

Волинський національний університет імені Лесі Українки
Бібліотека

Серія «Біобібліографія вчених ВНУ ім. Лесі Українки»

ЛЯЛЮК АЛЛА МИКОЛАЇВНА

Біобібліографічний покажчик

Луцьк – 2026

Лялюк Алла Миколаївна [Електронний ресурс] : біобібліогр. покажч. до 60-річчя від дня народж. / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Бібліотека ; уклад. Л. П. Дейнека ; авт.-упоряд. А. М. Лялюк ; техн. ред. О. Г. Єдинак. – Електрон. текст. дані. – Луцьк, 2026. – 68 с. – Імен. покажч., покажч. назв. – (Біобібліографія вчених ВНУ ім. Лесі Українки).

Репрезентовано бібліографію праць кандидата економічних наук, доцента кафедри маркетингу ВНУ ім. Лесі Українки А. М. Лялюк за 2000–2025 рр. Висвітлено основні етапи життя, інформацію про наукову, організаційну та педагогічну діяльність вченої.

Покажчиком можуть послуговуватись науково-педагогічні працівники, здобувачі освіти, фахівці у галузі економічних наук.



ЛЯЛЮК АЛЛА МИКОЛАЇВНА

кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу
Волинського національного університету ім. Лесі Українки

Зміст

Від укладача	5
Вітальні слова.....	7
Професійний життєпис	8
Науковий доробок Алли Миколаївни Лялюк	10
Дисертації та автореферати дисертацій на здобуття наукового ступеня	10
Колективні монографії.....	10
Навчальні посібники	11
Навчально-методичні та бібліографічні видання	15
Публікації в колективних монографіях, наукових збірниках та періодичних виданнях.....	24
Доповіді та повідомлення, виголошені на наукових конференціях	34
Інноваційна навчально-методична діяльність.....	44
Свідectва про реєстрацію авторського права	45
Офіційне опонування дисертаційних досліджень	46
Науково-експертна діяльність та участь у міжнародних проєктах.....	47
Інші види наукової активності А. М. Лялюк	48
Облікові записи викладача в міжнародних системах наукової ідентифікації та комунікації	53
Професійні відзнаки. Нагороди	54
Показчик назв праць.....	59
Іменний показчик співавторів.....	66
Фотомиттєвості життєвого шляху	68

Від укладача

Біобібліографічний покажчик «Лялюк Алла Миколаївна» – чергове видання із серії «Біобібліографія вчених ВНУ ім. Лесі Українки» – підготовлено з нагоди шістдесятирічного ювілею кандидата економічних наук, доцента кафедри маркетингу Волинського національного університету ім. Лесі Українки А. М. Лялюк.

Покажчик відображає життєвий шлях та науковий доробок вченої в галузі економічних наук, досягнення в науково-педагогічній та організаторській діяльності.

Біографія, наукові досягнення ювіляра висвітлені в розділах «Професійний життєпис» та «Вітальні слова».

Основна частина покажчика «Науковий доробок А. М. Лялюк» складається з підрозділів:

- Дисертації та автореферати дисертацій на здобуття наукового ступеня
- Колективні монографії
- Навчальні посібники
- Навчально-методичні та бібліографічні видання
- Публікації у колективних монографіях, наукових збірниках та періодичних виданнях
- Доповіді та повідомлення, виголошені на наукових конференціях, симпозіумах та семінарах.

Бібліографічні матеріали у покажчику розміщено за хронологічним принципом, а в межах окремого року праці подано в алфавітному порядку.

Хронологічні рамки відбору документів: 2000–2025 рр. При відборі бібліографічних відомостей до покажчика були використані фонди та довідковий апарат бібліотеки Волинського національного університету ім. Лесі Українки, електронні фонди Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. Окрім того, з метою розширення і доповнення бібліографічного посібника використовувались ресурси пошукової системи Google Академія, наукометричні бази даних Scopus і Web of Science. Також включено

бібліографічні джерела і матеріали, надані особисто А. М. Лялюк. Однак видання не претендує на вичерпність.

Матеріали бібліографуються мовою оригіналу. Бібліографічний опис і скорочення здійснено згідно з чинними державними стандартами.

Вміщені у виданні допоміжні покажчики (покажчик назв та іменний покажчик співавторів) сприятимуть кращому орієнтуванню користувачам в тексті.

Інформацію про професійну діяльність вченої ілюструє добірка фотоматеріалів, яку представлено окремим блоком. Бібліографічний опис видань оформлено згідно з чинними стандартами.

Покажчиком можуть послуговуватись науково-педагогічні працівники, здобувачі освіти, фахівці у галузі економічних наук. Видання може бути використане у науково-дослідній, науково-методичній, науково-педагогічній та професійній діяльності.

Вітальні слова

Вельмишановна Алло Миколаївно!

Прийміть щирі та сердечні вітання з нагоди Вашого ювілею – 60-річчя. Ця поважна дата є символом життєвої зрілості, професійної самореалізації та глибокої мудрості, здобутої роками наполегливої праці, відповідальних рішень і щирої відданості обраній справі.

Ваша науково-педагогічна діяльність є прикладом високого професіоналізму, інтелігентності та послідовності. Як кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, Ви зробили значний внесок у розвиток маркетингової освіти, утвердження сучасних освітніх підходів та підготовку фахівців, затребуваних у динамічному економічному середовищі.

Особливої поваги заслуговує Ваша відповідальна й далекоглядна робота як гаранта освітньої програми «Маркетинг», успішна акредитація якої стала результатом системної праці, вимогливості до якості та щирого піклування про майбутнє студентів і освітньої спільноти загалом.

У колективі Вас знають і цінують як принципову, справедливую та відкриту людину, здатну підтримати, об'єднати та надихнути. Ваш авторитет ґрунтується не лише на професійних здобутках, а й на людяності, виваженості рішень та повазі до кожного.

Глибокої шани заслуговує і Ваша життєва роль – турботливої матері, яка виховала сина і доньку, та надійної опори родини. Ви є прикладом гармонійного поєднання професійної успішності з родинними цінностями, теплом і щирою увагою до близьких.

Щиро бажаємо Вам міцного здоров'я, внутрішньої гармонії, життєвої енергії та нових звершень. Нехай Ваша праця й надалі приносить задоволення, повагу колег і вдячність студентів, а кожен день буде наповнений змістом, світлом і впевненістю у гідному майбутньому України.

Тетяна Сак,
завідувачка кафедри маркетингу

Професійний життєпис

Лялюк Алла Миколаївна – доцент кафедри маркетингу Волинського національного університету імені Лесі Українки.

Народилася 6 лютого 1966 року в селі Бубнів Локачинського району Волинської області. З 1981 по 1984 рр. навчалася у Рівненському кооперативному технікумі.

Трудову діяльність розпочала у сфері торгівлі. У 1984–1985 роках працювала товарознавцем Горохівської оптової бази. У 1989 році закінчила з відзнакою Львівський торгово-економічний інститут за спеціальністю «Товарознавство і організація торгівлі продовольчими товарами», здобувши кваліфікацію товарознавця вищої кваліфікації. У період з 1 серпня 1989 року по 31 липня 1993 року обіймала посаду заступника голови правління з торгівлі Шклінського споживчого товариства Волинської облспоживспілки. З 1993 по 2006 працювала викладачем Луцького кооперативного коледжу.

У 2006 році в Національному університеті «Львівська політехніка» захистила дисертацію на здобуття ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – Економіка, організація і управління підприємствами на тему: «Управління розвитком вищого навчального закладу на засадах маркетингу і логістики». З 2006 року працює у Волинському національному університеті імені Лесі Українки, у 2010 р. отримала вчене звання доцента. Стаж роботи в даному колективі – 20 років, загальний стаж педагогічної роботи 34 роки.

Алла Миколаївна здійснює активну науково-педагогічну діяльність, забезпечує викладання фахових дисциплін з маркетингу, товарознавства, поєднуючи ґрунтовну теоретичну підготовку з практичним досвідом. Є автором і співавтором наукових публікацій, навчально-методичних праць, бере участь у наукових конференціях та роботі кафедри, здійснює керівництво кваліфікаційними роботами здобувачів вищої освіти, була співвиконавцем держбюджетної теми, надавала консультації з маркетингу в освіті, здійснювала офіційне опонування на захистах дисертацій на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. Є гарантом бакалаврської освітньої програми

«Маркетинг», яка у 2025 р. успішно акредитована НАЗЯВО, відповідала за підготовку документів до акредитації інших освітніх програм. Працювала у складі експертної комісії НАЗЯВО. Проходила наукове стажування та підвищення кваліфікації у провідних закладах освіти України та Європи, що підтверджено виданими сертифікатами. Учасник міжнародного проєкту з професійної підготовки військовослужбовців ЗС України, звільнених у запас, за програмою «Менеджмент підприємницької діяльності» (проєкт «Україна – Норвегія»),

Викладач здійснює керівництво постійно діючою студентською проблемною групою. Протягом 2007–2020 років була куратором НТАіС факультету.

За багаторічну сумлінну працю у навчанні та вихованні молоді А. М. Лялюк нагороджена Подякою голови Волинської обласної ради (2019), Почесною грамотою Волинської обласної ради (2023).

Науковий доробок Алли Миколаївни Лялюк

Дисертації та автореферати дисертацій на здобуття наукового ступеня

2006

1. Управління розвитком вищого навчального закладу на засадах маркетингу і логістики : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01. – Львів, 2006. – 22 с.
2. Управління розвитком вищого навчального закладу на засадах маркетингу і логістики : дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 / Нац. ун-т «Львівська політехніка». – Львів, 2006. – 262 арк.

Колективні монографії

2008

3. Маркетинг і логістика у вищому навчальному закладі : монографія. – Луцьк : РВВ «Вежа» ВНУ ім. Лесі Українки, 2008. – 324 с. – Бібліогр.: с. 287–308.

Співавт.: Н. І. Чухрай, Р. А. Патора.

