

РЕЗЮМЕ

ІНФОРМАЦІЙНА КАРТКА НАУКОВО-ПЕДАГОГІЧНОГО ПРАЦІВНИКА	
1. ПІП	Поліщук Ірина Ігорівна
2. Вчене звання, посада на кафедрі	доктор економічних наук, професор, професор, завідувач кафедри маркетингу та реклами
3. Адреса персональної робочої електронної пошти	i.polishchuk@vtei.edu.ua
4. Правильна транслітерація прізвища	Polishchuk

РЕЗЮМЕ НАУКОВО-ПЕДАГОГІЧНОГО ПРАЦІВНИКА	
1. Ідентифікатори автора	SCOPUS https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57219255117 ResearcherID https://www.webofscience.com/wos/author/record/1138800 ORCID https://orcid.org/0000-0001-6939-8529 Google Scholar https://scholar.google.com.ua/citations?hl=&user=O4yVg-MAAAAJ
2. Освіта та кваліфікація	<p>— У 2003 р. закінчила Вінницький інститут регіональної економіки та управління за спеціальністю «Облік і аудит», кваліфікація – бухгалтер-економіст.</p> <p>— У 2019 р. закінчила Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету за спеціальністю «Маркетинг», кваліфікація – ступінь вищої освіти магістр спеціальність «Маркетинг».</p> <p>— У 2023 р. закінчила Вінницький торговельно-економічний інститут Державного торговельно-економічного університету за спеціальністю «Філологія», спеціалізація «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська», кваліфікація – ступінь вищої освіти магістр.</p> <p>— У 2011 році захистила дисертацію на здобуття наукового ступеню кандидата економічних наук у Одеській національній академії зв'язку ім. О. С. Попова за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), тема дисертації «Моніторинг факторів впливу на результати фінансової діяльності оператора поштового зв'язку».</p> <p>Науковий керівник: к.е.н., професор Стрельчук Є.В.</p> <p>— У 2019 році захистила дисертацію на здобуття наукового ступеню доктора економічних наук у Херсонському національному технічному університеті за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), тема дисертації «Управління маркетинговим потенціалом підприємства за умов міжнародної інтеграції».</p> <p>Науковий консультант: д.е.н., професор Гончар О.І.</p>
3. Підвищення кваліфікації	<p>Підвищення кваліфікації у DigIn.Net 2 (German-Ukrainian Digital Innovation Network 2), Anhalt University of Applied Sciences, м. Кетен, Німеччина, сертифікат № DN 20231132, тема: «Digital Future: Blended Learning», 2023 р.; у Вінницькому національному технічному університеті, тема: «Логістичне обслуговування», 2021 р.; на Приватному підприємстві «Траекторія», тема : «Логістичне обслуговування», 2021 р.; Instytut Miedzynarodowej Wspolpracy Akademickiej I Naukowej, IIASC – Інститут Міжнародної Академічної та Наукової Співпраці, WSDSAC Wyższe Seminarium Duchowne.</p>

