-поліграфічний центр Терноп. нац. екон. ун-ту «Економічна думка». 2018. № 1. С. 249–257. DOI: 10.35774/econa2018.01.249
- Lisun Y. Investigation of relationship marketing in the franchising activity of trade companies. Technology audit and production reserves, 2017. № 5/4 (37). Pages 13–19. DOI: 10.15587/2312-8372.2017.113283
- Лісун Я. В., Губарєв С. В. Моніторинг адміністративних правопорушень в підприємницькій діяльності: статистичний аспект. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Право» – Ужгород, 2016. № 41. С. 45–49
- Гончаренко І. М., Лісун Я. В. Академічне підприємництво: можливості розвитку інноваційних проектів в університетах. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія «Економічні науки». Спецвипуск : Ефективність організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку вищої освіти України, 2016. С. 289–297.
- Лісун Я. В. Розвиток інвестиційного партнерства як дієвого механізму соціально-економічних перетворень. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія економічні науки, 2016. № 4 (101). С. 14–22 https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/2506/1/
- Лісун Я. В., Дудко П. М. Стан та перспективи розвитку регіональної системи підприємництва в сфері вищої освіти. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія : Економічні науки. 2016. № 3. С. 67–74. https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/2115/1/
- Лісун Я. В. Теоретичні аспекти формування взаємовідносин у концепціях маркетингу. Вісник Одеського національного університету імені І.І. Мечнікова, 2015. Т. 20, Випуск 2/1. С. 70–74. http://fs.onu.edu.ua/clients/client11/web11/pdf/vist_onu/ecoT20V2P1.pdf

- Лісун Я. В. Моніторинг соціальної відповідальності бізнесу як основа сталого розвитку економіки. Науковий журнал «Науковий вісник Полісся». – Чернігів : ЧНТУ, 2015. № 1 (1). С. 22–28. . ISBN 2410-9576 http://journals.uran.ua/nvp_chntu/article/view/47464
- Лісун Я. В. Трансфер технологій як інноваційно-інтеграційна складова взаємодії держави, бізнесу, науки та освіти. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія «Економічні науки», 2015. № 5 (91). С. 23–33. https://er.knutd.edu.ua/bitstream/
- Лісун Я. В., Рудий А. В. Стратегічне управління конкурентним потенціалом підприємства на засадах управління якістю. Вісник Хмельницького національного університету, 2015. Том 2. № 2. С. 305–309. http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi- PDF/Vchnu_ekon_2015_2(2)__72.pdf
- Лісун Я. В. Узгодження соціально-економічних інтересів підприємств на основі рефлексивного підходу. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, 2015. Том 3., № 4. С. 27–31. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/1299
- Лісун Я. В. Формування механізму державно-приватного партнерства як інструменту стабілізації і розвитку України. Вісник Донецького національного університету. Серія В. Економіка і право. 2015. №1. С. 208–213. http://jvestnik-c.donnu.edu.ua/article/view/306/317
- Лісун Я.В. Статистичний аналіз франчайзингу сфери громадського харчування та торгівлі в Україні. Економічний аналіз : зб. Наук. Праць. Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В.А. Дерій (голов. ред.) та ін. Тернопіль : Видавчничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2015. Том 20. С. 45–52. https://www.econa.org.ua/index.php/econa/
- Лісун Я. В. Архипюк С. С. Організація процесу енергозбереження у вищих навчальних закладах на основі використання сучасних форм взаємодії. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну, 2014. № 5 (79). С. 21–25. https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/872/1/V79_
- Лісун Я. В., Міх О.М. Формування системи управління змінами на підприємстві як чинник стратегічного партнерства. Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Серія економіка і менеджмент. Одеса, 2015. Випуск 12. С. 97–101 http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2015/12-2015/12-2015.pdf#page=97
- Лісун Я.В., Пархоменко Т.В. Організаційно-економічний механізм управління іміджем персоналу підприємств сфери послуг в конкурентних умовах. Вісник Одеського національного університету імені І.І. Мечникова, 2014. № 19 (1/1). С. 187–190. http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuvPDF/Vonu_econ_2014_19_1(1)__52.pdf
- Лісун Я.В. Механізм формування соціальної відповідальності в середовищі вищої освіти. Вісник КНУТД. Тематичний випуск. Ефективність організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку вищої освіти України. 2014. № 1 (2). С. 222–230.
- Лісун Я. В. Теоретико-методологічні засади формування збалансованого стратегічного потенціалу партнерської взаємодії підприємств сфери послуг. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2014. Випуск 6. Частина 3. С. 12– 15. http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_06/economic_06_3.pdf
- Лісун Я.В. Особливості консалтингової діяльності в Україні. Економіка ринкових відносин, 2013. № 11. С. 270–277. https://knutd.edu.ua/publications/pdf/Ukrainian_editions/statja_lisun_4.pdf
- Лісун Я.В. Формування логістичного забезпечення бізнес-процесів підприємств сфери послуг. Науковий журнал «Логістика: теорія та практика» Луцького національного технічного університету. 2012. № 1 (2). С. 101–109. https://knutd.edu.ua/publications/pdf/ f
- Гайдей О. О., Лісун Я. В. Механізм управління стратегічними змінами як інструмент капіталізації підприємницької діяльності (світова практика). Міжнародна економічна політика. Науковий журнал КНЕУ ім. Вадима Гетьмана. Спецвипуск 2012. Частина 1. С. 472–479. https://knutd.edu.ua/publications/pdf/Ukrainian_editions/statja_lisun_2.pdf

