

Відомості про склад спеціалізованої вченої ради
запропонованої кафедрою маркетингу для захисту дисертації
здобувачки ступеня доктора філософії з галузі знань 07 – Управління та адміністрування
за спеціальністю 075 – Маркетинг
НАГИЄВОЇ Айсель Ісмаїл гизи

№ з/п	П.І.Б.	Рік народження	Місце основної роботи (установа, її відомче підпорядкування, посада)	Науковий ступінь, шифр, назва спеціальності, за якою захищена дисертація, рік присудження	Вчене звання (за спеціальністю, кафедрою), рік присвоєння	Членство у спеціалізованих разових вчених рада за поточний рік	<p>3 публікації за останні 5 років за науковим напрямом, за яким підготовлено дисертацію здобувача, з яких не менше однієї публікації у виданнях, проіндексованих у базах даних Scopus та/або Web of Science Core Collection</p> <p>До даних публікацій зараховуються: Монографії, розділи монографій, статті у періодичних наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України або у періодичних наукових виданнях інших держав</p>
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Князева Тетяна Вячеславівна <i>(голова ради)</i>	1980	Національний авіаційний університет МОН України, завідувач кафедри маркетингу	доктор економічних наук наук, 08.00.06 – економіка природокористування і охорони навколишнього середовища, 2016 р.	професор кафедри маркетингу, 2022 р.	Голова разової спеціалізованої вченої ради Національного авіаційного університету по захисту дисертаційної роботи здобувача освітньо-наукового ступеня доктора філософії Зацариніна С.А. за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» на тему: «Маркетингова стратегія	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kniazieva Tetiana V., Orochovska Lyudmila A. (2023). Ecological marketing in the paradigm of sustainable development: theoretical and methodological aspect. <i>Механізм регулювання економіки</i>. №1 (99). С. 17-22. DOI: https://doi.org/10.32782/mer.2023.99.03 (фахове видання кат. Б) 2. Князева Т.В., Радченко Г.А. (2020). Теоретичне підґрунтя формування інструментарію маркетингового забезпечення розвитку концепції «зеленої» економіки. <i>Інтелект XXI</i>. Вип. 2. С. 85-90. DOI: https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.16 (фахове видання кат. Б) 3. Dergachova V., Smerichevskiy S., Kniazieva T., Smerichevska S. (2020). Tools for formation and development of the environmentally friendly food products market: regional aspect in Ukraine. <i>Environmental Economics</i>. № 11(1). P. 96-109. http://dx.doi.org/10.21511/ee.11(1).2020.09 (Scopus) 4. Abuselidze G., Talavyria M., Vyshnivska B., Kniazieva T., Bondarenko L., Makedon H. and

						управління попитом в умовах цифрової економіки» (28.03.2023 р.)	Salkova I. (2023). The economic mechanism of marketing activity management of food enterprises. E3S Web of Conferences, ISSN 2267-1242, EDP Sciences, Les Ulis, Vol. 371, pp. 1-10. https://doi.org/10.1051/e3sconf/202337105002 (Scopus)
2	Полоус Ольга Вікторівна <i>(рецензент)</i>	1989	Національний авіаційний університет МОН України, професор кафедри маркетингу	доктор економічних наук, 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), 2022 р.	доцент кафедри маркетингу, 2023 р.	Голова разової спеціалізованої вченої ради Національного авіаційного університету по захисту дисертаційної роботи здобувача освітньо-наукового ступеня доктора філософії Астахова К.В. за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» на тему: «Формування конкурентної стратегії аеропорту» (10.02.2023 р.)	1. Полоус О.В., Баранюк А.Ю. Управління екологічним маркетингом як фактор підвищення конкурентоспроможності інжинірингових послуг. Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2022. № 4 (80). С. 64-71. DOI: https://doi.org/10.33271/ebdut/80.064 (фахове видання кат. Б) 2. Полоус О.В., Гребельник О.А. Екологічна поведінка споживача як драйвер формування соціально відповідального бізнесу. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 46. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2086 DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-46-62 (фахове видання кат. Б) 3. Arefieva O., Polous O., Arefiev S., Tytykalo V., Kwilinski A. Managing sustainable development by human capital reproduction in the system of company's organizational behavior. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. 2021. Vol. 628(1). Article № 012039. https://doi.org/10.1088/1755-1315/628/1/012039 (Scopus)
3	Чернишов Олександр Юрійович <i>(рецензент)</i>	1990	Національний авіаційний університет МОН України, доцент кафедри економіки та бізнес-технологій	кандидат економічних наук, спеціальність 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка, 2017 р.	доцент кафедри менеджменту виробничої та невиробничої сфери, 2019 р.	-	1. Chernyshov O.Yu. Ecological marketing as a component of the policy of sustainable development in the market of ecological goods and services. <i>Науковий журнал «Механізм регулювання економіки»</i> . Вип. 1 (99). 2023, С. 29-33. DOI: https://doi.org/10.32782/mer.2023.99.05 (фахове видання кат. Б) 2. Чернишов О.Ю., Школенко О.Б. Формування екологічних маркетингових стратегій розвитку підприємств на ринку товарів та послуг. <i>Український журнал прикладної економіки та техніки</i> . 2023. № 1. С. 379-384. DOI:

