

**Наукові публікації здобувачів освіти
ОПП Маркетинг та міжнародна логістика
за 2024-2025 н.р.**

Статті:

1. Букало Н., Шевчук А. Особливості формування цінової політики будівельних організацій. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. Луцьк, 2025. Том 1. № 41. С. 190-195. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2025-01-190-195>.
2. Mokhniuk A., Sazhnieva A. The Role of Academic and Professional English Communication in Promoting Traditional Clothing Brands: Case Study of PJSC «Edelvika». *Здобутки Економіки: Перспективи та інновації*. 2025. № 18. URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15601401>
3. Милько І. П., Вавдіюк Н. Ю. Сучасні інформаційні технології в маркетингу як інструмент антикризової стратегії підприємства. *Економічний часопис ВНУ імені Лесі Українки*. 2025. № 2 (42).
4. Рейкін В., Данилюк Т., Шевчук Ю. Збутова політика в міжнародній діяльності з урахуванням етичних принципів. *Економічний часопис ВНУ імені Лесі Українки*. 2025. № 2. С. 218-226. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2025-02-218-226>.
5. Данилюк Т., Міщук П. Маркетинговий менеджмент як інструмент забезпечення конкурентоспроможної якості продуктів та послуг. *Економічний часопис ВНУ імені Лесі Українки*. 2025. № 2. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2025-02-210-217>. С. 210-217.

Тези:

1. Жилічева Ю. О. Особливості поведінки споживача на ринку. Матеріали II Всеукраїнської наук.-практ. конф «Сучасні технології маркетингу» відп. ред. проф. В. С. Рейкін (Луцьк, 13 травня 2025 р.). Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2025. С. 159-162.
2. Невидюк В. С., Лялюк А. М. Особливості управління маркетинговою діяльністю підприємства Матеріали II ВВПК (Луцьк, 13 травня 2025 р.). Відп. ред. проф. В. С. Рейкін. Луцьк : Вежа-Друк, 2025. С.
3. Гура Л. С., Лялюк А. М. Зміст і завдання маркетингової товарної політики підприємства Матеріали II ВВПК (Луцьк, 13 травня 2025 р.). Відп. ред. проф. В. С. Рейкін. Луцьк: Вежа-Друк, 2025. С.
4. Шамін М. Р. Лялюк А. М. Чинники впливу на формування маркетингової стратегії виходу підприємства на нові ринки Матеріали II ВВПК (Луцьк, 13 травня 2025 р.). Відп. ред. проф. В. С. Рейкін Луцьк: Вежа-Друк, 2025.
5. Босий С. Б., Милько І. П. Стратегічне маркетингове планування як чинник конкурентоспроможності підприємства. *Сучасні технології маркетингу: матеріали Міжнар. наук.- практ. конф.* (13 травня 2025 року) / Відп. ред. проф. В. Рейкін. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2025.
6. Босий С. Б. Теоретичні аспекти маркетингового стратегічного планування підприємства. *Матеріали XIX Міжнар. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих вчених «Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень»* (13–14 травня 2025 року). Луцьк : Вежа-Друк, 2025. С. 125-127. URL: https://volnu-my.sharepoint.com/:b/g/personal/mnv_vnu_edu_ua/EcOv0JiQHpdHkzETcQQk-Z8BFjUmcF1w9PZVlrcILtFCGg?e=nGZIKo
7. Вавдіюк Н. Ю., Милько І. П. Практичні підходи до реалізації антикризової маркетингової стратегії на підприємстві. *Сучасні технології маркетингу: матеріали Міжнар. наук.- практ. конф.* (13 травня 2025 року) / Відп. ред. проф. В. Рейкін. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2025.
8. Вавдіюк Н. Ю. Теоретичні аспекти розробки антикризової маркетингової стратегії в умовах економічної нестабільності. Матеріали XIX Міжнар. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих вчених «Молода наука Волині: пріоритети та перспективи

досліджень» (13–14 травня 2025 року). Луцьк: Вежа-Друк, 2025. С. 128-130. URL: https://volnu-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/mnv_vnu_edu_ua/EcOv0JiQHpdHkzETcQQk-Z8BFjUmcF1w9PZVlrcILtFCGg?e=nGZlKo

9. Сажнева А.А., Милько І.П. Планування рекламної кампанії підприємства. *Сучасні технології маркетингу: матеріали наук.- практ. конф.* (13 травня 2025 року) / Відп. ред. проф. В. Рейкін. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2025.