	Stowarzyszenia Apostolstwa Katolickiego, Польща, Варшава, сертифікат KW122020/021, тема: «Наукове стажування «Академічна доброчесність»», 2020 р.; Instytut BadawczoRozwojowy Lubelskiego Parku Naukowo Technologicznego, Lublin, Republic of Poland, certificate ES №1036/2020, тема: «International skills development (the webinar) on the theme «The cloud storage service for the online studying on the example of the ZOOM platform»», 2020 р.
4. Міжнародний досвід	<p>— Державний торговельно-економічний університет, Проєкт Жан Монне 101047657 AERC, сертифікат № 54/4, тема «Адвокування європейських правил конкуренції», 2023 р. (40 годин/ 1,3 кредити).</p> <p>— ГО «Privacy HUB» за підтримки ЄС, Міжнародного Фонду «Відродження», проєкту «Цифрові, інклюзивні, доступні: підтримка цифровізації державних послуг в Україні» (Проєкт підтримки Дія), Програма розвитку ООН в Україні за фінансуванням Швеції, та сприянням Міністерства освіти і науки України, сертифікат №1/14521-22, освітній табір «Академія приватності», грантовий компонент проєкту EU4USociety, 2022 р.</p>
5. Особисті нагороди	Почесна грамота Вінницької обласної державної адміністрації та обласної Ради (2018р.).
6. Перелік найвагоміших праць	<p>1. Монографії</p> <p>1. Поліщук І.І., Коновал В.В., Середницька Л.П. Маркетинговий потенціал: стратегічні орієнтири розвитку: монографія. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 284 с. (обсяг власних – 120 с.).</p> <p>2. Поліщук І.І. Маркетинговий потенціал в системі управління підприємством: монографія. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2018. 353 с.</p> <p>3. Поліщук І.І. Позиціонування маркетингового потенціалу в системі управління підприємством. Структурна модернізація економіки: прогнозні сценарії та перспективи розвитку регіону: монографія; за заг. ред. М. В. Шарко. Херсон : ПП Вишемирський В.С., 2018. С.189–197.</p> <p>4. Поліщук І.І. Теоретичні засади управління маркетинговим потенціалом підприємства в сучасних умовах : монографія; за заг. ред. Г.М. Тарасюк. Житомир : ЖДТУ, 2017. С. 132–140.</p> <p>5. Поліщук І.І. Клієнтоорієнтований підхід в управлінні маркетинговим потенціалом промислових підприємств. Education and economics: knowledge-education-development: monograph (Second edition, revised and expanded); ed. by M. Voynarenko, T. Trocikowski. Wloclawek-Kaniewo, 2016. P.180–184.</p> <p>6. Polishchuk I.I. Management of marketing potential of the enterprise as an anti-crisis means of influence on final results of its activities. Socio-economic problems of management: theory and practice. Collective monograph. Verlag SWG imex GmbH, Nürnberg, Deutschland, 2016. 92 p. С. 63-72.</p> <p>7. Поліщук І.І., Соколюк К.Ю. Взаємозв'язок внутрішніх факторів впливу на результати діяльності підприємства на ринку послуг зв'язку. Соціально-економічні аспекти розвитку національної економіки в умовах перманентних кризових явищ. Умань: Видавничо-поліграфічний центр «Візаві», 2015. С.364-371. (обсяг власних – 4 с.).</p> <p>2. Підручники –</p> <p>3. Навчальні посібники</p> <p>1. Замкова Н.Л., Танасійчук А.М., Поліщук І.І., Громова О.Є., Довгань Ю.В. Міжнародний маркетинг: навчальний посібник. Вінниця:</p>

Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2024. 338 с. (загальний обсяг – 17,35 друк.арк.) (обсяг власних – 3,47 друк.арк.).

2. Замкова Н.Л., Поліщук І.І., Довгань Ю.В., Шарко В.В., Танасійчук А.М. Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2024. 294 с. (загальний обсяг – 14,5 друк.арк.) (обсяг власних – 2,9 друк.арк.).

3. Танасійчук А.М., Поліщук І.І., Громова О.Є., Бондаренко В.М., Гевчук А.В., Поліщук Н.В. Маркетинг: навчальний посібник. Вінниця . ТОВ «Меркьюрі-Поділля». 2019. 292 с. (Гриф МОНУ № 1/11-232-86 від 03.07.2019) (загальний обсяг - 18,25 друк.арк.) (обсяг власних – 4,0 друк.арк.).

4. Поліщук І.І., Швед В.В. Управління персоналом: навчально-методичний посібник. Вінниця: ТОВ «Твори», 2019. 284 с. (загальний обсяг - 17,75 друк.арк.) (обсяг власних – 17,0 друк. арк.).

5. Замкова Н.Л., Поліщук І.І., Буга Н.Ю., Соколюк К.Ю. Поведінка споживачів: навчальний посібник. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2018. 200 с. (загальний обсяг - 11,63 друк.арк.) (обсяг власних – 3,0 друк.арк.).

4. Статті у фахових виданнях, матеріали конференцій

1. Zamkova N., Polishchuk I., Dovhan Yu., Dovhan L., Novytskyi R. Training of Future Logistics and Supply Chain Managers: A Competency Approach. Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2023. Vol. 1 (48). P. 427–440. (Web of Science, фахове видання).

