

Додаток 1

Затверджено

Вченою радою університету

Протокол № 1 від 02.02.2021 р.

Наказ ректора № 22/06-12-С від 04.02.2021 р.

ВІДОМОСТІ

про якісний склад проектної групи спеціальності 075 Маркетинг

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади (для сумісників — місце основної роботи, найменування посади)	Найменування закладу, який закінчив викладач (рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту)	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково-педагогічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідна робота, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)	Примітки*	
Особи, які працюють за основним місцем роботи (в тому числі за суміщенням)								
1	Гречаник Наталія Юріївна (керівник)	Доцент кафедри менеджменту і маркетингу	Прикарпатський університет ім. Василя Стефаника, 2003 р., спеціальність – Маркетинг, кваліфікація – економіст-маркетолог	Кандидат економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), тема дисертації: «Організація маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств»; доцент кафедри менеджменту і маркетингу	17 років	<p>1. Hrechanyk Nataliia. Integration of the Supply Chain Management and Development of the Marketing System. Iryna Perevozova, Liliana Horal, Andriy Mokhnenko, Nataliia Hrechanyk, Andriy Ustenko, Oksana Malynka, Lilya Mykhailyshyn // International Journal of Supply Chain Management, Vol.9, № 3, June 2020. Index SCOPUS</p> <p>2. Гречаник Н. Ю. Особливості управління формуванням та використанням фінансових ресурсів органів місцевого самоврядування в умовах децентралізації / Н. Ю. Гречаник, І. І. Плєць, Р. І. Щур // Вісник Прикарпатського університету. Економіка. – 2020. Вип.15.– С. 141–147.</p> <p>3. Гречаник Н. Ю. Теоретичні підходи до етапів управління організаційною культурою підприємства при її модернізації / Н. Ю. Гречаник, І. В. Перезовова. // Ринок праці та зайнятість населення. – 2019. – №4. – С. 57–62.</p>	Інститут економіки та управління в нафтогазовому комплексі Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу, довідка, тема: «Формування та розвиток системи Маркетингу: регіональні аспекти», 2016 р.	<p>1) наявність за останні п'ять років наукових публікацій у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus</p> <p>2) наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України;</p>

					<p>4. Щур Р.І., Плєць І.І., Грєчаник Н.Ю. Економiчна сутнiсть фiнансового забезпечення мiсцевого самоврядування в умовах децентралiзацiї / Н. Ю. Грєчаник, І. І. Плєць, Р. І. Щур // Вiсник Прикарпатського унiверситету. Серiя Економiка. Івано-Франкiвськ: Плай. – 2019. Вип. 14. – С.205 -211</p> <p>5. Грєчаник Н.Ю. Методичнi рекомендацiї проходження виробничої практики студентiв денної та заочної форм навчання спецiальностi 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рiвня / [авт. кол.: Ткач О.В., Романюк М.Д., Грєчаник Н.Ю., Копчак Ю.С., Шурпа С.Я]. – Івано-Франкiвськ, 2019. – 38 с.</p> <p>6. Грєчаник Н.Ю. Методичнi рекомендацiї проходження переддипломної практики для студентiв 2 курсу спецiальностi 075 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання, освiтнього рiвня «магiстр» / [авт. кол.: Ткач О.В., Романюк М.Д., Шурпа С.Я., Грєчаник Н.Ю., Копчак Ю.С.]. – Івано-Франкiвськ, 2019. – 40 с.</p> <p>7. Грєчаник Н.Ю. Методичнi рекомендацiї проходження виробничої практики для студентiв спецiальностi 075 «Маркетинг» другого (магiстерського) рiвня денної та заочної форм навчання, 1 курс / [авт. кол.: Ткач О.В., Романюк М.Д., Копчак Ю.С., Грєчаник Н.Ю., Шурпа С.Я]. – Івано-Франкiвськ, 2019. – 39 с.</p> <p>8. Грєчаник Наталiя Юрiївна. Особливостi маркетингу територiй як складової системного соцiально-економiчного розвитку об'єднаних територiальних громад умовах децентралiзацiї. / Н.Ю. Грєчаник, І.І. Плєць // Науково – практичний журнал «Регiональна економiка та управлiння». №2 (24)травень 2019р, частина 1. – Херсон: видавничий дiм «Гельветика». – С.62-66.</p> <p>9. Hrechanyk Nataliia. Identification of the indicators of the Ukraines population on the basis of marketing researchers (model of mentalization) / N. Hrechanyk, I. Perevozova, M. Pyurykn // International periodical scientific Journal "Modern Technology and Innovative Technologies" Neutiges</p>	<p>3) наявнiсть виданої монографiї;</p> <p>9) участь у журi олімпіад чи конкурсiв “Мала академiя наук України”;</p> <p>10) органiзацiйна робота у закладах освiти на посадi заступника керiвника факультету;</p> <p>вiдповiдального секретаря приймальної комiсiї;</p> <p>13) наявнiсть методичних рекомендацiй загальною кiлькiстю бiльше трьох найменування;</p> <p>15) наявнiсть науково-популярних та/або консультацiйних (дорадчих) та/або дискусiйних публiкацiй з наукової або професiйної тематики загальною кiлькiстю не менше п'яти публiкацiй;</p> <p>16) участь у професiйних об'єднаннях за спецiальнiстю</p>
--	--	--	--	--	--	--

