

Відомості про склад спеціалізованої вченої ради
запропонованої кафедрою маркетингу для захисту дисертації на тему:
«Маркетингове забезпечення системи управління державними закупівлями в Україні»
здобувача ступеня доктора філософії з галузі знань 07 – Управління та адміністрування
за спеціальністю 075 – Маркетинг
ПОСТНІКОВА Олексія Олександровича

№ 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, кафедру), рік присвоєння	Членство у спеціалізованих разових вчених радах за поточний рік	3 публікації за останні 5 років за науковим напрямом, за яким підготовлено дисертацію здобувача До даних публікацій зараховуються: Одноосібні монографії, одноосібні розділи монографій, статті у періодичних наукових виданнях , включених до переліку наукових фахових видань України або проіндексовані у базах даних Scopus та/або Web of Science Core Collection
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Князева Тетяна Вячеславівна <i>(голова ради)</i>	1980	Державний університет «Київський авіаційний інститут», МОН України, професор кафедри маркетингу	доктор економічних наук, 08.00.06 – економіка природокористування і охорони навколишнього середовища, 2016 рік	Професор кафедри маркетингу, 2022 рік	-	1. <i>Князева Т., Чернишов О. (2025). Маркетингові аспекти забезпечення процесу управління державними закупівлями в Україні. Економіка та суспільство, № 71. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-122</i> (фахове видання кат. Б) 2. <i>Князева Т.В. (2025) Механізм динамічних державних закупівель: доцільність та відмінності від традиційних методів в умовах діджиталізації. Наукові перспективи. № 3 (57). С. 750-763. DOI: https://doi.org/10.52058/2708-7530-2025-3(57)-750-763</i> (фахове видання кат. Б) 3. <i>Kniazieva T., Podolskyi R., Arakelova I., Dashko I., Mohylova A. (2023) Marketing technology in the context of digitalization: features and trends of Ukraine. Economic Alternatives, Issue 2, pp. 409-423. DOI: https://doi.org/10.37075/EA.2023.2.10 ISSN (print):1312-7462; ISSN (online): 2367-9409 (Scopus) Q4</i> 4. <i>Князева Т., Казанська О. (2022). Маркетингова стратегія: виклики та можливості в умовах цифровізації. Економіка та суспільство, (46). DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-46-21</i> (фахове видання кат. Б).

1	2	3	4	5	6	7	8
2	Казанська Олена Олександрівна (рецензент)	1976	Державний університет «Київський авіаційний інститут», МОН України, доцент кафедри маркетингу	Кандидат наук з державного управління, 25.00.02 - механізми державного управління (диплом ДК № 034750) 2006 рік	Доцент кафедри логістики (атестат 12 ДЦ № 024251) 2011 рік	-	1. Казанська О.О., Автомонов О.А. (2025). Хеджування маркетингових ризиків у системі управління державними закупівлями в Україні. <i>Економіка та суспільство</i>, № 71. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-129 (фахове видання кат. Б). 2. Kniazieva T. V., Kazanska O. O., Orochovska L. A., Tsymbalenko Y. Y., Dergach A. V. (2023). Analysis of the Impact of Digitalization on the Quality and Availability of Public Services in Ukraine – A Comparative Approach with Insights from Estonia. <i>Statistics, Politics and Policy, De Gruyter</i>, vol. 14(3), p. 375-398, November. DOI: https://doi.org/10.1515/spp-2023-0012. ISSN:2194-6299. (Scopus) Q3 3. Радченко Г.А., Казанська О.О., Соколова М.Р. (2023). Сучасні тенденції розвитку маркетингу некомерційних організацій. <i>Наукові перспективи</i>, № 5(35). DOI: https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-5(35)-453-461 (фахове видання кат. Б) 4. Казанська О.О., Михальченко І.Г., Радченко Г.А. (2022). Особливості розробки маркетингової програми підприємства в умовах цифрового ринку. <i>Наукові інновації та передові технології (Серія «Економіка»)</i>, № 7(9). С. 158-168. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-7(9)-158-168 (фахове видання кат. Б)
3	Тельнова Ганна Володимирівна (рецензент)	1978	Державний університет «Київський авіаційний інститут», МОН України, професор кафедри економіки	Доктор економічних наук, 08.00.08 - гроші, фінанси і кредит (диплом ДД № 002823) 2014 рік	Доцент кафедри фінансів, (атестат 12ДЦ № 037099) 2014 рік	-	1. Тельнова Г.В. (2025). Роль маркетингу публічних закупівель через призму формування суспільної цінності. <i>Проблеми системного підходу в економіці</i>. Вип. 1 (98). С. 154-158. DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2025-1-22 (фахове видання кат. Б) 2. Тельнова Г. (2024). Постмаркетинг публічних закупівель на основі КРІ. <i>Економічний аналіз</i>. Том 34, № 4. С. 619-626. DOI: https://doi.org/10.35774/econp2024.04.619 (фахове видання кат. Б) 3. Тельнова Г. (2024). Маркетингова стратегія замовника в сфері публічних закупівель. <i>Здобутки економіки: перспективи та інновації</i>. № 12 (листопад). DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.15015093 (фахове видання кат. Б)