2010

4. Вартісні чинники регулювання реального сектору економіки України : монографія / за ред. д-ра екон. наук, проф. Л. Г. Ліпич. – Луцьк : Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2010. – 452 с.

Співавт.: Л. Г. Ліпич, І. Т. Грудзевич, С. В. Кулибаба, В. О. Остапенко, М. Б. Кулинич, А. М. Момчева, В. П. Лещук, К. В. Білецька, Н. І. Рудик, О. Л. Тоцька, В. В. Левицький, І. Д. Чуліпа, О. В. Жалко, О. В. Борисюк, О. А. Івашко, Н. В. Вишневська, Л. І. Іщук, І. В. Динь, І. В. Дук.

2021

5. Innovative Approaches to Ensuring the Quality of Education, Scientific Research and Technological Processes : monograph / edit. by: M. Gawron-Łapuszek, Ya. Suchukova. – Katowice, Poland : Publishing House of University of Technology, 2021. – 1238 p.

Навчальні посібники



2007

6. Маркетинг : конспект лекцій з дисципліни. – Луцьк : РВВ «Вежа» ВНУ ім. Лесі Українки, 2007. – 116 с.
7. Тести з курсу «Фінансове планування підприємств». – Луцьк : РВВ «Вежа» ВНУ ім. Лесі Українки, 2007. – 22 с.

2009

8. Маркетинг : навч. посіб. для студентів ВНЗ / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки. – Луцьк : РВВ «Вежа» ВНУ ім. Лесі Українки, 2009. – 228 с. : іл., табл. – Додатки. – Бібліогр.: с. 220–225.
9. Управління капіталом підприємства : навч. тести. – Луцьк : РВВ «Вежа» ВНУ ім. Лесі Українки, 2009. – 20 с.

2010

10. Інтелектуальна власність : конспект лекцій із дисципліни / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Каф. економіки і підприємництва та інноваційної діяльності. – Луцьк : Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2010. – 58 с.
11. Маркетинг : навч. посіб. для студентів ВНЗ / М-во освіти і науки України, Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки. – Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2010. – 188 с. : іл. – Бібліогр.: с. 181–185.

2011

12. Збірник тестових завдань для вступників на спеціальність 8.18010012 «Управління інноваційною діяльністю» освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр». – Луцьк : Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2011. – 132 с.

Співавт.: Л. Г. Ліпич, Н. М. Буняк, О. І. Гадзевич, І. Т. Грудзевич, О. В. Стащук, О. М. Стрішенець.

2013

13. Збірник тестових завдань для вступників на спеціальність 8.03050401 «Економіка підприємства» освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр». – Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2013. – 126 с.

Співавт.: Л. Г. Ліпич, О. М. Стрішенець, Т. І. Данилюк, В. І. Ліщук, Л. В. Шостак, О. В. Макара, Л. О. Ющишина, О. В. Стащук, О. А. Івашко, І. Т. Грудзевич, Т. В. Сак, А. М. Колосок, О. В. Скорук, О. А. Ліпич.

14. Збірник тестових завдань на комплексний державний екзаме́н за фахом : для студентів напряму підготовки 6.030504 «Економіка підприємства» освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр». – Луцьк : СНУ ім. Лесі Українки, 2013. – 110 с.

Співавт.: Л. Г. Ліпич, Т. І. Данилюк, Л. В. Шостак, О. В. Макара, Л. О. Ющишина, А. М. Колосок, О. А. Ліпич, В. А. Марчук.

15. Інтелектуальна власність : навч. посіб. – Луцьк : Вежа-Друк, 2013. – 188 с.

2014

16. Збірник тестових завдань на комплексний державний екзаме́н за фахом : для студентів напряму підготовки 6.030504 «Економіка підприємства» освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр». – Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2014. – 110 с.

Співавт.: Л. Г. Ліпич, Т. І. Данилюк, Л. В. Шостак, О. В. Макара, Л. О. Ющишина, А. М. Колосок, О. А. Ліпич, С. М. Бортнік.

17. Маркетинг : практикум. – Луцьк : Вежа-Друк, 2014. – 76 с.

2015

18. Маркетинг енергозберігаючих технологій в Норвегії : конспект лекцій для слухачів професійної підготовки військовослужбовців ЗС України, звільнених у запас, за програмою «Менеджмент підприємницької діяльності» (проект «Україна – Норвегія»). – Луцьк : СНУ ім. Лесі Українки, 2015. – 34 с.

19. Методологія наукових досліджень та захист інтелектуальної власності : конспект лекцій. – Луцьк : СНУ ім. Лесі Українки, 2015. – 76 с.

2017

20. Маркетинг : навч. посіб. – [2-ге вид.]. – Луцьк : Вежа-Друк, 2017. – 39 с.
21. Товарні біржі : конспект лекцій. – Луцьк : Вежа-Друк, 2017. – 99 с.

2018

22. Маркетинг : навч. посіб. – Вид. 2-ге, доповн. та змін. – Луцьк : Вежа-Друк, 2018. – 300 с.
23. Маркетинг інновацій у сфері обслуговування : конспект лекцій / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Ін-т економіки і менеджменту, Каф. економіки і підприємництва та інноваційної діяльності. – Луцьк : Волинський енергософт, 2018. – 130 с.
24. Маркетингове дослідження потреб споживачів : конспект лекцій. – Луцьк : Вежа-Друк, 2018. – 99 с.
25. Методологія та організація наукових досліджень (галузі знань: 05 – соціальні та поведінкові науки, 07 – управління та адміністрування) : навч. посіб. / за заг. ред. Л. Г. Ліпич. – Луцьк : Вежа-Друк, 2018. – 220 с.
Співавт.: Л. Г. Ліпич, С. М. Бортнік, І. Г. Волинець, Н. О. Грицюк, Л. С. Громко, Т. І. Данилюк, А. М. Мохнюк, О. М. Полінкевич, Т. В. Сак, О. В. Скорук, О. А. Хілуха, Л. В. Шостак, Л. О. Ющишина.
26. Товарні біржі : конспект лекцій у схемах і таблицях / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Ін-т економіки і менеджменту, Каф. економіки, безпеки та інноваційної діяльності підприємства. – Луцьк : Вежа-Друк, 2018. – 112 с.
27. Товарні біржі : навч. тести / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Ін-т економіки і менеджменту, Каф. економіки, безпеки та інноваційної діяльності підприємства. – Луцьк : Вежа-Друк, 2018. – 31 с.

2019

28. Економіка та організація біржової діяльності : конспект лекцій у таблицях і схемах / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Ф-т економіки та управління. – Луцьк : Вежа-Друк, 2019. – 160 с.

29. Збірник тестових завдань на комплексний державний екзамен з дисциплін: економіка підприємства, економіка та організація торгівлі, товарні біржі, теорія і практика підприємництва. – Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2019. – 66 с.
Співавт.: Л. Г. Ліпич, Л. О. Ющишина, Т. І. Данилюк, С. М. Бортнік, О. В. Скорук, Л. В. Шостак.
30. Збірник тестових завдань на комплексний державний екзамен за фахом. – Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2019. – 100 с.
Співавт.: Л. Г. Ліпич, Т. І. Данилюк, Л. О. Ющишина, Л. В. Шостак, А. М. Колосок, О. А. Хілуха.
31. Товарознавство : конспект лекцій. – Луцьк : Волинський енергософт, 2019. – 156 с

2020

32. Економіка та організація торгівлі : конспект лекцій. – Луцьк : Волинський енергософт, 2020. – 96 с.
33. Збірник завдань на комплексний державний екзамен освітньо-професійної програми «Бізнес-економіка» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». – Луцьк : СХУ ім. Лесі Українки, 2020. – 68 с.
Співавт.: О. Полінкевич, Л. Ліпич, Т. Данилюк, С. Бортнік, О. Скорук, Л. Шостак, І. Волинець.

2021

34. Бренд-маркетинг : конспект лекцій / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Каф. підприємництва і маркетингу. – Луцьк : Волинський енергософт, 2021. – 88 с.

2022

35. Вступ до спеціальності : курс лекцій для здобувачів освіти спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форми навчання, освітнього рівня «бакалавр». – Луцьк : Поліграфія, 2022. – 84 с.
Співавт.: О. Павлова, Н. Букало.

36. Маркетинг: теорія і практика : підручник. – Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна : Волиньполіграф, 2022. – 408 с.
Співавт.: К. В. Павлов, О. М. Павлова.
37. Маркетингова товарна політика : конспект лекцій / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Каф. підприємництва і маркетингу. – Луцьк : Волиньенергософт, 2022. – 104 с.

2023

38. Бренд-маркетинг : конспект лекцій. – Луцьк : Волиньенергософт, 2023. – 88 с.
39. Економіка та організація біржової діяльності : навч. посіб. / М-во освіти і науки України, Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки. – Луцьк : Мажула Ю. М., 2023. – 274 с.
Співавт.: К. В. Павлов, О. М. Павлова, Т. І. Данилюк.
40. Маркетинг бренду : конспект лекцій. – Луцьк : Волиньенергософт, 2023. – 67 с.
41. Товарознавство : навч. посіб. – Луцьк : Волиньенергософт, 2023. – 228 с.
42. Управління якістю товарів і послуг в торгівлі : конспект лекцій / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки Каф. економіки, підприємництва та маркетингу. – Луцьк : Волиньенергософт, 2023. – 95 с.

2024

43. Маркетинг бренду : навч. посіб. – Луцьк : ВНУ імені Лесі Українки, 2024. – 225 с.

Навчально-методичні та бібліографічні видання

2007

44. Маркетинг : метод. вказівки до виконання практ. і лаборатор. занять із дисципліни «Маркетинг» та завдання для дослідн. робіт. – Луцьк : РВВ «Вежа» ВНУ ім. Лесі Українки, 2007.

2009

45. Управління процесом розробки і освоєння нових продуктів : метод. вказівки. – Луцьк : РВВ «Вежа» ВНУ ім. Лесі Українки, 2009. – 30 с.