					<p>Ingenieurwesen und innovative Technologien. Published by: Karlsruhe, Germany – С. 16–34.</p> <p>10. Hrechanyk Nataliia. Formation of entrepreneurship model by innovation activity of industrial enterprises. I. Perevozova, I. Savchenko, M.Shkurenko, O.Obelnytska, N.Hrechanyk // Journal of Entrepreneurship Education Volume 22, Special Issue, 2019.</p> <p>INDEX SCOPUS . (orcid.org/0000-0002-1454-4936)</p> <p>11. Гречаник Н. Ю. Задоволення потреб особистості та проблематика споживання // Економічне зростання: стратегія, напрями і пріоритети: збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 26 січня 2019 року). – Східноукраїнський інститут економіки та управління. – Запоріжжя: ГО «СІЕУ», 2019. – С.119-121.</p> <p>12. Гречаник Н. Ю. Базові цілі та інструменти маркетингу регіону // Сучасні методи підвищення ефективності використання економічного потенціалу у напрямку розвитку регіональної економіки: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 26 січня 2019 року) / ГО «Львівська економічна фундація». – Львів: ЛЕФ, 2019. – С.93-95.</p> <p>13. Гречаник Н. Ю. Ефективна маркетингова програма підприємства // Сучасний стан та перспективи розвитку економіки, обліку, менеджменту, фінансів та права: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 26 січня 2019 р.): у 7 ч. – Полтава: ЦФЕНД, 2019. – Ч. 1. С 42 – 43 с.</p> <p>14. Гречаник Н.Ю, Харук Р. Р Актуалізація науково – дослідник розробок закладів вищої освіти для потреб міста. // Науково-дослідні розробки: сучасні вимоги, оцінка ефективності, комерціалізація: матеріали круглого столу, 13-15 березня 2019 р. Івано-Франківськ: Супрун В.П., 2019. – С.16-18.</p> <p>15. Перевозова І., Гречаник Н.Ю. Наукові дослідження у соціально-економічному розвитку закладів вищої освіти // Науково-</p>	<p>17) досвід практичної роботи за спеціальністю не менше п'яти років;</p> <p>18) наукове консультування установ, підприємств, організацій протягом не менше двох років.</p>
--	--	--	--	--	--	--

дослідні розробки: сучасні вимоги, оцінка ефективності, комерціалізація: матеріали круглого столу, 13-15 березня 2019 р. Івано-Франківськ: Супрун В.П., 2019. – С.38-41.

16. Гречаник Н. Ю., Плєць І.І. Застосування маркетингу територій у процесі реформи місцевого самоврядування та децентралізації // Актуальні питання економіки, обліку, фінансів та права у сучасних умовах: збірник тез міжнародної науково – практичної конференції (Полтава, 1 червня 2019): у 7ч.- Полтава: ЦФЕНД, 2019. – Ч.7. – С.38-40.