10. Сажнева А.А., Милько І.П. Теоретичні аспекти рекламного менеджменту підприємства. Теорія та практика менеджменту: матеріали наук.- практ. конф. (12 травня 2025 року) / Відп. ред. проф. Л. Черчик. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2025. С. 193-195. *Сучасні технології маркетингу: матеріали Міжнар. наук.- практ. конф.* (13 травня 2025 року) / Відп. ред. проф. В. Рейкін. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2025.

11. Щербакова А.О., Милько І.П. Теоретичні підходи до використання штучного інтелекту в сучасному маркетингу. *Сучасні технології маркетингу: матеріали наук.- практ. конф.* (13 травня 2025 року) / Відп. ред. проф. В. Рейкін. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2025.

12. Рейкін В., Процюк І. Особливості організації і планування рекламної кампанії в інтернеті. *Сучасні технології маркетингу: матеріали II Всеукраїнської наук.-практик. конф.* 13 травня 2025 р. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2025. С. 82-84.

13. Бойко М.Є. Савчук Я.О. Ключові аспекти управління репутацією в соціальних медіа. *Сучасні технології маркетингу. Матеріали II ВНПК*, 13 травня 2025р. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2025. С. 34-36.

14. Гойса А.В. Савчук Я.О. *Сучасні технології маркетингу. Матеріали II ВНПК*, 13 травня 2025р. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2025. С. 9-11.

15. Бойко М.Є. Аудит соціальних медіа як дієвий інструмент вдосконалення комунікаційної політики бренду. Матеріали XIX МНПК студентів, аспірантів та молодих вчених «Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень» (13-14 травня 2025 року). Луцьк: Вежа-Друк, 2025. С. 121-123.

16. Лісний В.С., Сак Т.В. Розробка конкурентної маркетингової стратегії підприємства в сучасних умовах. *Стан та перспективи розвитку бізнес-середовища в умовах сучасних викликів: матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих науковців. Рівненський державний гуманітарний університет. Рівне (28 листопада 2024 року).* С. 113-115.

17. Кузьмич Ю.О., Сак Т.В. Впровадження ощадливого виробництва та інноваційних маркетингових технологій: інтеграційний підхід. *Стан та перспективи розвитку бізнес-середовища в умовах сучасних викликів: матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих науковців. Рівненський державний гуманітарний університет. Рівне (28 листопада 2024 року).* С. 105-108.

18. Варчук В.В., Лісний В.С., Сак Т.В. Розробка омніканальної стратегії як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах цифрової трансформації. *Сучасні технології маркетингу: матеріали II Всеукраїнської наук.-практик. конф.* 13 травня 2025 р. Відп. ред. проф. В. С. Рейкін. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2025. С. 43-44.

19. Кузьмич Ю.О., Сак Т. В. Використання штучного інтелекту у впровадженні інноваційних маркетингових технологій на підприємстві. *Сучасні технології маркетингу: матеріали II Всеукраїнської наук.-практик. конф.* 13 травня 2025 р. Відп. ред. проф. В. С. Рейкін. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2025. С. 144-145.

20. Разумовський А.В., Сак Т.В. Формування маркетингової інноваційної політики в умовах невизначеності. *Сучасні технології маркетингу: матеріали II Всеукраїнської наук.-практик. конф.* 13 травня 2025 р. Відп. ред. проф. В. С. Рейкін. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2025. С.152-153.