

Відомості про склад спеціалізованої вченої ради

запропонованої кафедрою маркетингу Факультету менеджменту, фінансів та маркетингу для захисту дисертації на тему:

«Інструменти Digital Marketing у просуванні товарів і послуг на міжнародних ринках»

здобувача ступеня доктора філософії з галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

ПЕРЕСУНЬКА Михайла Миколайовича

№ 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 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.	Полоус Ольга Вікторівна (голова ради)	1989	Національний університет «Київський авіаційний інститут» 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.	-	1. Polous O., Mykhalchenko I., Radchenko H., Lysenko O. Anticrisis marketing of IT sector companies in the conditions of economic activity's informatization and intellectualization. <i>Proceedings of International Conference on Applied Innovation in IT</i> . 2024. №12 (1). С. 189-195. DOI: https://doi.org/10.25673/115697 (Scopus) ISSN 2199-8876 2. Полоус О.В., Ридкіна А.В. Маркетингові технології просування стрімінгового сервісу в умовах інтенсифікації цифрової конкуренції. <i>Бізнес-Навігатор</i> . 2023. Вип. 2 (72). С. 75-81. DOI: https://doi.org/10.32782/business-navigator.72-11 (фахове видання категорії Б) 3. Polous O., Sibruk V., Lutsenko E. Features of Internet marketing application in the promotion policy of metallurgical enterprises. <i>Вісник Сумського національного аграрного університету</i> . 2022. Вип. 1 (91). С. 21-27. DOI: https://doi.org/10.32782/bsnau.2022.1.33 (фахове видання категорії Б)

1	2	3	4	5	6	7	8
2.	Радченко Ганна Анатоліївна (рецензент)	1980	Національний університет «Київський авіаційний інститут» МОН України, доцент кафедри маркетингу	Кандидат економічних наук, 08.00.07 – демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика», 2011 р.	доцент кафедри маркетингу, 2014 р.	-	1.Казанська О.О., Радченко Г.А., Жамойда О.А. Еволюція партнерського (афіліатного) маркетингу: вплив інтернет-технологій на розвиток інструментів і стратегій. <i>Бізнес-навігатор</i> . 2024. № 4 (77). С. 253-258. DOI: https://doi.org/10.32782/business-navigator.77-43 (фахове видання категорії Б) 2.Polous O., Mykhalchenko I., Radchenko H., Lysenko O., Pysmenna K. Formation of product promotion strategies of companies producing computer games. <i>Proceedings Proceedings of the 12th International Conference on Applied on Applied Innovations in IT in IT (ICAИТ)</i> . 2024. Vol. 12, Is. 2. P. 207-214. DOI: https://doi.org/10.25673/118135 (Scopus) ISSN 2199-8876 3. Казанська О.О., Михальченко І.Г., Радченко Г.А. Особливості розробки маркетингової програми підприємства в умовах цифрового ринку. <i>Наукові інновації та передові технології (Серія «Економіка»)</i> . 2022. № 7(9). С. 158-168. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-7(9)-158-168 (фахове видання категорії Б)
3.	Школенко Оксана Борисівна (рецензент)	1981	Національний університет «Київський авіаційний інститут» МОН України, доцент кафедри маркетингу	Кандидат економічних наук, 08.00.03, економіка та управління національним господарством, 2014 р.	доцент кафедри економіки, 2019 р.	-	1.Kalina I., Shkolenko O., Shulyar N., Mazur Yu. Digitization functions of marketing resources at the enterprise in conditions of economic uncertainty. <i>ACADEMY REVIEW</i> . 2024. № 1 (60). 206-215. DOI: 10.32342/2074-5354-2024-1-60-15 (Web of Science). ISSN / eISSN:2074-5354 / 2522-9745 2.Школенко О.Б., Шуляр Н.М., Чернишов О.Ю. Основні пріоритети формування стратегії цифровізації бізнесу. <i>Вісник Херсонського національного технічного університету</i> . 2023. № 3(86). С.176-183 DOI: https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2023.3.24 (фахове видання категорії Б) 3.Колісніченко П.Т., Терещенко Е.Ю, Школенко О.Б. Концептуальний підхід до класифікації цифрових бізнес- моделей торговельних підприємств. <i>Бізнес-навігатор</i> . 2025. Вип. 5 (82) (фах видання кат Б) DOI: https://doi.org/10.32782/business-navigator.82-6 (фахове видання категорії Б)

