

РЕЗЮМЕ

ІНФОРМАЦІЙНА КАРТКА НАУКОВО-ПЕДАГОГІЧНОГО ПРАЦІВНИКА	
1. ПІІ	Середницька Людмила Петрівна
2. Вчене звання, посада на кафедрі	старший викладач кафедри маркетингу та реклами
3. Адреса персональної робочої електронної пошти	l.serednytska@vtei.edu.ua
4. Правильна транслітерація прізвища	Serednytska

РЕЗЮМЕ НАУКОВО-ПЕДАГОГІЧНОГО ПРАЦІВНИКА	
1. Ідентифікатори автора	<p>Google Scholar https://scholar.google.com.ua/citations?user=qZt13oIAAAAJ&hl=uk&oi=sra ORCID https://orcid.org/0000-0002-7730-0963 ResearcherID https://www.webofscience.com/wos/author/record/206003</p>
2. Освіта та кваліфікація	<p>У 1979 р. закінчила Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету за спеціальністю «Товарознавство і організація торгівлі промисловими товарами», класифікація за дипломом – товарознавець вищої кваліфікації.</p> <p>У 1982 р. закінчила Московський кооперативний інститут ордена Дружби народів Центроспілки за спеціальністю Технологія торгових процесів, кваліфікація за дипломом Викладач кооперативних технікумів.</p>
3. Підвищення кваліфікації	Підвищення кваліфікації у Одеській державній академії будівництва та архітектури з 16.09. по 04.10. 2024 р.
4. Міжнародний досвід	–
5. Особисті нагороди	–
6. Перелік найвагоміших праць	<p style="text-align: center;">Монографії</p> <p>1. Поліщук І.І., Середницька Л.П., Коновал В.В. Маркетинговий потенціал: стратегічні орієнтири розвитку. Монографія. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТУІ КНТЕУ, 2020. 284 с.</p> <p style="text-align: center;">Підручники Навчальні посібники Статті у фахових виданнях, матеріали конференцій</p> <p>1. Tanasiichuk A., Dybchuk L., Prysiazna L., Sokolyuk K., Vyshniuk V., Kashpruk Y., Serednytska L. Integration of Sustainable Development into International Marketing: Developing a Mechanism for Enhancing Enterprise Economic Potential in Wartime Conditions. <i>European Journal of Sustainable Development</i>, 2025, 14(4), 381. Retrieved from https://ecsdev.org/ojs/index.php/ejsd/article/view/1811 (Web of Science; іноземне видання) (1,4/ 0,2).</p> <p>2. Довгань Ю.В., Середницька Л.П. Інноваційні технології логістики розповсюдження та їх впровадження. <i>Актуальні питання економічних наук</i>. №8.2025. DOI:https://doi.org/10.5281/zenodo.15082918. URL:https://aeconomics.com.ua/index.php/home/article/view/343/351. (0.7/0,35)</p> <p>3. Громова О., Шевчук А., Середницька Л. Застосування ШІ для підвищення ефективності маркетингових стратегій компаній “Promising areas of theoretical and applied research «2025» (США)</p> <p>4. Середницька Л.П. Цінова еластичність попиту як основа прийняття ефективних управлінських рішень., XIII Міжнародній науково-практичній конференції «Соціально-політичні, економічні та</p>

гуманітарні виміри європейської інтеграції України», 14-16.05.25р.
м. Вінниця, ВТЕІ ДТЕУ

5.Середницька Л.П., Ліщишен М.І. Роль наукових досягнень та інновацій у формування конкурентоспроможності та успіху в сучасному світі. XVIII International scientific and practical conference «Innovations in Scientific Research : World Experience and Realities», April 10 -12 2024, Riga, Latvia. International Scientific Unity, 2024. С.123–125. Google Scholar) 0,2 / 0,15

6.Середницька Л.П., Рисинець Т.П. Головчук Ю.О., КарачинаН.П., Роль менеджменту у забезпеченні транспарентності як основного принципу маркетингу у медичній сфері. *Ефективна економіка*. 2025. № 2. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.2.22>
URL: [https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/5765.\(2.16/0.5\)](https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/5765.(2.16/0.5))

7. Середницька Л.П., Павлюк Т.І. Формування комунікаційної стратегії суб'єктів господарювання. м. Одеса. Економіка та суспільство.2024.Випуск60.

<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/60>.

8. Середницька Л.П., Дибчук Л.В., Головчук Ю.О., Застосування цифрових технологій для оптимізації сучасних логістичних систем. м. Харків. Вісник економіки транспорту і промисловості.2024.№ 86

9. Tanasiichuk A., Kovalchuk S., Sokoliuk S., Kovtun E., Dodon O., Sakun H., Serebnytska L. International Business Strategy: Ensuring Enterprise Stability Amidst Turmoil. <https://ecsdev.org/ojs/index.php/ejsd/article/view/1540> (Web of Science; іноземне видання) (1,4/ 0,2).