- Menelaos Apostolou, Mark Sullman,·Agata Błachnio,·Ondřej Buríšek, · Ekaterina Bushina, ·Fran Calvo, William Costello, ·Mai Helmy, Tetiana Hill, Maria Galatiani Karageorgiou, Yanina Lisun, Denisse Manrique Millones, Oscar Manrique Pino, Yohsuke, Aneta Przepiórka, Orestis Cleanthous Saar, Burcu Tekeş,· Andrew G. Thomas, Yan Wang, Sílvia Font Mayolas, Emotional Wellbeing and Life Satisfaction of Singles and Mated People Across 12 Nations Evolutionary Psychological Science. October 2024. DOI: 10.1007/s40806-024-00416-0
- Apostolu M., Sullman M.J.M., Ayers J.D., Chorbani A., Blachnio A., Choubisa R., Gaderlab H.F., Hill T., Kamble V.S., Lisun Y., Millones D.L.M., Millones R., Ohtsubo Y., Przepiorka A., Cruz G.V., Wang Y., Watanabe Y., Ghorbani A. Why people make friends: Evidence from 12 nations. Personality and Individual Differences, 2024, 229, 112774 DOI: 10.1016/j.paid.2024.112774
- Lisun Y., Semenova L., Kudyrko O., Kovalchuk S., Semchuk D. The Role of Social Networks in Shaping Consumer Trends and Developing the Advertising Industry. Economic Affairs(New Delhi), Vol. 69 (Special Issue), Pages 01-10, February 2024 DOI: 10.46852/0424-2513.1.2024.2
- Apostolou, M., Sullman, M., Birk_as, B., Błachnio, A., Bushina, E., Calvo, F., Costello, W., Dujlovic, T., Hill, T., Lisun, Y., Manrique-Millones, D., Manrique-Pino, O., Mesk_o, N., Nechtelberger, M., Ohtsubo, Y., Ollhoff, C. K., Przepiorka, A., Putz, A, Tagliabue, M., Font-Mayolas, S. Strategies for becoming a more desirable mate: Evidence from 14 countries. September 2023. Personal Relationships, Pages 1–20. https://doi.org/10.1111/pere.12521
- Apostolou M., Sullman M., Birkás B., Błachnio A., Bushina E., Calvo F., William Costello W., Dujlovic T., Hill T., Lajunen T.J., Lisun Y., Manrique-Millones D., Manrique-Pino J., Meskó N., Nechtelberger M., Ohtsubo Y., Ollhoff C.K., Przepiórka A., Putz Á., Tagliabue M., Tekeş B., Thomas A., Valentova J.V., Varella M.A.C., Wang Y., Wright P., Font-Mayolas S. Mating Performance and Singlehood Across 14 Nations. Evolutionary Psychology, 2023. 21(1):147470492211501. DOI: 10.1177/14747049221150169
- Svyrydenko D., Radko V., Mordous I., Zadorozhna O., Apelt H., Lisun Y. Sustainable development of universities in the context of the Covid-19 pandemic. Financial and credit activity problems of theory and practice. July 2022. No. 3 (44). Pages 338–346. DOI: 10.55643/fcaptp.3.44.2022.3769
- Przepiórka A., Błachnio A., Sullman M., Gorbaniuk O., Siu NY-F, Hill T., Gras M-E., Kagialis A., Lisun Y., Díaz-Peñaloza M., Manrique-Millones D., Nikiforou M., Evtina G.S., Taylor J.E., Tekes B., Šeibokaite L., Wundersitz L., Calvo Fand Font-Mayolas S. Facebook Intrusion as a Mediator Between Positive Capital and General Distress: A Cross-Cultural Study. Frontiers in Psychiatry, 2021, 12, 667536. DOI: 10.3389/fpsyt.2021.667536
- Kyianytsia I., Lisun Y., Kyrylenko Y.; Semenova M.; Biskub I. Impact of digitalization on media sphere development. Journal of Interdisciplinary AD ALTA-Journal of Interdisciplinary Research, 2021. Pages 32–35. https://publons.com/wos-op/publon/51348724/
- Лісун Я.В., Хлістунова Н.В. Формування системи управління стратегічною гнучкістю підприємств. Актуальні проблеми економіки, 2015. № 8 (170). С. 170–177. Lisun, Y.; Khlistunova, N. Formation of enterprises' strategic flexibility management system. Actual Problems of Economics, 2015 http://www.scopus.com/inward/record.
- Lisun Y., Tarasenko I., Pochopień J. Economic and financial indicators of the higher education system: experience of Ukraine, Poland and Germany. Scientific Journal of Bielsko-Biala School of Finance and Law. Bielsko-Biała. 2023. 27(2). Pages 51–63 https://doi.org/10.19192/wsfip.sj2.2023.8
- Chukin I. Gerasymchuk N., Lisun Y. Trends of the advertising and communication market of Ukraine and promotion of the advertising agency brand in the social media. Humanities and Social Sciences. July-September 2022. No. 29(3). Pages 17–34. DOI: 10.7862/rz.2022.hss.16.
- Lisun Y. Analysis of the Brand Consultants Market at the United Arab Emirates and Ukraine indicators, peculiarities and trends. Global Research Review, January-March 2021.Vol. 1 No. 01. Pages 1–13. https://grrojs.clubforleaders.org/index.php/GRR/article/view/3/1
- Lisun Y. Leadership in Education and Social Media Marketing: Monitoring of Key Indicators, Scientific Journal of Bielsko-Biala School of Finance and Law. Bielsko-Biala, PL, 2021. 25(4). Pages 29–37. DOI: https://doi.org/10.19192/wsfip.sj4.2021.5