17. Гречаник Н. Ю. Бренд території: необхідність, викликана часом / Наталія Юріївна Гречаник // Науковий журнал 'Науковий погляд: економіка та управління'. – 2018. – №1 (59). – С. 118-123.

18. Гречаник Н. Ю. Глобалізаційні процеси як передумова міжнародного маркетингу / Наталія Юріївна Гречаник // Інноваційна економіка. № 9 -10. – 2017. – С. 130-134.

19. Гречаник Н. Ю. Інтернет – маркетинг як метод ведення бізнесу в умовах глобалізації / Наталія Юріївна Гречаник // Науковий економічний журнал «Інтелект ХХІ. – 2018. – №5. – С. 127–130.

20. Гречаник Н.Ю. Маркетинговий погляд на проблематику необмеженості потреб та споживчого вибору [Електронний ресурс] / Н.Ю. Гречаник // Економіка та суспільство. Мукачево, 2017. - №12. - С. 216-222. – Режим доступу до журналу: <http://economyandsociety.in.ua> .

21. Гречаник Н.Ю. Міжнародний маркетинг як відображення сучасних глобалізаційних процесів // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону : науковий журнал. – Івано-Франківськ : Вид-во ДВНЗ 'Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника' 2018. Вип. 14 – Т.2. – С. 128–135.

22. Гречаник Н. Ю. Сучасна концепція міжнародного маркетингу в умовах глобалізації економіки / Н. Ю. Гречаник, Л. І. Михайлишин

// Вісник Прикарпатського університету. Серія: Економіка. – 2018. – №2018. – С.208-213.

23. Гречаник Н. Ю. Антикризисний маркетинг та його реалізація в організації / Н. Ю. Гречаник // Сучасні теоретичні та практичні аспекти антикризового регулювання економіки країни збірник тез наукових робіт учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Одеса, 13 жовтня 2018 р.) / ГО «Центр економічних досліджень та розвитку». – О. : ЦЕДР, 2018. – С.49 – 52.

24. Гречаник Н. Ю. Глобалізаційні процеси та виклики сучасності / Н. Ю. Гречаник // Фінанси та соціальна економіка: аналіз тенденцій та науково-економічний розвиток: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 29 вересня 2018 року) / ГО «Львівська економічна фундація». – Львів: ЛЕФ, 2018. – С. 9 – 12.

25. Гречаник Н. Ю. Маркетингове планування як фактор підвищення результатів діяльності підприємства на ринку / Н. Ю. Гречаник // Сучасні тенденції розвитку міжнародних відносин та економіко-політичного процесу: матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Ужгород, 5-6 жовтня 2018 року). – Ужгород: Видавничий дім «Гельветика», 2018. – С. 174 - 177.

26. Гречаник Н. Ю. Маркетинг територій як складова системного соціально-економічного розвитку міст / Н. Ю. Гречаник // Перспективи розвитку територій: теорія і практика: матеріали Всеукраїнської науково – практичної конференції . Харків, 22-23 листопада 2018 року / Харківський національний університет міського господарства О.М.Бекетова. Одеський національний університет імені І.І. Мечникова. Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна. – Харків. – ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2018. – С.175 – 177.

27. Гречаник Н. Ю. Міжнародний маркетинг та стратегія управління в умовах глобалізації бізнесу / Н. Ю. Гречаник, С. Я.

Шурпа // Тенденції розвитку економіки у 2017 році: аналітичний та теоретико- методологічний аспекти: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 1-2 грудня 2017 р.) / відп. за випуск д.е.н., проф. С. О. Якубовський. – Одеса : ОНУ імені І. І. Мечникова, 2017. – С. 120 – 122.

28. Гречаник Н. Ю. Необхідність маркетингу у розробці стратегій розвитку міст та регіонів / Н. Ю. Гречаник // Фінансово-економічний розвиток підприємницької діяльності та національної економіки: проблеми та перспективи: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 24-25 листопада 2017 року) / ГО «Львівська економічна фундація». – Львів: ЛЕФ, 2017. – С. 174 - 177.