10.Довгань Ю.В., Середницька Л.П. Маркетинг сталого розвитку: досвід ЄС. Економіка та суспільство. 2023. № 49. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2354>.

11. Громова О., Середницька Л., Крупський А. Ефективний маркетинг як основа конкурентоздатності підприємств. *Modern engineering and innovative technologies*. Issue 29, 2023. P. 9-13.

12. Середницька Л.П., Головчук Ю.О. Дибчук Л.В. Аналіз використання комплексу маркетингових комунікацій для підвищення ефективності управління поведінкою споживачів. *Modern engineering and innovative technologies*. June 2023. Issue 27. P. 47-51.

13. Середницька Л.П., Павлюк Т.І. Соціальна підтримка та соціальні послуги внутрішньо переміщеним особам в умовах війни. Україна, м. Одеса. Економіка та суспільство. Квітень 2023. №50.

<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2370>.

14. Середницька Л.П., Головчук Ю.О. Контент-маркетинг як дієвий інструмент просування бізнесу. Словаччина. *Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky*. 2022. P.203-205.

15. Середницька Л.П., Гулівата І.О., Шляхи цифровізації маркетингових послуг у системі організації вступу до закладів вищої освіти України. <http://cit-journal.com.ua/index.php/cit/article/view/368>. Луцьк. Комп'ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництво. 2022. № 48. С. 53-58.

16. Середницька Л.П. Новації у товарній політиці суб'єктів роздрібної торговельної мережі. Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: Збірник наукових праць VIII Міжнародної науково-практичної конференції. Вінниця, Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. Ч.3. С.150-158.

	<p>17. Serednytska L., Tanasiichuk A., Hromova O., Holovchuk Y., Shevchuk A. Market Researches which Are Conducted for Introduction of New Product on the Market. Italy. European Journal of Sustainable Development. 2020. Vol 9, No 2. p. 525-5312i DOI: 10.14207/ejsd.2020.v9n2p467 Thompson Reuters (Web of Science).</p> <p>18. Середницька Л.П., Танасійчук А.М., Особливості формування сучасного ринку мінеральної води. Modern Economics. 2020. №19. С. 178-182.</p> <p>19. Середницька Л.П., Головчук Ю.О., Виставково-ярмаркові заходи як складові формування партнерських відносин. Україна, м. Київ. <i>Агросвіт</i>. 2020. № 4. С. 61–98.</p> <p>20. Середницька Л.П., Головчук Ю.О., Інтеграція інформаційно-комунікаційних технологій у систему підвищення якості співпраці підприємств зі споживачами. Україна, Харків. Бізнес Інформ. 2020. № 4.</p> <p>21. Середницька Л.П., Головчук Ю.О. Бенчмаркінг у стратегічному управлінні інноваційним розвитком підприємства., Україна, м. Харків. Бізнес Інформ. 2020. № 5.</p> <p>22. Середницька Л.П., Головчук Ю.О. Маркетингова товарна політика - інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства. Україна, м. Київ. <i>Агросвіт</i>. 2020. № 1. С.61-68.</p> <p>23. Середницька Л.П., Танасійчук А.М., Сіренко С.О. Системний підхід до оцінювання синергійного ефекту від реалізації маркетингової стратегії міжнародної диверсифікації бізнесу. Україна. Вісник Хмельницького національного університету. Серія:Економічні науки. 2019. №5, С. 233-238.</p> <p>24. Середницька Л.П., Танасійчук А.М., Світовий досвід розвитку екологічно чистої упаковки товарів. Україна. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. Том 30 (69). № 6, 2019 Частина 2. С. 94-98.</p> <p>25. Середницька Л. П., Танасійчук А.М. Науково-практичні підходи до управління маркетинговими витратами в міжнародній діяльності підприємств Україна. <i>Причорноморські економічні студії</i>. м. Одеса. 2019. №39 (49). С. 89 – 94.</p> <p>26. Середницька Л.П. Танасійчук А.М. Формування заходів впливу на споживача засобами інноваційного пакування. Інфраструктура ринку. м. Одеса 2019. №28. С. 218 – 223.</p> <p>27. Середницька Л.П., Танасійчук А.М., Уманець В.О. Гносеологічний аналіз наукових підходів до формування теорії міжнародного маркетингу. Словаччина. Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. 2019. №10. Том 2. С. 30-35. (обсяг власних-2с.).</p>
<p>7. Досвід роботи</p>	<p>З 2017 р. по сьогоднішній час працюю у ВТЕІ ДТЕУ на посаді старшого викладача кафедри маркетингу та реклами</p>
<p>8. Участь (входження до складу) у наукових та громадських радах, комісіях, інших об'єднаннях</p>	<p>Член ГО «Українська Асоціація Маркетингу». Член ГО «Вінницька асоціація гостинності «Хліб Сіль».</p>