- Lisun, Y. Analysis of the social media marketing: business environment and modern trends in Poland and Ukraine. «Modern Management Review», 2020. Vol. 27 (4). Pages 51–69 DOI: 10.7862/rz.2020.mmr.28
- Lisun, Y., Kyianytsia, I. Competitive analysis of social media marketing of advertising agencies in Ukraine. «KELM (Knowledge, Education, Law, Management) December 2020. No. 8(44). Pages 74–80. DOI: 10.51647/kelm.2021.8.2.13
- Лісун Я. В. Цифрові додатки як сучасні інструменти менеджменту освіти. Глобальний світ і Україна: сучасні виклики та пошук відповідей. Всеукр. наук.-практ. конф. 16.07.2024 р. Харків, 2024. С. 13–20.
- Лісун Я. В. Світовий досвід використання соціальних мереж як каналу комунікацій закладів вищої освіти. Integration of Education, Science and Business in Modern Environment: Summer Debates. 6th International Scientific and Practical Internet Conference, (August 1-2, 2024. FOP Marenichenko V.V., Dnipro, Ukraine. Pages. 184–187.
- Лісун Я. В. Проєктне управління та технології соціальних медіа як основа цифрового університету. Журналістика та реклама: вектори взаємодії. VI Міжнар. наук.-практ. конф. 29.03.2024 р. Київ. Київ: Держ. торг.-екон. ун-т, 2024. С. 132–137.
- Лісун Я., Ущапівська А., Назарова М. Медійний вплив на формування гендерних нерівностей та труднощі, що постають перед жінками в сучасному суспільстві. Журналістика та реклама: вектори взаємодії. VI Міжнар. наук.-практ. конф. 29.03.2024 р., м. Київ: Держ. торг.-екон. ун-т, 2024. С. 213–216. DOI: 10.31617/k.knute.2023-03-29
- Шопперт Я., Шолом А. Лісун Я. Ефективність персоналізованої реклами в офлайн та онлайн середовищі Журналістика та реклама: вектори взаємодії VI Міжнар. наук.-практ. конф. 29.03.2024 р., м. Київ: Держ. торг.-екон. ун-т, 2024. С. 265–270. DOI: 10.31617/k.knute.2023-03-29
- Лісун Я. В., Закржевська Г. К. Особливості сучасної креативної реклами. «Innovative development of science, technology and education. 8 th International scientific and practical conference May 9–11, 2024. Vancouver. Canada. 2024. Pages 670–676. https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2024/05/
- Lisun Y., Sapiński A. Education as key element for sustainable development. Міжнар. наук.-практ. конф. Сталий розвиток економіки, суспільства та підприємництва 27-28 квітня 2023 р. Івано-Франк. нац. тех. ун-т нафти і газу, Інститут екон. та менеджм. С. 346–347. https://drive.google.com/file/d/1v36DbIQUrByFrzvYg61AooDw9FEmi_Fp/view ISBN 978-617-95283-3-0
- Osyka V., Lisun Y., Sapiński A. Trade entrepreneurship and global trade trends 2023. Підприємництво, торгівля, маркетинг: стратегії, технології та інновації. VI Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. 27.05.2023 р. Київ С. 17–18. https://knute.edu.ua/file/MzEyMQ
- Гоменюк L., Лісун Я. Битва на інформаційному фронті: як працює російська пропаганда в медіа. Журналістика та реклама: вектори взаємодії V Міжнар. наук.-практ. конф. 22.03.2023 р. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. С. 106–109. https://knute.edu.ua/file/MzEyMQ
- Іщенко А., Лісун Я. Гендерні стереотипи в рекламі. Журналістика та реклама: вектори взаємодії IV Міжнар. наук.-практ. конф. 16.03.2022 р. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2022. С. 95–100. https://knute.edu.ua/file/zEyMQ
- Лісун Я. В. Освіта в умовах неконтрольованих мультикриз 2019-2022 та пріоритети її сталого розвитку в Україні та світі. Ціннісно–орієнтований підхід в освіті і виклики євроінтеграції. III Всеукр. наук.-метод. конф., 18.06.2022 р. м. Суми, Сумськ. Держ. ун-т, 2022. С. 131–135.
- Лісун Я. В. Креативні технології та соціальні медіа // Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій. Всеукр. конф. 10.05.2022 р. Київ. КНУТД, 2022. С. 248–249.
- Лісун Я. В., Герасимчук Н. А. Міжнародний маркетинг на ринку освітніх послуг в умовах розвитку цифрових технологій. Актуальні проблеми маркетингового менеджменту. Виклики сьогодення IX Міжнар. наук.-практ. конф. здобувачів та молодих вчених, 21.10.2022 р. Луцьк. С.172–179. https://drive.google.com
- Лісун Я. В., Алданькова Г. В., Коноплянникова М. А. Фінансові індикатори функціонування системи освіти в Україні та Польщі Ukraine, Bulgaria, EU: Economic and Social Development Trends: VI International