29. Гречаник Н. Ю. Основні виклики міжнародного маркетингу при веденні бізнесу організації / Н. Ю. Гречаник // Економічне зростання: стратегія, напрями і пріоритети: збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 20 жовтня 2018 року) / Східноукраїнський інститут економіки та управління. – Запоріжжя: ГО «СІЕУ», 2018. – С.52 – 54.

30. Гречаник Н. Ю. Підходи до формування територіального бренду / Н. Ю. Гречаник // Соціально-економічний розвиток країн: досвід, проблеми, перспективи: збірник тез наукових робіт учасників Міжнародної науково-практичної конференції для студентів, аспірантів та молодих учених (м. Київ, 29 вересня 2018 р.). – К.: Аналітичний центр «Нова Економіка», 2018. – С. 93 – 96.

31. Гречаник Н.Ю. Контурирование маркетинга по видах на различных уровнях экономической системы / Н. Ю. Гречаник, И. В. Перевозова // Особенности культурного развития пограничных территорий: исследования и стратегическое управление : материалы научно-практического семинара, Минск, 30-31 мая 2017: сборник научных статей. Минск: Право и экономика, 2017. – С.

152-156.

32. Гречаник Н. Ю. Маркетингова діяльність агропідприємств та об'єктивна необхідність їх розвитку / Н. Ю. Гречаник // Вісник Прикарпатського університету. Серія: Економіка. – Випуск 12. – Івано – Франківськ : Плай, 2017. – С.232-240.

33. Гречаник Н. Ю. Маркетингові дослідження стану здоров'я населення як фактор формування попиту на ринку платних медичних послуг / Н. Ю. Гречаник, Т. М. Сарабин // Актуальні проблеми економіки регіону. – Івано-Франківськ, Плай – С. 151-171.

34. Гречаник Н. Ю. Вплив глобалізації на сталий місцевий розвиток / Н. Ю. Гречаник // V Міжнародна науково-практична конференція «Фінансові аспекти розвитку держави, регіонів та суб'єктів господарювання: сучасний стан та перспективи» (Одеса, 20-21 листопада 2017 року) – С.127- 129.

35. Гречаник Н. Ю. Роль стратегічного маркетингу у забезпеченні регіональної політики сталого розвитку в умовах глобалізації / Н. Ю. Гречаник // 'Теорія і практика стратегічного управління розвитком галузевих і регіональних суспільних систем» (Івано-Франківськ, 11-13 жовтня 2017). Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції, Івано-Франківськ, 2017. – С. 314–316.

36. Гречаник Н. Ю. / Формування потенціалу регіону через призму маркетингового підходу / Н. Ю. Гречаник, І. В. Перевозова // Стратегічні перспективи розвитку економічних суб'єктів в нестабільному економічному середовищі: Збірник тез I Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, (Кременчук, 21-23 березня 2017 року). – Кременчук, КрНУ, 2017. – С. 201–204.

37. Гречаник Н. Ю. Маркетинг в системі управління промисловим підприємством / Наталя Юріївна Гречаник // Інноваційна діяльність та безпека підприємств: колективна монографія за заг ред. Л.М.Савчук, Daniel Fic / Наталя Юріївна Гречаник. – Дніпро: Пороги,

