

**ТАБЛИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПУБЛІКАЦІЙ НАУКОВОГО КЕРІВНИКА
НАПРЯМАМ І ТЕМАТИЦІ ДОСЛІДЖЕНЬ АСПІРАНТІВ**

№з /п	Прізвище, ім'я аспіранта	Науковий керівник	Тема дисертації	Рік зараху- вання	Форма навчання	4-5 праць наукового керівника, що вказують на відповідність тематиці досліджень
1	Терендій Анастасія	д.е.н. Кузик О.В.	Маркетингове управління споживчою поведінкою домогосподарств на продовольчому ринку України	2022-2023 н.р	очна	<p>1. Kuzyk O., Pryjmak V., Kravchuk Y. Analysis of Customer Loyalty Factors in the Business Market of Ukraine (Using the Example of the Baking Industry). Social Development: Economic and Legal Issues. 2025. No. 10. https://doi.org/10.70651/3083-6018/2025.10.20. URL: https://www.eu-scientists.com/index.php/sdel/article/view/454?articlesBySimilarityPage=3.</p> <p>2. Kuzyk O. Impact of marketing communications on the competitiveness of agribusiness in Ukraine. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development. 2025. Vol. 47. No. 3: 429-443. DOI: https://doi.org/10.15544/mts.2025.</p>

						<p>35.</p> <p>3. Кузик О.В., Терендій А.Б. Теоретико-методологічні засади дослідження продовольчого ринку. Формування ринкової економіки. 2025. Вип. 53. URL: http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/economics. DOI: http://dx.doi.org/10.30970/meu.2025.53.0.5302.</p> <p>4. Кузик О.В. Споживча поведінка в управлінні політикою просування агробізнесу в Україні. Ефективна економіка. 2024. №9. DOI: http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.9.31.</p> <p>5. Кузик О.В. Деякі аспекти маркетингових комунікацій в Інтернет агробізнесу України. Актуальні питання у сучасній науці. №7 (13). 2023. С. 47-59. https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-7(13)-47-59</p>
2	Барщовський Святослав (академвідпустка)	д.е.н. Кузик О.В.	Управління рекламною діяльністю промислових підприємств в Україні	2023-2024 н.р.	очна	<p>1. Kuzyk O. Impact of marketing communications on the competitiveness of agribusiness in Ukraine. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development. 2025.</p>

					<p>Vol. 47. No. 3: 429-443. DOI: https://doi.org/10.15544/mts.2025.35.</p> <p>2. Кузик О.В. Деякі аспекти маркетингових комунікацій в Інтернет агробізнесу України. <i>Актуальні питання у сучасній науці</i>. №7 (13). 2023. С. 47-59. https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-7(13)-47-59.</p> <p>3. Кузик О.В. Методологічні засади політики просування сучасних підприємств України. <i>Актуальні питання у сучасній науці</i>. 2025. № 9 (39). С.85-97. https://doi.org/10.52058/2786-6300-2025-9(39)-85-97.</p> <p>4. Кузик О.В., Яворська Т.В. Моделі PESO та NICE у політиці просування українських підприємств. <i>Актуальні проблеми сталого розвитку</i>. 2025. Том 2, № 4. С. 132-139. DOI: 10.60022/2(4)-16S.</p> <p>5. Кузик О.В., Лісік О.А. Оптимізація витрат на пошукові рекламні кампанії в Google Ads</p>
--	--	--	--	--	--

						для ІТ-стартапів в умовах економічної нестабільності. <i>Маркетинг і цифрові технології</i> . 2024. Том 8, № 2. С.47-57. URL: https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/364 .
3	Хіч Роман	проф. Майовець Є.Й.	Стратегічне маркетингове планування розвитку молочної промисловості України	2022-2023 н.р	очна	<p>1. Senyshyn O., Kundyttskyj O., Mayovets Y., Horodniak I., Zhuk O. Organic potential of Ukraine in the system of organic production of the European countries. <i>Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development</i>. 2023. Vol. 45, No. 1. P. 79-93. DOI: https://doi.org/10.15544/mts.2023.09.</p> <p>2. Актуальні тренди розвитку галузевого маркетингу в Україні: монографія; кол. авторів; за наук. ред. д-ра екон.наук, проф. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2025. 460 с.</p> <p>3. Майовець Є.Й., Сенишин О.С., Хіч Р.Я. Молокопереробна галузь України як об'єкт стратегічного маркетингового</p>