2. Tanasiichuk A., Polishchuk I., Kovalchuk S., Stankevych I., Neustroiev Y., Turchiy O. Resilient Strategies of International Marketing Segmentation. European Journal of Sustainable Development. 2023. Volume 12, No2., p. 174-191. (Web of Science).

3. Polishchuk I., Dovhan Yu., Hromova O., Dovhan L., Hnydiuk I. Tools for marketing management of the innovation and investment activity. Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2022. Vol. 2 (43). P. 228-237. (Web of Science, фахове видання).

4. Gonchar O., Polishchuk I., Khachatryan V., Ostapchuk O., Bitiy A., Gvozdecka I. Marketing Provision Of Realization Of Entrepreneurship Potential As The Basis Of Enterprise's Competitiveness. Advanced computer information technologies (ACIT`2020): 10th International Conference (Deggendorf, Germany, 16-18 Sept., 2020). IEEE, 2020. P.647-650 (Scopus).

5. Gonchar O., Zamkova N., Polishchuk I., Dovhan Yu., Sokolovska V. Oil and Fat Business of Ukraine: Marketing Orientation for Achieving Competitive Advantages. European Journal of Sustainable Development, 2020, 9, 4, P. 261-272. (Web of Science).

6. Gonchar O.I., Polishchuk I.I. Synergic approach in marketingpotential management of the enterprise. Науковий вісник Полісся. 2017. №3(11). С. 29-33. (фахове видання, Web of Science).

7. Поліщук І.І., Довгань Ю.В., Якушевська О.В. Освітній маркетинг в умовах економіки знань. *Інфраструктура ринку*. 2024. Вип. 78. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/78-2024>. (фахове видання).

8. Поліщук І.І., Довгань Ю.В., Якушевська О.В. Маркетингова стратегія в цифровому середовищі: огляд компонентів та основних аспектів. *Ефективна економіка*. 2024. №5. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/3746/3781>. (фахове видання).

9. Танасійчук А.М., Поліщук І.І. Особливості застосування цифрових

- технологій у маркетинговій діяльності підприємства. *Modern Economics*. 2023. № 39(2023). С. 138-145. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V39\(2023\)-21](https://doi.org/10.31521/modecon.V39(2023)-21). (фахове видання).
10. Поліщук І.І. CRM-система як основа формування споживчої лояльності. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2021. № 3(17). С.76-80. (фахове видання).
11. Станкевич І.В., Поліщук І.І., Борисевич Є.Г. Розвиток маркетингових досліджень задоволеності вимог стейкхолдерів організації на засадах методичного інструментарію управління якістю. *Бізнес Інформ*. 2021. №2. С.336-345. (фахове видання).
12. Поліщук І.І. Управління потенціалом підприємства на засадах клієнтоорієнтованого маркетингу. *Вісник Хмельницького національного університету*, 2021. № 5. Том 2. С.41-44. (фахове видання).
13. Поліщук І.І. Формування лояльності цільової аудиторії закладу вищої освіти. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2021. Том 6. №3. С.164–169. (фахове видання).
14. Поліщук І.І. Використання гейміфікації та ігор в програмах лояльності. *Український журнал прикладної економіки*. 2021. Том 6. №2. С.293–298. (фахове видання).
15. Танасійчук А.М., Сіренко С.О., Поліщук І.І. Стимулювання продажу товарів як спосіб подолання комунікаційного розриву в стосунках між торговельними підприємствами і споживачами. *Вісник Хмельницького національного університету*. Серія: Економічні науки. 2020. № 5. С. 218-222. (фахове видання).
16. Поліщук І.І., Громова О.Є., Довгань Ю.В. Логістизація маркетингової діяльності олійно-жирових підприємств харчової галузі. *Регіональна бізнес-економіка та управління*. 2020. №1 (65). С.43-50. (фахове видання).
17. Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Маркетингові аспекти управління олійножировими підприємствами. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. №2(73). 2020. С.93-100. (фахове видання).
18. Поліщук І.І., Ліпковська К.А., Сівакова К.О. Моніторинг маркетингової діяльності підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2019. Випуск 32. С. 184–191. (фахове видання).
19. Polishchuk I., Gonchar O. Integration factors of today as a prerequisite for forming a mechanism for managing the marketing potential of the enterprise. *Journal of European Economy*. №2 (69), T.18. 2019. С. 213-225. (фахове видання).
20. Поліщук І.І. Розвиток маркетингового потенціалу – передумова конкурентоспроможності підприємства. *Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції*. 2018. № 29 (18). Т. 1. С. 72–76 (фахове видання).
21. Поліщук І.І. Управління маркетинговим потенціалом підприємства на принципах логістизації. *Соціально- економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції*. 2018. №29 (18). Т. 2. С.61–65 (фахове видання). Поліщук І.І. Формування інформаційно-організаційного забезпечення механізму управління маркетинговим потенціалом підприємства. *Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції*. 2018. № 30 (19). С.56–60 (фахове видання).
22. Поліщук І.І. Концептуальні підходи до формування механізму управління маркетинговим потенціалом сучасного підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. *Економічні науки*. 2018. № 6, Т. 2. С.131–136. (фахове видання).