						<p>2017. – С.340-350. ISBN 978-617-518-337-3. (0,59 др.арк)</p> <p>38. Гречаник Н. Ю. Маркетинг в системі управління соціально-економічним розвитком регіону / Н. Ю. Гречаник, І. В. Перезовова. // Інноваційна економіка. – 2016. – №5. – С. 101–110.</p> <p>39. Гречаник Н. Ю. Формування та розвиток системи маркетингу: регіональні аспекти / Н. Ю. Гречаник, І. В. Перезовова // Економічні, управлінські, правові та інформаційно-технічні проблеми діяльності підприємств: колективна монографія / І. В. Перезовова, Н. Ю. Гречаник. – Дніпро: Герда, 2016. – С. 5–27.</p> <p>40. Гречаник Н. Ю. Конкуренентоспроможність регіонів з позицій концепції сталого розвитку / Наталія Юрїївна Гречаник // Вісник Прикарпатського університету. Серія: Економіка. – 2015. – С. 49–58.</p>		
2	Благу́н Іван Іванович	Доцент кафедри менеджменту і маркетингу	Державний вищий навчальний заклад „Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”, магістр, 2012, спеціальність – фінанси і кредит, кваліфікація – магістр з фінансів, викладач економіки Сертифікат В2	Кандидат економічних наук, спеціальність 08.00.08 – Гроші, фінанси і кредит, доцент кафедри менеджменту і маркетингу, тема дисертації: «Механізм формування стратегій управління банківською системою України»	5 років	<p>1. Благу́н І. І. Особливості застосування стратегій в міжнародному бізнесі в умовах кризи / І. І. Благу́н, А. І. Андрушко, Н. М. Хоптій. // Abstracts of VI International Scientific and Practical Conference. – 2021. – С. 624.</p> <p>2. Благу́н І. І. Мотивація як засіб ефективного менеджменту громадських організацій / І. І. Благу́н, А. І. Андрушко, Н. М. Хоптій. // Abstracts of II International Scientific and Practical Conference. – 2021. – С. 492.</p> <p>3. Blahun I.S.and Blahun I.I. The Relationship Between World and Local Stock Indices I.S.Blahun and I.I.Blahun // Montenegrin Journal of Economics. – 2020. – Volume 16. – Issue #1. – P. 55-67.</p> <p>4. Blahun I.S., Blahun I.I. Assessing the stability of the banking system based on fuzzy logic methods. Banks and Bank Systems, 15(3), 171-183. doi:10.21511/bbs.15(3).2020.15</p> <p>5. Благу́н І.І. Банківська система України в умовах турбулентності фінансового ринку: теорія, методологія, практика: монографія. Івано-Франківськ; ДВНЗ «Прикарп. нац. ун-т</p>	<p>Львівський національний університет імені Івана Франка, захист кандидатської дисертації, - Механізм формування стратегій управління банківською системою України, диплом ДК № 032068, 15.12.2015 р</p>	<p>1) наявність за останні п'ять років наукових публікацій у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus</p> <p>2) наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України;</p> <p>3) наявність виданих монографій;</p>

					<p>ім. В. Стефаніка», 2020. 364 с</p> <p>6. Благун І.І. Необанки, як нова бізнес-модель фінансового посередництва. Науковий журнал. Причорноморські економічні студії. Економіка.Одеса 2019. (45). С.134-139</p> <p>7. Буднікевич І. М., Благун І. І., Крупенна І. А., Бокучава В. Б. Напрямки застосування маркетингових інновацій у комунікаційній політиці готельних закладів. Бізнес Інформ. 2020. №8. С. 266–277.</p> <p>8. Благун І.І., Шурпа С.Я. Маркетингові дослідження цінності бренду / І.І. Благун, С.Я.Шурпа // Вісник Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаніка. Серія: Економіка. 2020. — Випуск 15. — С. 158-163.</p> <p>9. Благун І.І., Шурпа С.Я. Місце платформи tik tok в маркетинговій діяльності на ринку України / І.І. Благун, С.Я. Шурпа // Електронне наукове фахове видання. Науково-практичний журнал. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Випуск 4 (27) . 2020. – С. 41-45.</p> <p>10. Благун І.І., Шурпа С. Я., Надіївська С. П. Лійка продажів, як елемент просування для підприємств регіону в період пандемії / І.І. Благун, С.Я. Шурпа, С.П. Надіївська // Ефективна економіка. 2020. № 11. – URL:</p> <p>11. Папп В. В., Благун І. І., Бошота Н. В. Роль маркетингу в активізації діяльності суб'єктів туристичного бізнесу. Бізнес Інформ. 2020. №11. С. 473–477.</p> <p>12. Благун І. І. Волатильність та турбулентність фінансових ринків. Фінансове регулювання зрушень в економіці України: зб. наукових праць ІV Міжн. наук.-практ. конф., 24 берез. 2020 р. Мукачєво: Мукачєвський державний університет. С. 8–11.</p> <p>13. Благун І. І. Семантизація поняття ФінТех. Стан та перспективи розвитку обліку, фінансів та підприємництва в умовах трансформації економіки: зб. тез Всеукр. наук.-практ. конф., 18 січ. 2020 р. Київ : КЕНЦ. С. 77–82.</p> <p>14. Благун І.І. Цінові зв'язки між ринками</p>	<p>13) наявність методичних рекомендацій загальною кількістю три найменування;</p> <p>14) керівництво студентом, який зайняв призове місце на І етапі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт)</p> <p>15) наявність науково-популярних та/або консультаційних (дорадчих) та/або дискусійних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій;</p> <p>16) участь у професійних об'єднаннях за спеціальністю</p> <p>18) наукове консультування установ, підприємств, організацій протягом не менше двох років.</p>
--	--	--	--	--	---	---