2010

46. Методичні вказівки до виконання практичних занять, самостійної роботи та індивідуальних завдань з дисципліни «Інтелектуальна власність» для магістрів із спец. «Управління інноваційною діяльністю» / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Екон. ф-т, Каф. економіки і підприємництва та інноваційної діяльності. – Луцьк : Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2010. – 32 с.
47. Методичні вказівки до виконання практичних занять, самостійної роботи та індивідуальних завдань з дисципліни «Управління капіталом підприємства» : для магістрів із спец. «Управління інноваційною діяльністю» та «Фінанси і кредит» / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Екон. ф-т, Каф. економіки і підприємництва та інноваційної діяльності. – Луцьк : Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2010. – 32 с.

2011

48. Маркетинг : метод. вказівки до виконання практ. занять, самостійної роботи та індивідуальних завдань для студентів спец. «Економіка підприємства». – Луцьк : ВНУ ім. Лесі України, 2011 – 34 с.

2012

49. Інтелектуальна власність : метод. вказівки до виконання практ. занять, самостійної роботи та індивідуальних завдань для магістрів спец. «Управління фінансово-економічною безпекою». – Луцьк : Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2012. – 47 с.
50. Маркетинг : метод. вказівки до виконання практ. занять, самостійної роботи та індивідуальних завдань для студентів спец. 6.030509 Економіка підприємства. – Луцьк : СНУ ім. Лесі Українки, 2012. – 54 с.
51. Маркетинг : метод. вказівки до контрольної роботи для студентів спец. «Економіка підприємства», «Менеджмент» заочної форми навчання. – Луцьк : СНУ ім. Лесі Українки, 2012. – 58 с.

52. Методичні вказівки до виконання контрольної роботи з дисципліни «Маркетинг» / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Ін-т економіки і менеджменту, Каф. економіки і підприємництва та інноваційної діяльності. – Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2012. – 75 с.
53. Основи маркетингу : метод. вказівки до контрольної роботи для студентів спеціальностей «Географія», «Економічна і соціальна географія» заочної форми навчання. – Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2012 – 36 с.

2013

54. Інтелектуальна власність : робоча навч. програма нормат. навч. дисципліни / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Ін-т економіки і менеджменту, Каф. економіки та безпеки підприємства. – Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2013. – 14 с.
55. Маркетинг туризму : робоча програма навч. дисципліни / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Ін-т економіки і менеджменту, Каф. економіки та безпеки підприємства. – Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2013. – 14 с.
- Співавт.: О. Я. Іванків, О. В. Скорук.*

2014

56. Інфраструктура ринку (за видами товарів, робіт і послуг) : метод. вказівки для опрацювання питань, винесених на самостійне вивчення для студентів напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент». – Луцьк : Вежа-Друк, 2014. – 53 с.
57. Маркетинг : метод. вказівки для студентів заочної форми навчання. – Луцьк : Вежа-Друк, 2014. – 64 с.

2015

58. Маркетинг енергозберігаючих технологій в Норвегії : метод. вказівки до практ. занять для слухачів професійної підготовки військовослужбовців ЗС України, звільнених у запас, за програмою «Менеджмент підприємницької діяльності» (проект «Україна – Норвегія»). – Луцьк : СНУ ім. Лесі Українки, 2015. – 34 с.

59. Маркетинг у малому підприємстві : метод. вказівки до практ. занять для слухачів професійної підготовки військовослужбовців ЗС України, звільнених у запас, за програмою «Менеджмент підприємницької діяльності» (проект «Україна – Норвегія»). – Луцьк : СНУ ім. Лесі Українки, 2015. – 34 с.
60. Методологія наукових досліджень та захист інтелектуальної власності : метод. вказівки для магістрів. – Луцьк : СНУ ім. Лесі Українки, 2015. – 44 с.
Співавт.: А. М. Колосок.
61. Методологія наукових досліджень та захист інтелектуальної власності : метод. вказівки до самостійної роботи. – Луцьк : СНУ ім. Лесі Українки, 2015. – 43 с.

2016

62. Маркетингові стратегії переробних підприємств АПК : ситуаційні вправи : метод. вказівки. – Луцьк : Вежа-Друк, 2016. – 39 с.

2017

63. Товарні біржі : метод. вказівки / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Ін-т економіки і менеджменту, Каф. економіки, безпеки та інноваційної діяльності підприємства. – Луцьк : Вежа-Друк, 2017. – 55 с.
64. Товарні біржі : програма нормат. навч. дисципліни / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Ін-т економіки і менеджменту, Каф. економіки, безпеки та інноваційної діяльності підприємства. – Луцьк : Вежа-Друк, 2017. – 13 с.

2018

65. Маркетинг : програма нормат. навч. дисципліни / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Ін-т економіки і менеджменту, Каф. економіки, безпеки та інноваційної діяльності підприємства. – Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2018. – 17 с.
66. Маркетинг інновацій у сфері обслуговування : метод. вказівки до практ. завдань і самостійної роботи / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Ін-т економіки і менеджменту, Каф. економіки, безпеки та інноваційної діяльності підприємства. – Луцьк : Волинський енергософт, 2018. – 72 с.

67. Маркетингове дослідження потреб споживачів : метод. вказівки. – Луцьк : Вежа-Друк, 2018. – 55 с.
68. Маркетинговий менеджмент : метод. вказівки до виконання практ. занять / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Ін-т економіки і менеджменту, Каф. економіки, безпеки та інноваційної діяльності підприємства. – Луцьк : Вежа-Друк, 2018. – 81 с.
69. Науково-аналітична практика : метод. вказівки до написання звіту про проходження науково-аналітичної практики для студентів освітнього ступеня «магістр» денної та заочної форм навчання спец. 073 «Менеджмент» освітньої програми «Управління фінансово-економічною безпекою». – Луцьк : СНУ ім. Лесі Українки, 2018. – 30 с.
Співавт.: О. М. Полінкевич, І. Г. Волинець.

2019

70. Економіка та організація біржової діяльності : метод. вказівки до виконання практ. робіт. – Луцьк : Волиньенергософт, 2019. – 97 с.
71. Навчальна практика : метод. вказівки до навч. практики для студентів денної та заочної форм навчання для підготовки бакалавра галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» освітніх програм «Економіка підприємства», «Бізнес-економіка». – Луцьк : Волиньенергософт, 2019. – 56 с.
Співавт.: С. М. Бортнік.
72. Науково-аналітична практика : метод. вказівки до написання звіту про проходження науково-аналітичної практики для студентів освітнього ступеня «магістр» денної та заочної форм навчання спец. 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» освітньо-професійної програми «Економіка підприємства». – Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2019. – 35 с.
Співавт.: Л. Г. Ліпич, О. М. Полінкевич, О. А. Хілуха, А. М. Мохнюк, О. В. Скорук.
73. Товарознавство : метод. вказівки до виконання практ. робіт. – Луцьк : Вежа-Друк, 2019. – 27 с.

2021

- 74.Методичні рекомендації до виконання курсової роботи з дисциплін: «Підприємництво і бізнес-культура», «Інноваційне та соціальне підприємництво», «Економіка підприємства», «Потенціал і розвиток бізнесу», «Економіка та організація біржової діяльності» : для студентів спец. 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітньо-професійної програми «Бізнес-економіка» денної та заочної форм навчання. – Луцьк : Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2021. – 40 с.
Співавт.: К. Павлов, Т. Сак, С. Бортнік, Л. Шостак.

2022

- 75.Виробнича практика : метод. рек. для студентів денної та заочної форм навчання для підготовки бакалавра галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спец. 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» освітньої програми «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» (2021 рік вступу). – Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2022. – 33 с.
Співавт.: О. М. Павлова, К. В. Павлов, С. М. Бортнік, Т. І. Данилюк, Т. В. Сак.
- 76.Курсова робота : метод. вказівки за результатами вивчення «Маркетинг», «Маркетинг у сферах діяльності» : для студентів 2 курсу спец. 075 «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Маркетинг» денної форми навчання. – Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2022. – 32 с.
Співавт.: О. М. Павлова, Т. І. Данилюк.
- 77.Курсова робота : метод. вказівки за результатами вивчення «Маркетинг», «Маркетинг послуг», «Маркетинг у сферах діяльності» : для студентів 3 курсу спец. 075 «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Маркетинг» денної форми навчання. – Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2022. – 34 с.
Співавт.: О. М. Павлова, Т. І. Данилюк.

78. Наскрізна практика : метод. рек. для студентів денної форми навчання бакалаврів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» ОПП «Маркетинг». – Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2022. – 40 с.

2023

79. Бренд-маркетинг : метод. вказівки до виконання практ. робіт для здобувачів ОПП Маркетинг. – Луцьк : Волинський енергософт, 2023. – 32 с.

80. Бренд-маркетинг : метод. рек. до виконання самостійної роботи для здобувачів ОПП Маркетинг. – Луцьк : Волинський енергософт, 2023. – 40 с.

81. Вступ до фаху : метод. рек. до самостійної роботи. – Луцьк : Волинський енергософт, 2023. – 61 с.

82. Економіка і організація торгівлі : метод. рек. до самостійної роботи. – Луцьк : Волинський енергософт, 2023. – 98 с.

83. Економіка та організація торгівлі. Економіка та організація біржової діяльності : метод. рек. до виконання курсової роботи. – Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна : Волинський поліграф, 2023. – 45 с.

Співавт.: О. М. Павлова, С. М. Бортнік.

84. Маркетингова товарна політика : метод. вказівки. – Луцьк : Волинський енергософт, 2023. – 28 с.

85. Маркетингова товарна політика : метод. вказівки до самостійної роботи. – Луцьк : Волинський енергософт, 2023. – 46 с.

86. Методичні рекомендації до виконання курсової роботи з освітніх компонентів: «Обґрунтування підприємницьких рішень та оцінювання ризиків», «Логістика», «Бізнес-планування та фандрайзинг», «Економіка та організація торгівлі» : для здобувачів освіти спец. 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітньо-професійних програм «Бізнес-економіка», «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» денної та заочної форм навчання. – Луцьк : Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2023. – 40 с.