Scientific and Practical Conference. 26.08.2022. Burgas. Bulgaria. Pages.138–142. https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u346/ukraine_bulgaria_eu_2022.pdf
- Лісун Я. В. Креативні технології та соціальні медіа. Всеукр. конф. «Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних та креативних індустрій» КНУТД. 10.05.2022 р. Київ. С. 47–49.
- Lisun Y. Personal brand of the high education system at the digital society era. II International Education Forum «Best Educational Practices: Ukraine, Europe, World», Association for Promotion of Education and Science Globalization SPACETIME, 24.01.2021. Kyiv. Pages. 139–145. https://dspace.nuph.edu.ua/bitstream/
- Кияниця Є.О., Лісун Я.В. Інтерсуб'єктивність соціальних мереж як платформа для сприйняття інформаційного та рекламного контенту користувачами інтернет-спільнот. International scientific conference «Journalism, advertising and PR: European development direction» 16–17.07.2021. Riga Pages. 32–36. DOI: 10.30525/978-9934-26-118-3-8
- Гоменюк Д. В., Лісун Я. В. Digital-маркетинг як основний інструмент просування цифрового контенту. Журналістика та реклама: вектори взаємодії. III Міжнар. наук.-практ. конф. 24.03.2021 р. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т. С. 106–109. http://doi.org/10.31617/k.knute.2021-03-24
- Lisun Y.V. E-commerce and social media marketing as modern aspects of economy in context of virtual reality. Сучасні тенденції розвитку економіки, фінансів та управління: нові можливості, проблеми, перспективи. Всеукр. наук.-практ. конф. з міжнар. участю. КУБГ. 10.11.2021 р. Київ., 2021. С 266–268. http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/45227/1/Zb.pdf
- Rjvalenko Y., Lisun Y. New and old media: differences and similarities. Журналістика та реклама: вектори взаємодії. II Міжнар. наук.-практ. конф. 19.03.2020 р. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. С. 39–44. ISBN 978-966-629-981-2
- Dubovyk T., Gamova I., Lisun Y. and Fayvishenko D. Marketing strategies of enterprises in Ukraine retail electronic commerce. Proceedings of the XVIII International Conference on e-Society 2020 (ES 2020). IADIS International Journal On Www/Internet, 02-04.04.2020. Vol. 18. Pages 59–66. DOI:10.33965/es2020_202005L008. URL:https://web.archive.org/web/
- Lisun Y, Dubovyk T., Savchuk A. Innovative marketing tools in the international market. – 2019. Pages. 62–70. http://immi.ath.bielsko.pl/wp-content/uploads/2019/07/IMMI_08_2019.pdf
- Лісун Я. В. Напрями кластеризації сучасних медіа. Журналістика та реклама: вектори взаємодії. Міжнар. наук.-практ. конф. 19.03.2019 р., Київ. Київ: Держ. торг.-екон. ун-т, 2019. С. 149–151.
- Лісун Я. В. Маркетинг інновацій в аспекті глобалізації споживачів. V Міжнародна науково-практична конференція студентів та молодих науковців «Актуальні проблеми маркетингового менеджменту в умовах інноваційного розвитку економіки» 30.03.2018 р. ІВВ Луцького НТУ, Луцьк, 2018. С. 72–74.
- Лісун Я. В. Брендинг територій: соціально-економічний аспект. Стратегії та політика розвитку територій: міжнародні, національні, регіональні та локальні виклики Міжнар. наук.-практ. конф. 10-12.05.2018 р. Чернівці, Чернів. нац. ун-т. ім. Ю.Федьковича, 2018. С.58–61.
- Лісун Я. В. Захист інтелектуально-правових складових бренду в підприємницькій діяльності. Реформування законодавства України та розвиток суспільних відносин в Україні: питання взаємодії. Збірник наукових статей / відп. ред. О.О. Лов'як, І.С. Тимуш. – К., ФОП Кандиба Т.П. 2017. 156 с. С.126–131.
- Лісун Я. В. Транскордонне співробітництво в контексті інтеграційних процесів. International Scientific-Practical Conference Economic Development Strategy in Terms of European Integration. 27.05.2016. Kaunas. Lithuania. Pages. 212–215. ISBN 978-617-7214-09-9
- Lisun Y. Logistics system for the providing of partnership enterprises. Actual problems of globalization. International research and practical conference. 29.08.2016. Thessaloniki, Greece, 2016. Pages. 203–207.
- Lisun Y. Management contractors interests based on network model of economic development. Institutional framework for the functioning of the economy in the context of transformation. International research and practical conference. 25-31 May 2015. Montreal, Canada, 2015. Pages. 292–297. https://www.ndc-ipr.org/media/ndc_old/documents/ the.pdf