						<p>акцій та облігацій. Світ фінансів. 2019. 1(58). С. 28-42.</p> <p>15. Благун І.І. Причинний зв'язок між ринком акцій та валютним курсом в Україні. Проблеми економіки. 2019. 1 (39). С. 199-207.</p> <p>16. Благун І.І. Взаємозв'язки між ринками акцій: прогнозування на основі ринкових індексів . Збірник наукових праць “Проблеми системного підходу в економіці”. Економіка. Київ 2019. 4 (72). С.148-157.</p> <p>17. Благун І. І. Банки як учасники депозитарної системи України. Напрями розвитку ринкової економіки: нові реалії та можливості в умовах інтеграційних процесів : зб. наук. праць Міжн. наук.-практ. конф., 30 листоп. 2019 р. Ужгород: Ужгородський національний університет. С. 74–78.</p> <p>18. Dmytryshyn L. A model for achieving the allocative efficiency of credit resources in Ukraine's banking system / L. Dmytryshyn, I. Blahun // LLC "Consulting Publishing Company "Business Perspectives"". – 2016. – Volume 11. – Issue #3. – P. 8–16.</p> <p>19. Дмитришин Л.І., Благун І.І. Формування стратегій управління банківською системою України: монографія / Л.І. Дмитришин, І.І. Благун; ДВНЗ «Прикарп. нац. ун-т ім. В. Стефаника» – Івано-Франківськ: Супрун В.П., 2016. – 212 с.</p>		
3	Шурпа Світлана Ярославівна	Доцент кафедри менеджменту і маркетингу	ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», 2008 р., спеціальність – Маркетинг, кваліфікація – економіст-маркетолог, Сертифікат В2	Кандидат економічних наук, спеціальність 08.00.07 – демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика, доцент кафедри менеджменту і маркетингу, тема дисертації:	12 років	<p>1. Шурпа С.Я. Головецька О.Я. Формування стереотипів поведінки споживача / С. Я. Шурпа, О.Я. Головецька // The 6th International scientific and practical conference “Actual trends of modern scientific research” (January 17-19, 2021) MDPC Publishing, Munich, Germany. 2021. 767 p. – С. 707-713.</p> <p>2. Благун І.І., Шурпа С.Я. Маркетингові дослідження цінності бренду / І.І. Благун, С.Я. Шурпа // Вісник Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. Серія: Економіка. 2020. — Випуск 15. — С. 158-163.</p> <p>3. Благун І.І., Шурпа С. Я., Надіївська С.</p>	Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, 28.10.19 р. – 03.12.19р.; тема: «Стратегічні імперативи сучасного менеджменту та маркетингу» Довідка № 46-35-335/1 від 24.12.2019	І) наявність за останні п'ять років наукових публікацій у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Web of Science Core Collection;