Співавт.: К. Павлов, О. Павлова, Т. Сак, С. Бортнік.

87. Методичні рекомендації до проходження виробничої практики з написанням випускної кваліфікаційної роботи. – Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2023. – 44 с.
Співуклад.: Н. Л. Хомюк, О. М. Павлова.
88. Навчальна практика : метод. вказівки. – Луцьк : Волинський енергософт, 2023. – 25 с.
Співавтор. Т. В. Сак.
89. Промисловий маркетинг : метод. вказівки до виконання практич. робіт. – Луцьк : Волинський енергософт, 2023. – 42 с.
90. Силабус вибіркового освітнього компонента «Промисловий маркетинг» підготовки бакалавра галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг за освітньо-професійною програмою Маркетинг [Електронний ресурс]. – Луцьк, 2023. – 11 с. – Режим доступу: <https://lnk.ua/J4ZRqkJ4E>
91. Силабус освітнього компонента ТОВАРОЗНАВСТВО підготовки бакалавра галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 076 Підприємництво та торгівля освітньо-професійної програми Підприємництво, торгівля та біржова діяльність [Електронний ресурс]. – Луцьк, 2023. – 10 с. – Режим доступу: <https://lnk.ua/aV7B6L9e1>
92. Управління якістю товарів і послуг в торгівлі : метод. вказівки. – Луцьк : Волинський енергософт, 2023. – 56 с.
93. Управління якістю товарів і послуг в торгівлі : метод. рек. до виконання самостійної роботи. – Луцьк : Волинський енергософт, 2023. – 54 с.

2024

94. Виробнича практика : метод. рек. до виробничої практики для здобувачів освіти 4 курсу денної форми навчання бакалаврів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спец. 075 «Маркетинг» ОПП «Маркетинг» 2023 р. – Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2024. – 32 с.
Співавтор.: Н. А. Букало.

95. Виробнича практика : метод. рек. до виробничої практики для здобувачів освіти 3 курсу денної форми навчання бакалаврів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спец. 075 «Маркетинг» ОПП «Маркетинг». – Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2024. – 24 с.

Співавт.: Н. А. Букало.

96. Силабус освітнього компонента БРЕНДИНГ підготовки бакалавра галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг освітньо-професійної програми Маркетинг [Електронний ресурс]. – Луцьк, 2024. – 8 с. – Режим доступу: <https://lnk.ua/k4xJZAKVy>

97. Силабус освітнього компонента МАРКЕТИНГ підготовки бакалавра у галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 «Маркетинг», за освітньою програмою «Маркетинг» [Електронний ресурс]. – Луцьк, 2024. – 9 с. – Режим доступу: <https://lnk.ua/MenLBRNg>

2025

98. Маркетинг бренду [Електронний ресурс] : наук.-допом. бібліогр. показч. / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Бібліотека ; уклад. Л. Дейнека ; упоряд. А. М. Лялюк. – Електрон. текст. дані. – Луцьк, 2025. – 130 назв. – Режим доступу: <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/28509>

99. Маркетингова товарна політика. Ч. 1 [Електронний ресурс] : метод. рек. до самостійної роботи. – Електрон. текст. дані. – Луцьк, 2025. – 40 с. – Режим доступу: <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/28012>

Публікації в колективних монографіях, наукових збірниках та періодичних виданнях



2000

100. Особливості маркетингу освітніх послуг в умовах перехідної економіки // Проблеми педагогічних технологій : зб. наук. пр. / Волин. держ. ун-т ім. Лесі Українки, Волин. академ. дім. – Луцьк, 2000. – Вип. 4. – С. 87–94.
Співавт.: О. А. Косинська.

2003

101. Маркетингові підходи до фінансування вищої школи // Науковий вісник Волинського державного університету ім. Лесі Українки / відп. ред.: М. І. Карлін, П. В. Луцишин. – Луцьк, 2003. – № 7. – С. 52–56.
102. Оцінка конкурентоспроможності вищого навчального закладу // Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону. Серія: Зайнятість, праця та соціальна інфраструктура : зб. наук. пр. – Луцьк, 2003. – Вип. 9, № 3. – С. 77–84.

2004

103. Формування маркетингової стратегії вищого навчального закладу як основи управління його діяльності // Науковий вісник Волинського державного університету ім. Лесі Українки / відп. ред.: Л. С. Гіттик, М. І. Карлін, В. М. Мельник. – Луцьк, 2004. – № 5. – С. 198–213.

2005

104. Державне регулювання маркетингової діяльності вищих навчальних закладів // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Логістика / Нац. ун-т «Львівська політехніка». – Львів, 2005. – № 526. – С. 376–380.

2006

105. Методичні аспекти маркетингового дослідження ринку освітніх послуг // Науковий вісник Волинського державного університету ім. Лесі Українки / Волин. держ. ун-т ім. Лесі Українки. – Луцьк, 2006. – № 7. – С. 73–79.
106. Теоретико-методологічні основи управління розвитком вищого навчального закладу на засадах логістики // Науковий вісник національного гірничого університету. – Дніпропетровськ, 2006. – Вип. 4. – С. 78–81.
- Співавт.: Н. І. Чухрай.*

107. Формування системи маркетингової інформації у вищому навчальному закладі як основи забезпечення його діяльності // Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна. – Львів, 2006. – Вип. 22. – С. 240–245.

2007

108. Взаємозв'язок ринку освітніх послуг і ринку праці: проблеми та способи їх вирішення // Науковий вісник Волинського державного університету ім. Лесі Українки / [редкол.: М. І. Карлін (відп. ред.) [та ін.]. – Луцьк, 2007. – № 12 : Економічні науки. – С. 22–25.

2008

109. Показники прогнозування кон'юнктури ринку праці // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки / Волин. держ. ун-т ім. Лесі Українки. – Луцьк, 2008. – № 7 : Економічні науки. – С. 21–24. – Бібліогр.: 5 назв.

2009

110. Академічне підприємництво як напрям диверсифікації фінансування вищого навчального закладу // Наука й економіка. – 2009. – Вип. 4, т. 1. – С. 85–89.

111. Маркетинговий аудит як форма стратегічного контролю підприємства // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки / [редкол.: Л. Г. Ліпич та ін.]. – Луцьк, 2009. – № 7 : Економічні науки. – С. 73–76. – Бібліогр.: 5 назв.

Співавт.: Т. В. Петрук.

2010

112. Маркетингове забезпечення управління інтелектуальними активами підприємства // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки / [редкол.: Л. Г. Ліпич та ін.]. – Луцьк, 2010. – № 20 : Економічні науки. – С. 75–78. – Бібліогр.: 7 назв.

113. Оптимізація витрат матеріальних ресурсів на отримання вищої освіти // Вартісні чинники регулювання реального сектору економіки України : монографія / за ред. Л. Г. Ліпич. – Луцьк, 2010. – С. 203–229.

Співавт.: Л. І. Іщук.

2011

114. Значення інтелектуальних ресурсів в економіці знань // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки / [редкол.: В. Д. Базилевич та ін.]. – Луцьк, 2011. – № 22 : Економічні науки. – С. 127–131. – Бібліогр.: с. 130–131.

115. Оцінка стану кон'юнктури ринку високотехнологічної продукції // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки / [редкол.: Л. Г. Ліпич та ін.]. – Луцьк, 2011. – № 12 : Економічні науки. – С. 69–73. – Бібліогр.: 8 назв.

2012

116. Холістичний маркетинг інтелектуальних ресурсів підприємства // Моніторинг стану інноваційного розвитку суб'єктів господарювання та визначення пріоритетів інвестиційно-інноваційної політики в умовах обмежених фінансових ресурсів : колект. монографія / відп. ред. Л. Г. Ліпич. – Луцьк, 2012. – С. 75–86.

2013

117. Маркетингові стратегії формування лояльності клієнтів на основі матриці «витрати/доходи від обслуговування клієнтів» // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки. Серія: Економічні науки / [редкол.: Л. Г. Ліпич та ін.]. – Луцьк, 2013. – № 5. – С. 70–74. – Бібліогр.: 7 назв.
118. Предметне поле маркетингових досліджень поведінки покупців [Електронний ресурс] // Ефективна економіка. – 2013. – № 11. – С. 113–121. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_11_52 (дата звернення: 14.01.2026). – Назва з екрана.
119. Assessment of the Level of Customer Satisfaction in the Brand Shoe Shop // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки. Серія: Економічні науки / [редкол.: Л. Г. Ліпич та ін.]. – Луцьк, 2013. – № 5. – С. 57–62.
- Coauthor: I. Kovalchuk.*

2014

120. Вплив маркетингового стратегічного планування підприємства на рівень його ринкової безпеки // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки / Херсон. держ. ун-т. – Херсон, 2014. – Вип. 5. – С. 151–156.
121. Дослідження впливу маркетингової політики на поведінку покупців кухонного приладдя // Інноваційна економіка. – 2014. – № 6. – С. 216–223. – Бібліогр.: 10 назв.
- Співавт.: Н. С. Остромухова.*
122. Застосування леддерінгу у маркетинговому дослідженні споживачів освітніх послуг // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки. Серія: Економічні науки / [редкол.: Л. Г. Ліпич та ін.]. – Луцьк, 2014. – № 3. – С. 118–122. – Бібліогр.: 10 назв.

2015

123. Маркетингові підходи до підвищення конкурентоспроможності випускників ВНЗ на регіональному ринку праці // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2015. – № 2. – С. 50–55. – Бібліогр.: 6 назв.
124. Споживчі переваги і мотивація купівлі на споживчому ринку екотоварів // Економічні науки. Серія: Економіка та менеджмент : зб. наук. пр. / Луцький нац. техн. ун-т. ; редкол.: Н. С. Вавдіюк [та ін.]. – Луцьк, 2015. – Вип. 12. – С. 169–180.