						<p>планування. Ефективна економіка. 2023. № 1. https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1008/1018.</p> <p>4. Майовець Є.Й., Сенишин О.С., Хіч Р.Я. Класифікація маркетингових стратегій у процесі стратегічного маркетингового планування. Інвестиції: практика та досвід. 2023. № 2. С. 5-11. https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/977/986.</p> <p>5. Mayovets Y., Senyshyn O., Khich R. Strategic marketing development of milk processing industry of Ukraine. Формування ринкової економіки України. 2024. Вип. 51. С. 47-56. DOI: http://dx.doi.org/10.30970/meu.2024.51.0.5106.</p>
4.	Хоміць Лілія-Ольга	доц. Городняк І.В.	Маркетингові стратегії використання інтернет-реклами на споживчих ринках України	2023-2024 н.р.	очна	<p>1. Городняк І.В. Вплив реклами на поведінку споживачів в Україні. Актуальні тренди розвитку галузевого маркетингу в Україні: монографія / за ред. проф. Є.Й. Майовця Львів: ЛНУ, 2025. С. 89-130.</p> <p>2. Городняк І.В., Наконечна В.Д., Гнатів Ю.П. Рекламні</p>

						<p>стратегії на ринку освітніх послуг України. Наукові перспективи, 2025. № 11(65). С. 688-703.</p> <p>3. Городняк І., Гнатів Ю. Аналіз показників ефективності таргетованої реклами. Формування ринкової економіки в Україні, 2025. Вип. 52. С. 194-201.</p> <p>4. Городняк І.В., Городняк Р.В., Терендій А.Б. Аналіз ринку реклами в Україні. Формування ринкової економіки в Україні, 2024. Вип. 51. С. 14-22.</p> <p>5. Городняк І.В., Гнатів Ю.П. Особливості використання таргетованої реклами в діяльності вітчизняного бізнесу. Бізнес-навігатор, 2024. Вип. 2(75). С. 350-355.</p>
5.	Зінькова Світлана	доц. Гнилякевич І.З,	Комплексний CRO-аудит в маркетинговій діяльності компанії	2023-2024 н.р.	очна	<p>1. Гнилякевич-Проць І.З. Роль оптимізації рівня конверсії (CRO) в маркетингу. / І.З. Гнилякевич-Проць, С.В. Зінькова// Ринкова економіка:сучасна теорія і практика управління. 2024. 1, https://doi.org/10.18524/2413-9998.2024.1(56).309063 (36-51) –</p>

					<p>DOI: http://rinek.onu.edu.ua/article/view/309063. 2. Гнилякевич-Проць І.З.</p> <p>2. Гнилякевич-Проць І.З., Зінькова С.В. .Аналіз українського ринку CRO-послуг. Маркетингові цифрові технології. 2024. 8, 1.С. 48-57. DOI: 10.15276/mdt.8.1.2024.3.</p> <p>3. Гнилякевич-Проць І.З. Особливості просування та оптимізації односторінкового сайту. Маркетинг і цифрові технології. 2022. № 4. С. 17-27. – DOI: 10.15276/mdt.6.4.2022.2.</p> <p>4. Гнилякевич-Проць І.З. Тренди розробки інфлюенс стратегії. Економіка та суспільство. 2022. 44. С. 1-11. – DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-64.</p> <p>5. Гнилякевич-Проць І. З. Інструменти нейромаркетингу в управлінні поведінкою споживачів в інтернет-середовища. Вісник Львівського університету. Серія економічна. 2020. Випуск 58. С. 170-180. – DOI:</p>
--	--	--	--	--	---

						http://dx.doi.org/10.30970/ves.2020.58.0.5816 .
6.	Фігун Дмитро	доц. Сохецька А. В.	Маркетингові стратегії просування продукції підприємств харчової промисловості на зовнішніх ринках"	2023-2024 н.р.	очна	<p>1. Sokhetska Anna. Integration of logistics systems of developing countries into international logistics channels, Acta logistica. 2021.Vol. 8, No. 4, pages 235-243, 2021</p> <p>2. Сохецька А.В. Концептуальні проблеми логістичного управління в контексті підвищення конкурентоспроможності підприємства. Інфраструктура ринку. 2020. №43. URL: http://www.market-infr.od.ua/uk/43-2020</p> <p>3. Сохецька А.В. Визначальні напрями та особливості застосування маркетингу в електронній торгівлі розвинених країн світу. Підприємництво та інновації. 2020. Вип. 11., Ч.1. С.12-18.</p> <p>4. Сохецька А.В. Адаптивне ціноутворення в умовах економічної нестабільності: поведінковий підхід до формування цінової політики підприємств/ Вчені записки</p>