				<p>«Підвищення ефективності інвестування в людський капітал в Україні»</p>	<p>П. Лійка продажів, як елемент просування для підприємств регіону в період пандемії / І.І. Благун, С.Я. Шурпа, С.П. Надіївська // Ефективна економіка. 2020. № 11. – URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=835 3. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.11.77</p> <p>4. Благун І.І., Шурпа С.Я. Місце платформи tik tok в маркетинговій діяльності на ринку України Електронне наукове фахове видання / І.І. Благун, С.Я. Шурпа //Науково-практичний журнал СХІДНА ЄВРОПА: ЕКОНОМІКА, БІЗНЕС ТА УПРАВЛІННЯ. Випуск 4 (27) . 2020. – С. 41-45.</p> <p>5. Шурпа С. Я. Маркетингове коригування поведінкових стереотипів споживачів / С. Я. Шурпа, О. В. Дзюбак, Х. М. Федорів. // Міжнародна науково-практична конференція «Механізми державного регулювання конкурентоспроможності національної економіки»: тези доп. – Ужгород: 5 грудня 2020. . – С. 151-154.</p> <p>6. Абрамович І.О., Шурпа С.Я. Оцінка ефективності діяльності персоналу в контексті впровадження нових технологій на підприємствах енергетичного сектору України / О.І. Абрамович, С.Я.Шурпа // Науково-практичний журнал «Ринок праці та зайнятість населення». — № 1-2(58). 2019 — С. 77-82.</p> <p>7. Шурпа С.Я. Перспективи пошуку фінансування для наукових стартапів в Україні / С.Я.Шурпа // Вісник Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. Серія: Економіка. 2019. — Випуск 14. — С. 157—160.</p> <p>8. Домуз О. О., Шурпа С. Я. Вплив факторів зовнішнього середовища на розвиток нестандартних форм зайнятості у банківському секторі за сучасних умов / О.О.Домуз, С.Я.Шурпа // Науково-практичний журнал. Ринок праці та зайнятість населення. — 4(60)/2019. — С. 5-12.</p> <p>9. Шурпа С.Я. Переваги використання крос-маркетингу в соціальних мережах / С. Я. Шурпа // Інструменти регулювання</p>	<p>2) наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України;</p> <p>3) наявність виданої монографії;</p> <p>10) організаційна робота у закладах освіти на посаді заступника кафедри</p> <p>13) наявність виданих методичних рекомендацій загальною кількістю більше трьох найменування;</p> <p>14) керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком/проблемною групою; керівництво</p> <p>15) наявність науково-популярних та/або консультаційних (дорадчих) та/або дискусійних публікацій з наукової або</p>
--	--	--	--	--	--	--

					<p>національної економіки та національної безпеки в умовах сучасних глобальних викликів: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Хмельницький, 17-19 жовтня 2019 р.) – Хмельницький: ХНУ, 2019. – С. 94-95.</p> <p>10. Шурпа С.Я. Тенденції розвитку інтернет-маркетингу / С. Я. Шурпа // актуальні проблеми соціально-економічного розвитку: регіональні особливості та світові тенденції: Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції студентів та молодих вчених (м. Івано-Франківськ , 23 жовтня 2019 р.) – Івано-Франківськ: ПНУ, 2019. – С. 271-273.</p> <p>11. Шурпа С. Я., Фуштей С. Р. Особливості формування бренду / С. Я. Шурпа, С.Р. Фуштей // актуальні проблеми соціально-економічного розвитку: регіональні особливості та світові тенденції: Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції студентів та молодих вчених (м. Івано-Франківськ , 23 жовтня 2019 р.) – Івано-Франківськ: ПНУ, 2019. – С. 257-259.</p> <p>12. Шурпа С. Я., Черепій Д. В. Стратегія формування позитивного іміджу підприємства / С. Я. Шурпа, Д.В. Черепій // актуальні проблеми соціально-економічного розвитку: регіональні особливості та світові тенденції: Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції студентів та молодих вчених (м. Івано-Франківськ , 23 жовтня 2019 р.) – Івано-Франківськ: ПНУ, 2019. – С. 263-265.</p> <p>13. Шурпа С.Я. Методичні рекомендації проходження виробничої практики для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня денної та заочної форм навчання. – Івано-Франківськ, 2019. – 39 с.</p> <p>14. Ткач О.В., Романюк М.Д., Шурпа С.Я., Гречаник Н.Ю., Копчак Ю.С. Методичні рекомендації проходження переддипломної практики для студентів 2 курсу спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форм</p>	<p>професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій;</p> <p>18) наукове консультування установ, підприємств, організацій протягом не менше двох років.</p>
--	--	--	--	--	---	---