2016

125. Формування концепції виміру вітчизняних брендів на відповідність моделі 4-D // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2016. – № 1. – С. 52–56. – Бібліогр.: 7 назв.
126. Investigation of Integrated Marketing Communications to the Buyer in the Retail Trade Network // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2016. – № 4. – С. 54–59.
Coauthor: I. Koniukh.

2017

127. Маркетингові стратегії на ринку об'єктів інтелектуальної власності // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2017. – № 1. – С. 45–51. – Бібліогр.: 12 назв.
128. Модель купівельної поведінки покупця як передумова маркетингової стратегії формування споживчої лояльності // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2017. – № 4. – С. 67–72. – Бібліогр.: 6 назв.

2018

129. Особливості використання стратегічного маркетингу вищими навчальними закладами // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2018. – № 4. – С. 70–78. – Бібліогр.: 14 назв.

130. Особливості маркетингу біржових товарів // Економічний форум. – 2018. – № 2. – С. 233–238. – Бібліогр.: 6 назв.

2019

131. Наукова робота студентів [Електронний ресурс] // Праці професорсько-викладацького складу кафедри економіки, безпеки та інноваційної діяльності підприємства Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки : бібліогр. покажч. до 10-річчя ювілею каф. / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Каф. економіки, безпеки та інноваційної діяльності підприємства, Бібліотека ; уклад. І. П. Сидорук ; упоряд. О. М. Полінкевич. – Електрон. текст. дані. – Луцьк, 2019. – С. 31–32. – Режим доступу: <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/17182> (дата звернення: 14.01.2026). – Назва з екрана.
132. Роль споживчого пакування в концепції соціально-етичного маркетингу // Економіка та розвиток. – 2019. – № 1. – С. 26–38.
Співавт.: А. Колосок.
133. Consumer packaging as a tool for social and ethical marketing // Innovative Marketing. – 2019. – Vol. 15(1). – P. 76–88. DOI: [https://dx.doi.org/10.21511/im.15\(1\).2019.07](https://dx.doi.org/10.21511/im.15(1).2019.07)
Coauthor: A. Kolosok, O. Skoruk, L. Hromko, N. Hrytsiuk.
134. Modern technologies of marketing intelligence // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2019. – № 4. – С. 116–124. – Бібліогр.: 16 назв. DOI: <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2019-04-116-124>
Coauthor: O. Makara, Y. Panasiuk.

2020

135. Зарубіжний досвід застосування інформаційних технологій у біржовій діяльності // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2020. – № 2. – С. 99–106. – Бібліогр.: 15 назв. DOI: <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2020-02-99-106>

136. Проблеми фальсифікації харчових продуктів та шляхи її подолання // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2020. – № 1. – С. 108–116. – Бібліогр.: 19 назв. DOI: <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2020-01-108-116>
137. Роль міжнародного маркетингу в глобальному підприємстві // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2020. – № 4. – С. 46–53. – Бібліогр.: 15 назв. DOI: <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2020-04-46-53>

2021

138. Дослідження сучасного стану і тенденцій ф'ючерсної торгівлі на світовому біржовому ринку // Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2021. – № 4. – С. 96–102. – Бібліогр.: 10 назв. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2021-04-96-102>
Співаєт.: А. Мельничук, І. Сиротинська.
139. Емпіричний маркетинг як один із видів інноваційного маркетингу // Transformation of the national and regional models of economic development and legislation in the conditions of global challenges : collection of scientific papers / resp. ed.: K. Pavlov, Jo. Zaťko, O. Pavlova, L. Shostak. – Podhájska ; Lutsk, 2021. – С. 50–51.
140. Напрями імплементації маркетингу у практику об'єднаних територіальних громад // Socially competent management of corporations in a behavioral economy: collection of scientific papers / resp. ed.: O. Mikulaš, K. Pavlov, K. Viktor, O. Pavlova, L. Viera, L. Shostak, A. Milan. – Podhájska, 2021. – Ch. 1. – С. 60–72.
141. Напрями підвищення прибутковості підприємств // Socially competent management of corporations in behavioral conditions economics : collection of scientific papers / resp. ed.: K. Pavlov, Jo. Zaťko, O. Pavlova, L. Shostak, T. Bukoros. – Podhájska, 2021. – Ch. 1. – С. 159–160.
Співаєт.: Т. Остапюк.

142. Особливості партизанського маркетингу у вітчизняних реаліях // Socially competent management of corporations in behavioral conditions economics : collection of scientific papers / resp. ed.: K. Pavlov, Jo. Zat'ko, O. Pavlova, L. Shostak, T. Bukoros. – Podhájaska, 2021. – Ch. 1. – С. 77–78.

Співавт.: М. Ющук.

143. Тенденції розвитку роздрібної торгівлі у Волинській області: регіональні фактори розвитку // Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2021. – № 2. – С. 119–127. – Бібліогр.: 6 назв. DOI: <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2021-02-119-127>

144. Distance learning: results, problems and opportunities // Innovative Approaches to Ensuring the Quality of Education, Scientific Research and Technological Processes : monograph / edit. vy: M. Gawron-Łapuszek, Y. Suchukova. – Katowice, Poland, 2021. – P. 709–717.

Coauthor: N. Kolenda, S. Begun.

2022

145. Крос-канальний маркетинг в умовах цифрової економіки // Актуальні питання у сучасній науці. – 2022. – № 2. – С. 2. – С. 249–260. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2022-2\(2\)-249-260](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2022-2(2)-249-260)

Співавт.: Т. В. Сак.

146. Маркетингові ризики торговельних підприємств в умовах цифрової економіки // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: Економічні науки. – 2022. – № 7. – С. 112–121. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-7-8139>

Співавт.: Т. В. Сак, С. М. Бортнік.

147. Торговельне підприємництво в Україні до і під час війни: порівняльний аспект // Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2022. – № 4. – С. 94–103. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2022-04-94-102>

148. Формування омніканальних маркетингових стратегій в роздрібній торгівлі // Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2022. – № 2. – С. 99–107. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2022-02-99-107>

Співавт.: Т. Сак.

2023

149. Дослідження впливу чинників, які впливають на формування товарного асортименту в роздрібній торгівлі // Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2023. – № 2. – С. 92–101. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2023-02-95-101>

150. Краудсорсинг як інструмент зміни традиційної моделі відносин між брендами, роздрібною торгівлею і споживачами // Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2023. – № 4. – С. 158–165. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2023-04-158-165>

Співавт.: В. С. Рейкін, Я. О. Савчук.

151. Маркетингові підходи до створення нових форматів торгівлі // Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2023. – № 4. – С. 174–182. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2023-04-174-182>

Співавт.: І. Степанюк.

2024

152. Аналіз ролі соціальних мереж у формуванні брендової лояльності // Актуальні проблеми економіки. – 2024. – № 8. – С. 116–128. DOI: <https://doi.org/10.32752/1993-6788-2024-1-278-116-128>

Співавт.: В. Кукіна, Я. Савчук.

153. Вплив світових брендів на розвиток ритейлу в Україні // Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2024. – Т. 1, № 37. – С. 144–152. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2024-01-144-152>

Співавт.: Т. Сак, К. Борсук.

154. Конструювання освітньої програми Маркетинг // Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2024. – № 2. – С. 119–126. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2024-02-119-126>
Співавт.: Т. І. Данилюк.
155. Маркетингова аналітика: сутність, цифрові інструменти, роль в плануванні та комунікації брендів // Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Серія: Економічні науки. – Львів, 2024. – № 79. – С. 65–71. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2024-79-08>
Співавт.: Т. В. Сак, І. П. Милько, Я. О. Савчук.
156. Товарна політика підприємства як об'єкт маркетингового аналізу і планування // Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2024. – № 3. – С. 134–141. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2024-03-134-141>
Співавт.: Т. В. Сак, І. П. Милько, А. Чабан.
157. Формування продуктової стратегії як головного елемента маркетингової товарної політики // Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2024. – № 3. – С. 149–156. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2024-03-149-155>
Співавт.: М. Дригуля.
158. Brand value on the ukrainian dairy market: innovative assessment methodology and development of marketing strategies // Economics Innovative and Economics Research Journal. – 2024. – Vol. 12, No. 3. – P. 133–152. DOI: <https://doi.org/10.2478/eoik-2024-0043>
Coauthor: T. Sak, I. Mylko, Ya. Savchuk.

2025

159. Маркетингові війни найбільших роздрібних торгових мереж FMCG в Україні та роль сучасних інформаційних технологій у конкурентній боротьбі // Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2025. – № 2. – С. 172–181. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2025-02-172-181>
Співавт.: І. Милько.

160. Побудова освітньої програми маркетинг з урахуванням регіонального аспекту // Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2025. – № 2. – С. 164–171. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2025-02-164-171>
161. Стратегічне планування у системі маркетингового менеджменту транскордонних регіонів // Ефективна економіка. – 2025. – № 1. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.1.53>
- Співавт.: І. П. Милько, Т. В. Сак.*

Доповіді та повідомлення, виголошені на наукових конференціях



2002

162. Місце маркетингу в управлінні діяльністю вищими навчальними закладами // Управління розвитком соціально-економічних систем: глобалізація, підприємництво, стале економічне зростання : праці Другої Міжнар. всеукр. конф. студентів та молодих учених / Донецький нац. ун-т [та ін.]. – Донецьк, 2002. – Ч. 2. – С. 52–55.

2003

163. Удосконалення управління фінансовим станом навчальних закладів за допомогою маркетингу // Реформування фінансово-кредитної системи і стимулювання економічного зростання : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (30–31 трав. 2003 р.). – Луцьк, 2003. – С. 110–111.

164. Шляхи удосконалення управління вищим навчальним закладом на принципах маркетингу // Соціально-економічні, політичні та культурні оцінки і прогнози на рубежі двох тисячоліть : тези доп. Міжнар. наук.-теорет. конф. студентів, аспірантів та молодих вчених (20 лют. 2003 р.). – Тернопіль, 2003. – С. 308.