23. Поліщук І.І. Чинники нормативного регулювання реалізації маркетингового потенціалу підприємств легкої промисловості. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2018. № 3, т. 3. С.209–111. (фахове видання).
24. Поліщук І.І. Сучасні підходи та методи дослідження програм лояльності. *Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: Збірник наукових праць XII Міжнародної науково-практичної конференції 15-17 травня 2024 р. Вінниця, 2024.*
25. Поліщук І.І., Бердичевський А. Сутність бренду роботодавця в бізнес-діяльність компанії. *Бренд-менеджмент: маркетингові технології: VI Міжнародна науково-практична конференція, м. Київ, ДТЕУ, 14 березня 2024 р. С.145-147.*
26. Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Базовий маркетинговий інструментарій управління. *Modern Engineering and Innovative Technologies. 2023. Is. 27. Part. 2. Pp. 61-65 (іноземне видання).*
27. Поліщук І.І., Яворончук В.І. SMM як сучасний і ефективний напрямок проєктного маркетингу. *Управління проєктами: проєктний підхід в сучасному менеджменті : матеріали XIV Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 19-20 жовт. 2023 р. Одеса, 2023. С. 436-439.*
28. Поліщук І.І. Робота з персональними даними в маркетинговій діяльності. *Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: зб. наук. пр. XI Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 25 вересня 2023 р. Вінниця, 2023. Ч. 2. С.110-118.*
29. Поліщук І.І. GDPR та маркетингова стратегія в соціальних мережах. *Екон. наук.-практ. форум «Підприємництво і маркетинг у формуванні національної безпеки за умов сучасних глобальних викликів», 1–3 груд. 2022 р. Хмельницький : ХНУ, 2022. С. 197-200.*
30. Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Оцінка ефективності використання маркетингового потенціалу підприємства. *Modern engineering and innovative technologies. 2022. Issue 21. Part 2. P.65–72.*
31. Поліщук І.І. Краудсорсинг як технологія управління маркетинговою діяльністю підприємства. *Підприємництво, торгівля, маркетинг: стратегії, технології та інновації: V Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція, 27 травня 2022 р. С. 66–69.*
32. Поліщук І.І. Територіальний брендинг – запорука соціально-економічного розвитку території. *Бренд-менеджмент: маркетингові технології. Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 11 березня 2021 р.) / відп. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. С.222- 224.*
33. Поліщук І., Гончар О., Довгань Ю. Особливості моніторингу зовнішнього середовища на засадах маркетингового аналізу. *Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. Словаччина. 2020. №8. Том 4. С. 60-63.*
34. Станкевич І.В., Поліщук І.І. Від академічної доброчесності до якості життя. *Академічна доброчесність: виклики сучасності : збірник наукових есе учасників дистанційного етапу наукового стажування для освітян (Республіка Польща, Варшава, 02.11 – 11.12.2020) / Польсько-українська фундація «Інститут Міжнародної Академічної та Наукової Співпраці», Духовна Академія Університету Кардинала Стефана Вишинського, Фундація ADD. Варшава, 2020. С.107- 114.*