- Lisun Y. Stages and technology in developing a strategic partnership. Perspective economic and management issues international research and practical conference. Vienna, Austria, 2015. Pages 449–453.
- Lisun Y., Mich O. Management organizational changes in providing of partnership enterprises. Promising problems of economics and management. International research and practical conference. 26-30 October 2015. Montreal, Canada, 2015. Pages. 257–260. ISBN 978-617-7214-09-9
- Лісун Я. В. Узгодження індивідуальних, групових та національних інтересів як фактор економічного розвитку та економічної безпеки. Перспективи стабільного економічного розвитку та економічної безпеки України та її регіонів. Міжнар. наук.-практ. конф. 08.05.2015 р. Ужгород. С.70–73. ISBN 978-617-7178-93-3
- Лісун Я. В. Теоретичні аспекти стратегічного забезпечення якості економічного розвитку підприємств «Якість економічного розвитку: глобальні та локальні аспекти»: матеріали Міжнародної науково-практична конференція» 15–16.05.2015 р. Одеса. ОНУ імені І. І. Мечникова. 2015. С. 97–100.
- Лісун Я.В. Формування франчайзингових мереж як інструменту глобалізаційної інтеграції сучасних економічних систем. Структурні трансформації національних економік в глобальному вимірі III Міжнародної науково-практичної конференції 30.05.2015 р. Миколаїв. МНУ ім. В. О. Сухомлинського. 2015. С.130–133. ISBN 978-617-7326-05-1
- Лісун Я. В. Маркетинговий аспект забезпечення стратегічного партнерства. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. Міжнар. наук.-практ. конф. 28–29.05.2015 р. Полтава, ПУЕТ, 2015. С.146–149.
- Лісун Я. В. Сучасні підходи до оцінки маркетингового потенціалу підприємства як основи забезпечення партнерських відносин. Проблеми формування та реалізації конкурентної політики IV Міжнар. наук.-практ. конф. 24-25.09.2015 р. Львів. Національний університет «Львівська політехніка». Львів, 2015. С. 117–119.
- Lisun Y. Economic instruments of development of service competitive potential in Ukraine by region. Problems and prospects of territories socio-economic development. 3-rd International Scientific conference. April 29–May 3, Opole, Poland 2014. Pages 60-61.