2004

165. Функціональна роль економічних методів державного регулювання в фінансовій діяльності вищого навчального закладу // Реформування фінансово-кредитної системи і стимулювання економічного зростання : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. : тези доп., 4–5 черв. 2004 р. / [відп. ред. Р. А. Слав'юк]. – Луцьк, 2004. – С. 45–46. – Бібліогр.: 5 назв.

2005

166. Маркетинг як основа управління вищим навчальним закладом // Управління в освіті : тези доп. 2-ої Міжнар. наук.-практ. конф. (21–22 квіт. 2005 р.). – Львів, 2005. – С. 44–45.

2006

167. Управління науковою діяльністю: маркетинговий аспект // Управління інноваційним процесом в Україні: проблеми, перспективи, ризики : тези доп. III Міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 11–13 трав. 2006 р.). – Львів, 2006. – С. 278–279.

2007

168. Моделювання поведінки споживачів як передумова інноваційного розвитку підприємства // Проблеми і перспективи функціонування інноваційної системи держави в умовах глобалізації : матеріали XIII Міжнар. наук.-практ. конф. (2007 ; Луцьк) / редкол.: М. І. Карлін (відп. ред.) [та ін.]. – Луцьк, 2007. – С. 269–271.

2009

169. Основні напрями диверсифікації фінансування вищого навчального закладу // Перспективи розвитку економіки України: теорія, методологія, практика : матеріали XIV Міжнар. наук.-практ. конф., 26–27 трав. 2009 р. / М-во освіти і науки України, Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки. – Луцьк, 2009. – С. 225–227. – Бібліогр.: 6 назв.

2010

170. Сутність понять «інтелектуальний капітал» та «інтелектуальні ресурси»: їх взаємозв'язок та розбіжності // Управління розвитком : зб. наук. пр. / Харків. нац. екон. ун-т ім. Семена Кузнеця. – Харків, 2010. – № 20 : Проблеми і перспективи економічного розвитку підприємства : зб. наук. робіт Всеукр. наук.-практ. конф., 8–10 груд. 2010 р. – С. 200–202.
171. Управління науковою діяльністю в університетах: маркетинговий аналіз // Управління інноваційним процесом в Україні: проблеми, перспективи, ризики : тези доп. III Міжнар. наук.-практ. конф., м. Львів, 20–21 трав. 2010 р. / Нац. ун-т «Львівська політехніка» [та ін.] ; [відп. за вип. проф. Н. І. Чухрай]. – Львів, 2010. – С. 278–279.
172. Управління якістю нових продуктів: економічний аспект // Перспективи розвитку економіки України: теорія, методологія, практика : матеріали XV Міжнар. наук.-практ. конф. (26–27 трав. 2010 р.) / [відп. ред. Л. Г. Ліпич]. – Луцьк, 2010. – С. 144–146. – Бібліогр.: 5 назв.

2011

173. Зміст і структура ринкового капіталу // Економіко-правові виклики 2012 року : зб. тез доп. учасників I Всеукр. наук.-практ. конф., 4 листоп. 2011 р. / Нац. акад. наук. розвитку [та ін.]. – Львів, 2011. – С. 193–197.

2012

174. Значення інтелектуальних ресурсів в економіці знань // Стан та перспективи інноваційно-інвестиційного розвитку міста Луцька : зб. наук. пр. за матеріалами наук.-практ. конф., Луцьк, 3 лют. 2012 р. / М-во освіти і науки, молоді та спорту України [та ін.] ; [редкол.: І. Я. Коцан та ін.]. – Луцьк, 2012. – С. 147–151. – Бібліогр.: с. 150–151.

175. Сутність і особливості трендвотчингу // Формування та розвиток економіки в сучасних умовах господарювання : матеріали VI міжнар. наук.-практ. Інтернет.-конф., 16–17 лют. 2012 р. / Волин. ін-т економіки та менеджменту. – Луцьк, 2012.
176. Характеристика оцінки бренду на основі моделі «витрати/доходи» // Перспективи розвитку економіки України: теорія, методологія, практика : матеріали XVII Міжнар. наук.-практ. конф. (29–30 трав. 2012 р.) / [відп. ред. Л. Г. Ліпич]. – Луцьк, 2012. – С. 251–253. – Бібліогр.: 4 назви.

2013

177. Академічне підприємництво та його роль у трансфері технологій // Науковий парк та інноваційна інфраструктура університету як основа розвитку освіти та науки : зб. наук. пр. Міжнар. наук.-практ. конф., 4–5 жовт. 2013 р. / [ред.: В. Є. Сикора та ін.]. – Луцьк, 2013. – С. 124–128.
178. Стан і перспективи розвитку вищої приватної школи у Польщі // Економіко-правові та соціально-психологічні аспекти розвитку приватної вищої освіти країн Центральної та східної Європи : зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. конф., 15–16 квіт. 2013 р. / голов. ред. О. М. Наумець. – Кіровоград, 2013. – С. 90–97.

2014

179. Економічна безпека ВНЗ та її складові // Економічні та соціальні інновації як фактор розвитку економіки : матеріали XIX Міжнар. наук.-практ. конф. (29–30 трав. 2014 р.) / М-во освіти і науки України [та ін.]. – Луцьк, 2014. – С. 113–115. – Бібліогр.: 5 назв.
180. Оцінка соціально-культурних чинників євромаркетингового середовища // Формування інноваційної економіки: світовий досвід та вітчизняні реалії : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 12–13 груд. 2014 р. / редкол.: К. С. Шапошников [та ін.]. – Херсон, 2014. – С. 141–145.

2015

181. Вплив соціокультурних чинників на купівельну поведінку українського споживача // Соціум. Наука. Культура : матеріали XI Міжнар. наук. інтернет-конф., 19–21 січ. 2015 р. – Київ, 2015. – С. 15–20.

182. Поведінка покупців на ринку екотоварів // Теорія і практика сучасної економіки : матеріали XVI міжнар. наук.-практ. конф., 19 листоп. 2015 р. / відп. ред. П. С. Вяткін. – Черкаси, 2015. – Т. 2. – С. 24–26.
183. Принципи та інструменти партизанського маркетингу // Перспективи розвитку економіки України: теорія, методологія, практика : матеріали XX Міжнар. наук.-практ. конф. (25–26 трав. 2015 р.) / відп. ред. Л. Г. Ліпич. – Луцьк, 2015. – С. 81–83. –Бібліогр.: 4 назви.

2016

184. Інтегровані маркетингові комунікації на ринку екологічних товарів // Перспективи розвитку економіки України: теорія, методологія, практика : матеріали XXII Міжнар. наук.-практ. конф. (25–26 трав. 2016 р.) / відп. ред. Л. Г. Ліпич. – Луцьк, 2016. – С. 77–79. – Бібліогр.: 4 назви.

2017

185. Підходи до стимулювання створення об'єктів інтелектуальної власності на підприємстві // Теорія та практика менеджменту безпеки : матеріали Міжнар.наук.-практ. конф. (18 трав. 2017 р.) / відп. ред. проф. Л. М. Черчик. – Луцьк, 2017. – С. 75–80.
186. Управління фінансовою безпекою підприємства на засадах корпоративного управління // Процесне управління та корпоративна соціальна відповідальність підприємницьких структур : матеріали міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (22 груд. 2017 р.) / відп. ред. О. М. Полінкевич. – Луцьк, 2017. – С. 84–86.
- Співаєт.: А. Федченко.*

2018

187. Формування конкурентних стратегій вищого навчального закладу // Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки : [матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (28 листоп. 2018 р.)] / відп. ред.: О. М. Полінкевич, Л. В. Шостак. – Луцьк, 2018. – С. 56–58.

2019

188. Особливості клірингу на біржовому ринку // Актуальні проблеми та перспективи розвитку економіки України : матеріали : міжнар. наук.-практ. конф. (4 груд. 2019 р.) / відп. ред.: Л. Г. Ліпич, А. М. Лялюк. – Луцьк, 2019. – С. 70–72.

Співавт.: В. С. Пиль.

189. Особливості формування комплексу маркетингу на підприємствах лісового господарства // Актуальні проблеми та перспективи розвитку економіки України : матеріали : міжнар. наук.-практ. конф. (4 груд. 2019 р.) / відп. ред.: Л. Г. Ліпич, А. М. Лялюк. – Луцьк, 2019. – С. 64–66.

Співавт.: А. В. Михайлевська.

2020

190. Запровадження системи управління безпечністю харчових продуктів на м'ясоперобних підприємствах відповідно до вимог схеми сертифікації FSSC 22000 // Trends in the development of modern scientific thought : X International scientific-practical conference, November 23–26, 2020, Vancouver, Canada. – Vancouver, 2020. – С. 287–293.

Співавт.: А. Березюк.

191. Особливості вибору CRM-системи вітчизняними підприємствами // Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень : матеріали XIV Міжнар. наук.-практ. конф. аспірантів і студентів (12–13 трав. 2020 р.). – Луцьк, 2020. – С. 289–292.

Співавт.: З. І. Гаврилюк.

192. Перспективи розвитку нейромаркетингу // Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень : матеріали XIV Міжнар. наук.-практ. конф. аспірантів і студентів (12–13 трав. 2020 р.). – Луцьк, 2020. – С. 298–300.

Співавт.: О. О. Деркач.

193. Сутність кадрового потенціалу та чинники впливу на ефективність його використання // Інноваційний розвиток та безпека підприємств в умовах неоіндустріального суспільства : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (27 жовт. 2020 р.) / відп. ред.: О. М. Полінкевич, Л. В. Шостак. – Луцьк, 2020. – С. 672–674.

Співавт.: У. Перетяко.

194. Тенденції розвитку маркетингу банківських послуг // Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень : матеріали XIV Міжнар. наук.-практ. конф. аспірантів і студентів (12–13 трав. 2020 р.) / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки. – Луцьк, 2020. – С. 369–371.