1	2	3	4	5	6	7	8
4.	Капінус Лариса Василівна <i>(офіційний опонент)</i>	1980	Національний університету харчових технологій МОН України, професор кафедри маркетингу	Доктор економічних наук 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), 2024 р.	професор кафедри маркетингу, 2026 р.	-	1.Капінус Л.В., Тур О.В., Лелека О.О. Вплив цифрових маркетингових технологій на рекламну діяльність підприємств. <i>Наукові праці НУХТ</i> . 2025. №6. С. 126-138. DOI: 10.24263/2225-2924-2025-31-5-11 <i>(фахове видання категорії Б)</i> 2.Капінус Л.В., Лелека О.О., Костриця А.В. Цифрові контент-стратегії в маркетинговій діяльності підприємств. <i>Економіка та управління АПК</i> . 2025. № 1. С. 194-204. DOI: 10.33245/2310-9262-2025-197-1-194-204 <i>(фахове видання категорії Б)</i> 3.Капінус Л.В., Шиліна В.Ю., Лелека О.О. Маркетингова діджитал-стратегія розвитку послуг. <i>Київський економічний науковий журнал</i> . 2023. №1. С. 15-21. DOI: https://doi.org/10.32782/2786-765X/2023-1-2 <i>(фахове видання категорії Б)</i> 4.Капінус Л.В., Бойко І.А., Лелека О.О. Організація маркетингових івентів у мережі Інтернет. <i>Наукові праці НУХТ</i> . 2023. Т. 29. № 1. С. 57-66. DOI: 10.24263/2225-2924-2023-29-1-6 <i>(фахове видання категорії Б)</i> 5.Капінус Л., Удворгелі Л., Ніколаєнко І. Управління цифровим просуванням харчових продуктів для спеціальних медичних цілей через заклади охорони здоров'я. <i>Економіка та суспільство</i> . 2026. №83. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-83-8 10.32782/2524-0072/2026-83-8
5.	Ларіна Ярослава Степанівна <i>(офіційний опонент)</i>	1972	Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана МОН України, професор кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка	Доктор економічних наук 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), 2011 р.	професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, 2013 р.	Голова спеціалізо- ваної разової ради PhD 11595 КНЕУ 10.02.2026	1.Ларіна Я., Закревський А., Діченко А. Концепція маркетингу партнерських відносин та її роль у цифровій комерції. <i>Київський економічний науковий журнал</i> . 2025. №9. С. 157-167. DOI: https://doi.org/10.32782/2786-765X/2025-9-21 <i>(фахове видання категорії Б)</i> 2.Ларіна Я., Діченко А., Сидоров М. Маркетингові стратегії у процесі виходу підприємств на зовнішні ринки: особливості та підходи до впровадження. <i>Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences</i> . 2024. №332(4). С. 101-108. DOI: https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-332-14 https://heraldes.khmnu.edu.ua/index.php/heraldes/article/view/227

							<p><i>(фахове видання категорії Б)</i> З.Ларіна Я., Ремезь Ю., Корженовська-Кравченко А. Світові тренди діджитал маркетингу у постковідному періоді. <i>Вісник Львівського університету. Серія економічна</i>. 2022. Вип. 63. С. 144-156. DOI: http://dx.doi.org/10.30970/ves.2022.63.0.6312 <i>(фахове видання категорії Б)</i></p>
--	--	--	--	--	--	--	--