						<p>Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2025. Т. 36 (75), №3. С. 29-35. DOI: https://doi.org/10.32782/2523-4803/75-3-5.</p> <p>5. Яворська Т.В. Сохецька А.В. Використання Big Data у сучасних маркетинговій дослідженнях: нові можливості для прогнозування поведінки споживачів. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2025. Випуск 63. С.57-63.</p>
7.	Щур Максим	доц. Городняк І.В.	Маркетингове управління поведінкою споживачів на ринку роздрібно́ї торгівлі України	2024-2025 н.р.	очна	<p>1. Городняк І.В. Вплив реклами на поведінку споживачів в Україні. Актуальні тренди розвитку галузевого маркетингу в Україні: монографія / за ред. проф. Є.Й. Майовця Львів: ЛНУ, 2025. С. 89-130.</p> <p>2. Senyshyn O., Kundyskyj O., Mayovets Y., Horodniak I., Zhuk O. Organic potential of Ukraine in the system of organic production of the European countries. Management Theory and</p>

					<p>Studies for Rural Business and Infrastructure Development, 2023. Vol. 45. No. 1. P. 79-93.</p> <p>3. Хомиць Л.-О. І., Городняк І.В. Маркетинговий підхід до визначення сутності споживчого ринку. Наукові записки Національного університету «Острозька академія», серія «Економіка», 2025. № 36(64). С. 23-29.</p> <p>4. Городняк І.В., Гнатів Ю.П. Аналіз ринку роздрібної торгівлі України. Економічний простір, 2023. №187. С. 49-54. 5. Городняк І.В., Терендій А.Б. Споживча поведінка домогосподарств на продовольчому ринку України. Економічний простір. 2020. №159. С. 39-43.</p>
--	--	--	--	--	--

8.	Гнатів Юлія	доц. Городняк І.В.	Управління рекламними стратегіями на продовольчому ринку України».	2025-2026 н.р	очна	<p>1. Городняк І.В. Вплив реклами на поведінку споживачів в Україні. Актуальні тренди розвитку галузевого маркетингу в Україні: монографія / за ред. проф. Є.Й. Майовця Львів: ЛНУ, 2025. С. 89-130.</p> <p>2. Городняк І.В., Городняк Р.В., Терендій А.Б. Аналіз ринку реклами в Україні. Формування ринкової економіки в Україні, 2024. Вип. 51. С. 14-22.</p> <p>3. Городняк І.В., Хоміць Л-О.І. Аналіз стану і тенденцій розвитку ринку таргетованої реклами в Україні. Маркетинг і цифрові технології. 2023. Том 7. №2. С. 73-85.</p> <p>4. Городняк І.В., Хоміць Л-О.І., Терендій А.Б. Аналіз формули ранжування оголошень як фактора впливу на вартість таргетованої реклами в соціальних мережах корпорації «МЕТА PLATFORMS». Формування ринкової економіки в Україні. 2022. Вип. 47. С. 87-96.</p> <p>5. Городняк І.В., Хоміць Л-О.І. Дослідження таргету як інструменту маркетингових</p>
----	-------------	--------------------	--	---------------	------	---

						комунікацій. Маркетинг і цифрові технології. 2022. Том 6. №2. С. 7-2
9	Петровський Святослав (академвідпустка)	доц. Городняк І.В.	Маркетингові дослідження поведінки споживачів на ринку органічної продукції України	2022-2023 н.р.	очна	<p>1. Городняк І.В. Вплив реклами на поведінку споживачів в Україні. Актуальні тренди розвитку галузевого маркетингу в Україні: монографія / за ред. проф. Є.Й. Майовця Львів: ЛНУ, 2025. С. 89-130.</p> <p>2. Senyshyn O., Kundytshyj O., Mayovets Y., Horodniak I., Zhuk O. Organic potential of Ukraine in the system of organic production of the European countries. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development, 2023. Vol. 45. No. 1. P. 79-93.</p> <p>3. Хоміць Л.-О. І., Городняк І.В. Маркетинговий підхід до визначення сутності споживчого ринку. Наукові записки Національного університету</p>

						<p>«Острозька академія», серія «Економіка», 2025. № 36(64). С. 23-29.</p> <p>4. Городняк І.В., Петровський С.В. Аналіз ринку органічної продукції в Україні. Економічний простір, 2023. №184. С. 31-35.</p>
--	--	--	--	--	--	---