1	2	3	4	5	6	7	8
4	Голота Олена Петрівна (офіційний опонент)	1977	Національний університет оборони України, Міністерство оборони України, професор кафедри оборонного менеджменту	Кандидат економічних наук, 08.00.08 - гроші, фінанси і кредит, 2009 рік	Доцент кафедри економіки та фінансового забезпечення, 2015 рік	-	3. <i>Голота О. П.</i> (2025). Закупівлі у воєнний час в Україні: виклики, реформи та пріоритети в умовах воєнного стану. <i>Актуальні проблеми інноваційної економіки та права</i>. №1. С. 79-84. DOI : https://doi.org/10.36887/2524-0455-2025-1-20 (фахове видання кат. Б) 1. <i>Голота О. П.</i> Титковський О.І. (2024). Механізм застосування критеріїв і показників оцінки функціонування системи закупівель Міністерства оборони та Збройних Сил України в умовах воєнного стану. <i>Інвестиції: практика та досвід</i>. № 2. С. 193-199. (фахове видання кат. Б) DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.2.193 2. <i>Голота О. П.</i> (2024). Аналіз провідного закордонного досвіду проведення маркетингових досліджень у системі закупівель для потреб міністерства оборони та збройних сил на прикладі США, Великої Британії, Норвегії, Німеччини та Польщі. <i>Здобутки економіки: перспективи та інновації</i> 2024. №11 (жовтень). DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.15069634 (фахове видання кат. Б) 4. <i>Holota O.</i> Tytkovskyi O.(2022). Leadership in Developing a Strategy for Military Human Resource Management as Part of Capabilities-Based Defense Planning, Connection. <i>The Quarterly Journal</i>. Vol. 21(1). P. 45-59. ISSN 1812-1098 (Scopus) Q2 DOI: https://doi.org/10.11610/Connections.21.1.03.
5	Сьомкіна Тетяна Віталіївна (офіційний опонент)	1963	Державний університет інформаційно- комунікаційних технологій, МОН України, професор кафедри маркетингу	Доктор економічних наук, 08.00.01 - економічна теорія 2004 рік	Професор кафедри економічної теорії, 2006 рік	-	1. Головніна О. Г., Денисенко М. П., <i>Сьомкіна Т. В.</i> (2025) Інновації, маркетинг цінностей та омніканальний маркетинг в закупівельній діяльності компанії. <i>Агросвіт</i>. №2. С.14-20 DOI: 10.32702/2306-6792.2025.2.14 (фахове видання кат. Б) 2. <i>Сьомкіна Т.</i>, Гужавіна І., Ковальов А. (2024). Державні закупівлі: сучасні виклики, тенденції та ефективність управління. <i>Економічний аналіз</i>. Том 34. № 3. С.640-653. DOI: https://doi.org/10.35774/econa2024.03.640 (фахове видання кат. Б) 3. Воскобоєва О. В., Ігнатенко О. В., <i>Сьомкіна Т. В.</i>, Недопако Н. М. (2024). Оцінка ефективності управління маркетинговою діяльністю як чинник результативності бізнесу. <i>Інтернаука</i>. №11. DOI: https://doi.org/10.25313/2520-2057-2024-11-10493 (фахове видання кат. Б) 4. <i>Somkina T.</i>, Darchuk V., Snitko A., Sinchevsky S. (2025). Marketing and Communication Platform as an Element of the Retail Network Development Management Model in the Context of Product Diversification. <i>Internauka</i>. № 1. DOI: https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-1-10608 (фахове видання кат. Б)