Наукова (науково-технічна) продукція: аналітичні матеріали

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

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації: Впроваджено

Зв'язок з науковими темами: 0119U100036 0121U114382 0120U100558 0120U103376

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Мазаракі Анатолій Антонович

2. Anatoly A. Mazaraki

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.03

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-5283-8444

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Державний торговельно-економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 44470624

Місцезнаходження: вул. Кіото, буд. 19, Київ, 02156, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Перевозова Ірина Володимирівна

2. Iryna V. Perevozova

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-3878-802X

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: ДВНЗ "Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу"

Код за ЄДРПОУ: 26163082

Місцезнаходження: , Івано-Франківськ, 76019, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Ковальчук Світлана Володимирівна

2. Svitlana B. Kovalchuk

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-9535-8678

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

Код за ЄДРПОУ: 35805541

Місцезнаходження: вул. Кам'янецька, буд. 3, Хмельницький, Хмельницький р-н., 29013, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Укоопспілка

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Князєва Тетяна В’ячеславівна

2. Tetiana V. Князєва

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.06

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-7223-7013

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Державне некомерційне підприємство "Державний університет "Київський авіаційний інститут"

Код за ЄДРПОУ: 45853942

Місцезнаходження: просп. Гузара Любомира, 1, Київ, 03058, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Рецензенти

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради	Мазаракі Анатолій Антонович
Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні	Ткаченко Тетяна Іванівна
Відповідальний за підготовку облікових документів	Федулова І.В.
Реєстратор	УкрІНТЕІ
Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності	Юрченко Тетяна Анатоліївна