Співавт.: Н. С. Корх.

195. Тенденції та перспективи розвитку інтернет-маркетингу в Україні послуг // Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень : матеріали XIV Міжнар. наук.-практ. конф. аспірантів і студентів (12–13 трав. 2020 р.) / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки. – Луцьк, 2020. – С. 396–398.

Співавт.: А. А. Плоскіна.

2021

196. Інноваційний маркетинг в діяльності підприємств // Socially Competent Management of Corporations in Behavioral Economy : collection of scientific papers : the International Scientific and Practical Conference, November 24–25, 2021 / resp. ed: K. Pavlov, E. Pavlova, L. Shostak, T. Bukoros, Jo. Zyatko. – Podhájska, 2021. – Ch. 2. – С. 109–111.

197. Контент-маркетинг як засіб залучення споживачів // Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами : матеріали VII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Луцьк, 17 груд. 2021 р. – Луцьк, 2021. – С. 152–154.

Співавт.: С. А. Дудич.

198. Аналіз моделей купівельної поведінки у торговому залі // Features of the development of modern science in the pandemic's era : II International Scientific and Theoretical Conference July 15, 2022, Berlin, Germany. – Berlin, 2022. – Vol. 1. – С. 38–40.
199. Вірусний маркетинг: методи і прийоми // Проблеми раціонального використання соціально-економічного, еколого-енергетичного, нормативно-правового потенціалу України та її регіонів : матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф. (01 трав. 2022 р.). – Луцьк, 2022. – С. 121–124.
Співаєт.: Д. Янюк.
200. Гроуз-хакінг: сутність та інструменти застосування // Débats scientifiques et orientations prospectives du développement scientifique : collection de papiers scientifiques «ΛΟΓΟΣ» avec des matériaux de la III conférence scientifique et pratique internationale, Paris, 8 juillet 2022. – Paris, 2022. – С. 48–50.
201. Дослідження цінової обізнаності покупців // Трансформація національної, закордонної моделей економічного розвитку та законодавства в умовах воєнного часу : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (27–29 черв. 2022 р.) / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки. – Луцьк, 2022. – С. 227–230.
202. Застосування сучасних моделей маркетингу та діяльності в туризмі // Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень : матеріали XVI Міжнар. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих вчених (17 трав. 2022 р.). – Луцьк, 2022. – С. 270–272.
Співаєт.: І. О. Мельник.
203. Зміст і роль маркетингової політики збуту на підприємстві // Проблеми раціонального використання соціально-економічного, еколого-енергетичного потенціалу України та її регіонів : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. (01 груд. 2022 р.). – Луцьк, 2022. – С. 72–74.
Співаєт.: В. Романік.

204. Значення функціонування нетворкінгу для торговельного підприємництва // Проблеми раціонального використання соціально-економічного, еколого-енергетичного потенціалу України та її регіонів : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. (01 груд. 2022 р.). – Луцьк, 2022. – С. 46–47.
205. Нові підходи до переосмислення ролі маркетингової аналітики в торгівлі // Соціально-компетентне управління та безпека підприємницьких структур в умовах воєнної економіки : матеріали I Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (28–29 жовт. 2022 р.). – Луцьк, 2022. – С. 25–27.
206. Сучасні підходи до формування товарного асортименту в рітейлі // Розвиток наукової думки постіндустріального суспільства: сучасний дискурс : матеріали IV Міжнар. наук. конф., м. Вінниця, 1 лип., 2022 р. / Міжнар. центр наук. дослідж. – Вінниця, 2022. – С. 66–68.

2023

207. Аналіз моделей купівельної поведінки у торговому залі // Features of the development of modern science in the pandemic's era : II International Scientific and Theoretiscal Conference, Juli 15, 2022, Berlin, Germany. – Berlin, 2022. – P. 38–40.
208. Аналіз стану малого і середнього підприємництва в умовах повномасштабної війни // Modern scientific space and learning in special conditions : the XXII International Scientific and Practical Conference, June 05–07, 2023, Toronto, Canada. – Toronto, 2023. – С. 99–104.
209. Дослідження сегментування потоків покупців в торговому залі магазину // Трансформація національної, закордонної моделей економічного розвитку та законодавства в умовах воєнного часу : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (28–30 черв. 2023 р.). – Луцьк, 2023. – С. 79–82.
210. Нові підходи до вивчення впливу підприємництва на країни з економікою, що розвивається // Сталий розвиток економіки, суспільства та підприємництва : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., Івано-Франківськ, 27–28 квіт. 2023 р. / за ред. І. Перевозової. – Львів, 2023. – С. 648–650.

211. Роль комплексу маркетингу в системі стратегічного управління // Проблеми раціонального використання соціально-економічного, еколого-енергетичного потенціалу України та її регіонів : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. (15 лют. 2023 р.). – Луцьк, 2023. – С. 237–239.
212. Трансформація класичного комплексу маркетингу підприємства у сучасних умовах // Проблеми раціонального використання соціально-економічного, еколого-енергетичного потенціалу України та її регіонів : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. (15 лют. 2023 р.). – Луцьк, 2023. – С. 239–243.
- Співавт.: М. Оксенюк.*

2024

213. Зарубіжний досвід застосування ефективних інструментів бренд-маркетингу // Current methods of improving outdated technologies and methods : the I International Scientific and Practical Conference, January 08–10, 2024, Bilbao, Spain. – Bilbao, 2024. – P. 75–79
214. Методичні підходи до побудови студентоцентрованої освітньої програми маркетинг першого (бакалаврського) рівня освіти // Modern technologies among us in the environment : the XXIV International Scientific and Practical Conference, June 17–19, 2024, Rome, Italy. – Rome, 2024. – С. 268–271.
215. Модель аналізу «4к» у маркетингу бренду // Сучасні технології маркетингу : матеріали I Всеукр. наук.-практ. конф. (Луцьк, 7 берез. 2024 р.) / відп. ред. В. С. Рейкін. – Луцьк, 2024. – С. 27–28.
216. Формування освітньої програми Маркетинг першого (бакалаврського) рівня з урахуванням вимог, направлених на досягнення глобальних цілей сталого розвитку // Маркетинг і логістика в системі менеджменту: виклики цифрової глобалізації : тези доп. XV Міжнар. наук.-практ. конф., пам'яті проф. Є. Крикавського. – Львів, 2024. – С. 254–256.

2025

217. Зміст і завдання маркетингової товарної політики підприємства // Сучасні технології маркетингу : матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф., 13 трав. 2025 р., м. Луцьк / упоряд., відп. ред. проф. В. С. Рейкін. – Луцьк, 2025. – С. 12–13.

Співавт.: Л. С. Гура.

218. Особливості управління маркетинговою діяльністю підприємства // Сучасні технології маркетингу : матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф., 13 трав. 2025 р. / упоряд., відп. ред. проф. В. С. Рейкін. – Луцьк, 2025. – С. 194–195.

Співавт.: В. Невидюк.

219. Формування емоційного зв'язку зі споживачами для посилення їх лояльності до бренду // Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики : матеріали X Всеукр. наук.-практ. конф., 29 жовт. 2025 р. – Умань, 2025. – С. 191–193.

220. Чинники впливу на формування маркетингової стратегії виходу підприємства на нові ринки // Сучасні технології маркетингу: матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф., 13 трав. 2025 р. / упоряд., відп. ред. проф. В. С. Рейкін. – Луцьк, 2025. – С. 204–205.

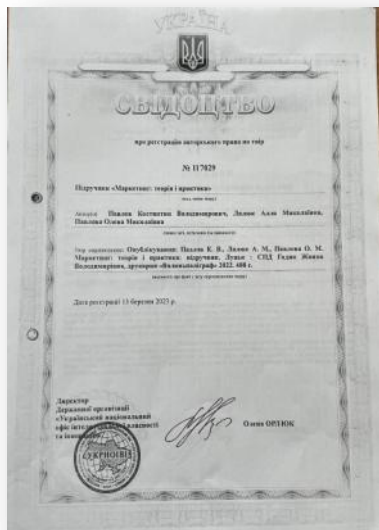
Співавт.: М. Р. Шамін.

Інноваційна навчально-методична діяльність

2023

1. Промисловий маркетинг : [Електронний ресурс] : електрон. навч. курс / LMS Moodle. – Режим доступу: <https://moodle.vnu.edu.ua/course/view.php?id=2500>
2. Товарознавство : [Електронний ресурс] : електрон. навч. курс / LMS Moodle. – Режим доступу: <https://moodle.vnu.edu.ua/course/view.php?id=2500>

Свідоцтва про реєстрацію авторського права



2021

1. А. с. Маркетинг : навч. посіб. – № 108982 від 29.10.2021 ; опубліковано.

2022

2. А. с. Маркетинг: теорія і практика: підручник. – № 115059 від 03.10.2022 ; опубліковано.

Співавт.: К. В. Павлов, О. М. Павлова.

2023

3. Економіка та організація біржової діяльності : навч. посіб. – № 122503 від 29.12.2023 ; опубліковано.

Співавт.: К. В. Павлов, О. М. Павлова, Т. І. Данилюк.

4. Маркетинг: теорія і практика : підручник. – № 117029 від 13.03.2023 ; опубліковано.

Співавт.: К. В. Павлов, О. М. Павлова.

Офіційне опонування дисертаційних досліджень

2010

1. Букало Н. А. Формування системи задоволення потреб споживачів у послугах вищих навчальних закладів : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Букало Надія Артемівна ; Луцький нац. техн. ун-т, Каф. менеджменту і маркетингу. – Луцьк, 2010. – 228 арк. – Бібліогр.: 188 назв.

2013

2. Дмитрів А. Я. Маркетингове забезпечення розвитку вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг : дис ... канд. екон. наук. 08.00.04 / Дмитрів Анна Ярославівна ; Львів. комерц. акад. Центр. спілки споживчих товариств України. – Львів, 2013.