<p>7. Досвід роботи</p>	<p>— У жовтні 2008 року закінчила аспірантуру Одеської національної академії зв'язку ім. О.С. Попова.</p> <p>— З жовтня 2013 по лютий 2015 року працювала доцентом кафедри маркетингу та реклами Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету.</p> <p>— З березня 2015 по теперішній час працюю на посаді завідувача кафедри маркетингу та реклами Вінницького торговельно-економічного інституту Державного торговельно-економічного університету поєднуючи з викладацькою роботою.</p>
<p>8. Керівництво роботою аспіранта</p>	<p>— Довгань Юрій Васильович, тема: «Маркетингові інструменти управління інноваційно-інвестиційною активністю олійно-жирових підприємств харчової галузі», науковий ступінь – кандидат економічних наук, спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Спеціалізована вчена рада Д 70.052.01 Хмельницького національного університету, квітень 2021 р. (ДК №060819 від 29.06.2021, Міністерство освіти і науки України Хмельницький національний університет)</p>
<p>9. Керівництво роботою здобувачів вищої освіти</p>	<p>— II етапу Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт зі спеціальності 075 «Маркетинг» за першим (бакалавр) та другим (магістр) рівнями вищої освіти. (Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, м. Хмельницький, 2024) – Мазур А. – Диплом II ступеня другий (магістерський) рівень вищої освіти.</p> <p>— II етапу Міжнародного конкурсу кваліфікаційних робіт з маркетингу, реклами, digital-комунікацій та управління брендами. (Хмельницький національний університет, м. Хмельницький, 2024) – Гуменний О. – Диплом III ступеня.</p> <p>— II етапу Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт зі спеціальності 075 «Маркетинг» за першим (бакалавр) та другим (магістр) рівнями вищої освіти. (Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, м. Хмельницький, 2023) – Шуневич В.О. – Диплом III ступеня другий (магістерський) рівень вищої освіти.</p> <p>— II етапу VI Всеукраїнського конкурсу дипломних робіт (випускних кваліфікаційних робіт) зі спеціальності «Маркетинг». (Хмельницький національний університет, м. Хмельницький, 2022) – Мороз С.С. – Диплом II ступеня.</p> <p>— II етапу V Всеукраїнського конкурсу дипломних робіт (випускних кваліфікаційних робіт) зі спеціальності «Маркетинг». (Хмельницький національний університет, м. Хмельницький, 2021) – Поліщук К.О. – Диплом III ступеня.</p> <p>— II етапу III Всеукраїнського конкурсу дипломних робіт (випускних кваліфікаційних робіт) зі спеціальності «Маркетинг». (Хмельницький національний університет, м. Хмельницький, 2020) – Богацька І.В. – Диплом III ступеня.</p> <p>— Всеукраїнський конкурс наукових студентських робіт «Логістика як інструмент підвищення конкурентоспроможності українських підприємств» (Уманський національний університет садівництва, м. Умань, 24 травня 2019 року). Грамота за II місце – Гончарук Д.С.</p> <p>— II етап II Всеукраїнського конкурсу дипломних робіт (випускних кваліфікаційних робіт) зі спеціальності «Маркетинг» (Хмельницький національний університет, м. Хмельницький, 13 квітня 2018). Дипломом III ступеня – Блажкевич Т.В.</p>

<p>10. Участь (входження до складу) у наукових та громадських радах, комісіях, інших об'єднаннях</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Член ГО «Українська Асоціація Маркетингу». — Член ГО «Об'єднання маркетологів України». — Член ГО «Вінницька асоціація гостинності «ХлібСіль». — Академік Академії економічних наук України зі спеціальності «Маркетинг». — Член робочої групи з розробки професійних стандартів за кодом 2419 «Професіонали у сфері маркетингу». — Член правління ГО «Мережа громадських організацій підтримки ВПО в Україні». — Член редакційної колегії наукового фахового видання «Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки», з 2020 р. (Категорія «Б»; Index Copernicus ICV 2019: 56.97 (з 2013); Google Scholar h5-Index: 29 (з 2013)). — Член редакційної колегії наукового журналу з економічних наук «Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки», з 2023 р. (Категорія «Б»; Index Copernicus ICV 2019: 56.97 (з 2013); Google Scholar h5-Index: 29 (з 2013)). — Член редакційної колегії збірника наукових праць з економічних наук «Підприємництво та торгівля» Львівського торговельно-економічного університету, з 2023 р. (Категорія «Б»; Index Copernicus; Google Scholar).
---	--