					<p>навчання, освітнього рівня «магістр». – Івано-Франківськ, 2019. – 40 с.</p> <p>15. Ткач О.В., Романюк М.Д., Гречаник Н.Ю., Копчак Ю.С., Шурпа С.Я. Методичні рекомендації проходження виробничої практики студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 075 «Маркетинг». – Івано-Франківськ, 2019. – 38 с.</p> <p>16. Методичні рекомендації для виконання курсової роботи з дисципліни «Маркетинг» для студентів денної та заочної форм навчання спеціальностей 075 «Маркетинг» освітнього рівня «бакалавр» Укладачі: к.е.н, Шурпа С.Я. – Івано-Франківськ, 2018. – 29 с.</p> <p>17. Шурпа С.Я. Системи управління бренд-орієнтованим підприємством / С. Я. Шурпа // Підтримка підприємництва та інноваційної економіки в праві ЄС, Латвії та України // I Міжнародна міжгалузева конференція 7 грудня Латвія, Рига, 2018. – С. 135 – 139.</p> <p>18. Шурпа С.Я. Роль соціально відповідального маркетингу у відтворенні людського капіталу капітал / С.Я.Шурпа // Вісник Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. Серія: Економіка. 2018. — Випуск 13. — С. 136—141.</p> <p>19. Грішнова О. А., Брінцева О. Г., Шурпа С. Я. Фіктивізація людського капіталу та нові ризики в сфері зайнятості / О.А.Грішнова, О.Г.Брінцева, С.Я.Шурпа // Науковий вісник Полісся № 1 (9), ч. 2, 2017. С. 91-98. http://nvp.stu.cn.ua/uk/component/k2/item/666-grishnova-o-a-brintseva-o-g-shurpa-s-ya-fiktivizatsiya-lyudskogo-kapitalu-ta-novi-riziki-v-sferi-zaynyatosti.html</p> <p>20. Шурпа С.Я., Гречаник Н.Ю. Міжнародний маркетинг та стратегія управління в умовах глобалізації бізнесу / Н.Ю. Гречаник, С.Я. Шурпа // Міжнародна науково-практична конференція «Тенденції розвитку економіки у 2017 році: аналітичний та теоретико-методологічний аспекти», (Одеса, 1-2-грудня 2017) / відп. за випуск д.е.н., проф. С. О. Якубовський. – Одеса : ОНУ імені І. І.</p>	
--	--	--	--	--	---	--

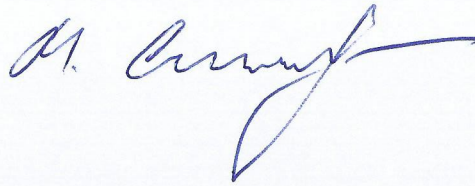
Мечникова, 2017. – С. 120 – 122.

21. Шурпа С.Я. Сучасні інноваційні підходи до формування активів людського капіталу / С.Я. Шурпа // Теоретичні та прикладні питання економіки. Збірник наукових праць (за заг. ред. проф. Єханурова Ю.І., Філюк Г.М.) – К.: ТОВ «ЦП «КОМПРИНТ», 2016. — Випуск 2 (33). — С. 119—125.

22. Шурпа С.Я. Нейромаркетинг як новий спосіб впливу на поведінку споживачів / С. Я. Шурпа // Управління розвитком соціально-економічних систем: глобалізація, підприємництво, стає економічне зростання // Праці міжнародної наукової конференції студентів та молодих вчених. Том 3 / Ред. кол. Хаджинов І.В. (голова) та ін. – Вінниця: Дон.НУ імені Василя Стуса, 2016. – 84с.

23. Інвестування в людський капітал у системі чинників забезпечення гідної праці : монографія / [О. А. Грішнова, О. В. Дорош, С. Я. Шурпа] ; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. О. А. Грішнкової. — К. : КНЕУ, 2015. —222, [2] с.

Завідувач кафедри



М.Д. Романюк