							<p>https://doi.org/10.36887/2415-8453-2023-1-57 (фахове видання кат. Б)</p> <p>3. Popova, O., Chechel, A., Fomina, O., Myroshnychenko, G., Medvedieva, M., Hoholieva, N., Tomashevskaya, O., Chernyshov, O., Nesterov, Y., Molodchenko, O. Assessment of relationships between smart technologies, corporate sustainability, and economic behavior of companies. <i>Eastern-European Journal of Enterprise Technologies</i>, № 2 (13 (122)), 2023. P. 41–51. DOI: https://doi.org/10.15587/1729-4061.2023.275731</p> <p>4. Marova S., Solokha D., Moreva V., Dragomirova I., Chernyshov O. Assessing environmental security of differentiated territories. <i>Journal of security and sustainability issues. International Entrepreneurial Perspectives and Innovative Outcomes</i>. 2019, Volume 8, Number 4, (June). P. 855-870 DOI: https://doi.org/10.9770/jssi.2019.8.4(25) (Scopus)</p>
4	Пімоненко Тетяна Володимирівна <i>(офіційний опонент)</i>	1987	Сумський державний університет МОН України, доцент кафедри маркетингу, в.о. завідувача кафедри маркетингу, доцент кафедри маркетингу	доктор економічних наук, спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), 2020 р.	професор кафедри маркетингу, 2023 р.	Рецензент на захисті дисертаційної роботи здобувача освіти доктор філософії Каші М.О. за спеціальністю 051 «Економіка» на тему: «Економіко-математичне моделювання впливу COVID-19 на соціально-економічний розвиток країн світу та системи медико-соціального забезпечення населення» (21.04.2023)	<p>1. Zhang, M., Chen, Y., Lyulyov, O., and Pimonenko, T. (2023). Interactions between Economic Growth and Environmental Degradation toward Sustainable Development. <i>Systems</i>, 11, 13. https://doi.org/10.3390/systems11010013 (Scopus, Web of Science)</p> <p>2. Us, Y., Pimonenko, T., Lyulyov, O. (2021). The impact of energy efficiency policy on Ukraine's green brand: a bibliometrics analysis. <i>Polityka Energetyczna-Energy Policy Journal</i>, 24(4), 5-18. DOI: https://doi.org/10.33223/epj/142462 (Scopus)</p> <p>3. Yang, C., Kwilinski, A., Chygryn, O., Lyulyov, O., Pimonenko, T. (2021) The Green Competitiveness of Enterprises: Justifying the Quality Criteria of Digital Marketing Communication Channels. <i>Sustainability</i>, 13(24):13679. https://doi.org/10.3390/su132413679 (Web of Science, Scopus)</p> <p>4. Lyeonov, S., Pimonenko, T., Chygryn, O., Reznik, O., & Gaynulina, R. (2021). Green brand as a marketing instrument: Principle, features and parameters. <i>International Journal of Global Energy Issues</i>, 43(2-3), 147-165. https://doi.org/10.1504/IJGEI.2021.115141</p>

						Опонент на захисті дисертаційної роботи здобувача освітньо-наукового ступеня доктора філософії Хе Цзтао за спеціальністю 073 «Менеджмент» на тему: «Управління соціально-економічним розвитком території провінції Хенань» («Management of socio-economic development territories in Henan Provinces») (21.04.2023)	(Scopus)
5	Чукурна Олена Павлівна <i>(офіційний опонент)</i>	1977	Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку МОН України, декан факультету бізнесу та соціальних комунікацій, професор кафедри менеджменту та маркетингу	доктор економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), 2019 р.	Професор кафедри маркетингу, 2022 р.		<ol style="list-style-type: none"> 1. Чукурна О. П. (2023) Інструментарій екологічного маркетингу в ціновій політиці підприємства в умовах сталого розвитку. <i>Бізнес Інформ.</i> №2. С. 263-270. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-2-263-270 (фахове видання кат. Б) 2. Чукурна О.П., Кофман В.Ю. (2023). Маркетингові інструменти просування екологічних брендів в парадигмі сталого розвитку. <i>Економіка та суспільство.</i> № 48. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-45 (фахове видання кат. Б) 3. Britchenko, I., Filyppova, S., Niekrasova, L., Chukurna, O., Vazov, R. (2022). The System of Evaluation Efficiency of the Strategy of Sustainable Development of the Enterprise in the Decentralization Conditions. <i>Economic Studies</i> (Ikonomicheski Izsledvania), 31 (1), pp. 119-139. (Scopus) URL: https://www.iki.bas.bg/Journals/EconomicStudies/2022/2022-1/07_Britchenko-3.pdf