2017

3. Рашман Б. Г. Формування комплексної організаційної та інформаційної моделі маркетингової агенції : дис. ...канд. екон. наук : 08.00.04 / Рашман Борис Гарольдович ; Нац. ун-т водного госп-ва та природокористування. – Рівне, 2017.

Науково-експертна діяльність та участь у міжнародних проєктах

Участь у роботі експертних груп

Експерт Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти; участь у роботі експертної комісії з акредитації ОП Підприємництво, торгівля та біржова діяльність у Тернопільському національному технічному університеті імені Івана Пулюя.

Участь у міжнародних проєктах

2015–2016 роки – участь у реалізації програми професійної перепідготовки військовослужбовців Збройних Сил України, звільнених у запас, учасників АТО та членів їх сімей (у рамках проєкту «Україна-Норвегія»).

2016 – учасник Міжнародної сертифікованої навчальної програми «Школа інновацій та соціального підприємництва».

Рецензування навчальних видань

Рецензія на ОП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня, яку забезпечує Національний університет водного господарства та природокористування.

Участь у роботі редколегій наукових збірників

2018

Актуальні проблеми та перспективи розвитку економіки України : зб. наук. пр. : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (12 груд. 2018 р.) / відп. ред.: Л. Г. Ліпич, А. М. Лялюк. – Луцьк, 2018.

2021

Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки : зб. наук. пр. : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (18 лют. 2021 р.) / відп. ред.: О. М. Павлова, К. В. Павлов, Л. В. Шостак, А. М. Лялюк. – Луцьк, 2021. – 565 с.

Інші види наукової активності А. М. Лялюк

Алла Миколаївна бере активну участь в організації та проведенні науково-методологічних та науково-практичних семінарах, конференціях міжнародного та регіонального рівнів. За період науково-педагогічної діяльності взяла участь у понад 60 науково-практичних конференціях міжнародного рівня, зокрема в Остін (США, Більбао (Іспанія), Торонто (Канада), Берлін (Німеччина). А. М. Лялюк. – є членом Української асоціації маркетингу. Значне місце в педагогічній діяльності займає наукова робота зі студентами, профорієнтаційна робота.

2020

Системний підхід до підготовки бакалаврів з маркетингу : метод. семінар.

2021

Маркетингові ризики торговельних підприємств в умовах цифрової економіки : міжкафедр. наук. семінар.

2024

Науково-практичний семінар за участю директорів шкіл, науковців, представника МОН, працівників гуманітарного відділу Володимирської територіальної громади Володимирського району, 31 січ. 2024 р.

Участь у громадських об'єднаннях

Лялюк А. М. – член в Українській асоціації маркетингу (сертифікат № 825 від 22 червня 2024 р., м. Київ).



Наукова робота зі студентами

2007–2020 рр. – Куратор НТАіС факультету економіки та управління

2008–2019 рр. – Організатор щорічної Міжнародної конференції молодих науковців, аспірантів, здобувачів і студентів «Актуальні проблеми та перспективи розвитку економіки України

2017–2021 рр. – керівництво постійно діючою студентською проблемною групою «Проблеми та перспективи розвитку підприємництва та маркетингу в Україні»

2023 р. – керівництво студентським науковим гуртком «Проблеми та особливості маркетингу за сферами діяльності»

2023 р. – наукове керівництво роботою студента Андрієм Джигалюка, який зайняв 2-ге місце на I-ому етапі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт

2024-2025 рр. – член журі університетської олімпіади з освітнього компонента «Маркетинг».

Профорієнтаційна робота

2021

Лялюк А. М. сприяла підписанню Угоди про співпрацю між Волинським національним університетом імені Лесі Українки та Привітненським ліцеєм Локачинської селищної ради Володимир-Волинського району Волинської області (*Угода 43У від 16.05.2021 р.*)

2019-2021, 2023-2024

Координатор проектів – переможців конкурсу «Зробимо Волинь кращою» Затуцівського ліцею ім. В. К. Липинського і Привітненського ліцею Локачинської селищної ради Володимирського району Волинської області.

Стажування та підвищення кваліфікації

Алла Миколаївна постійно працює над підвищенням свого професійного рівня, активно беручи участь у курсах підвищення кваліфікації; має сертифікати з різних напрямів дослідження:

3.01.2018р. – 3.07.2018 р. – Стажування в Луцькому національному технічному університеті на базі кафедри менеджменту. – *Свідоцтво № 18СПВ №000026.*

04.10.16 р.- 30.06.18 р. – Курс «Conversational English». Центр мов та комп'ютерних технологій CLEVER в СНУ імені Лесі Українки. – *Сертифікат № 0383.*

1.10.2018 р. - 1.04.2019 р. – Закордонне стажування у Вищій економічній школі в Стальовій Волі (Польща).

15.02.2021 р. - 19.02.2021 р. – Серія семінарів з інноваційного менеджменту і якості «Approaches to Ensuring the Quality of Education, Scientific Research and Technological Processes» в Бердянському державному педагогічному університеті. – *Сертифікат IQP 174 /2021.*

4–8 06. 2021 р. – Міжнародна науково-практична конференція «Трансформація національної та регіональної моделей розвитку економіки та законодавства в умовах глобальних викликів» у Волинському національному університеті імені Лесі Українки, м. Луцьк, с. Світязь (Україна), м. Подгайська (Словацька Республіка). – *Сертифікат UA-SK № 2021-24.*

14.11.2019 р. – 31.05.2021 р. – Навчальний курс «Розмовна англійська мова» в Центр мов та комп'ютерних технологій «CLEVER». – *Сертифікат № 0591 від 15.07.2021.*

8.09.2021 р. – Іспит на рівень вільного володіння державною мовою другого ступеня. – *Державний сертифікат про рівень володіння державною мовою, № 160 від 10.09.2021.*

24–28.11.2021 р. – Міжнародна науково-практична он-лайн конференція «Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки» / Європейський інститут подальшого розвитку (Словацька Республіка) м. Подгайська. – *Сертифікат учасника UA-SK № 2021-11-30.*

17.12.2021 р. – VII Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами» в Луцькому національному технічному й університеті. – *Сертифікат ЛНТУ, 2021-12-17.*

01.12.2022 р.–01.06.2023 р. – Стажування (підвищення кваліфікації згідно індивідуальної програми стажування) / Івано-Франківський національний університет нафти і газу, Кафедра підприємництва та маркетингу. – *Сертифікат № НВ-23-268 Рестраційний номер №23-000268*

8.07.2022 р. – III Міжнародна конференція «Débats scientifiques et orientations prospectives du développement scientifique» = Наукові дискусії та орієнтаційні прогнози наукового розвитку». – Париж, Франція. – *Сертифікат LS 080722-052 від 8 липня 2022 р.*

05–07. 06. 2023 р. – The XXII International Scientific and Practical Conference «Modern scientific space and learning in special conditions», May 05 – 07, Toronto, Canada. Toronto.

01.12.2022 – 1.06.2023 – Стажування (підвищення кваліфікації згідно індивідуальної програми стажування) в Івано-Франківському національному університеті нафти і газу на базі Кафедри підприємництва та маркетингу. – *Сертифікат № НВ-23-268 Рестраційний номер №23-000268.*

Он-лайн курс «Цифрові медіа та основи маркетингу» / Університет Іллінойсу (Урбана-Шампейн) (University of Illinois at Urbana-Champaign, UIU). – *Сертифікат від 13.03.2024.*

Он-лайн курс «Маркетинг у цифровому світі» : Курс від професора Університету Іллінойсу Аріка Ріндфлейша. – *Сертифікат від 25.02.25 Ідентифікаційний номер сертифікату ed305b4885f54ecfa06fdf2577e6ef43*

Облікові записи викладача в міжнародних системах наукової ідентифікації та комунікації

AUTHOR ID

[Scopus ID: 57210797303](#)

<https://orcid.org/0000-0002-4889-0511>

WEBSITES

[Персональна сторінка на сайті університету](#)

[Профіль Google Scholar citations](#)

Професійні відзнаки. Нагороди

За період роботи в університеті Алла Миколаївна зарекомендувала себе творчим, висококваліфікованим спеціалістом у галузі маркетингу. Має глибоку науково-теоретичну підготовку з практичним досвідом роботи за спеціальністю. До виконання службових обов'язків ставиться старанно і з великою відповідальністю. За багаторічну сумлінну працю у навчанні та вихованні молоді А. М. Лялюк нагороджена грамотами та подяками:

2010 р. – Подяка проректора з наукової роботи ВНУ ім. Лесі Українки

2013 р. – Подяка Луцького міського голови

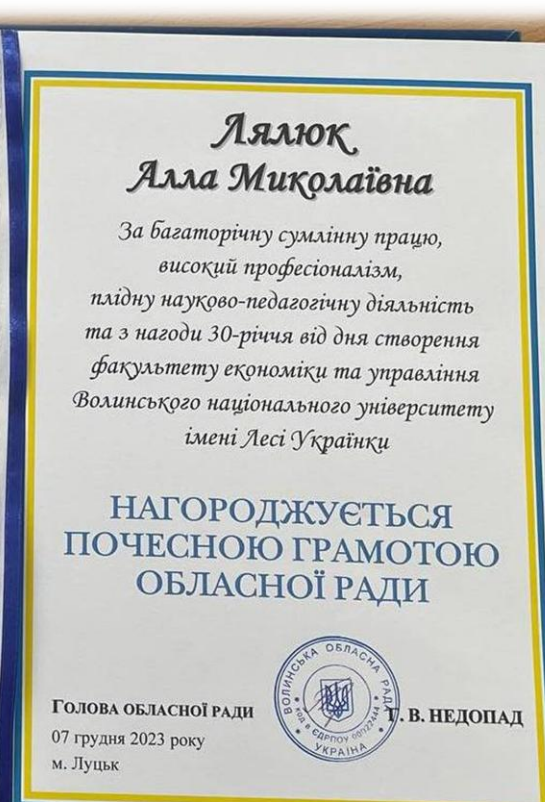
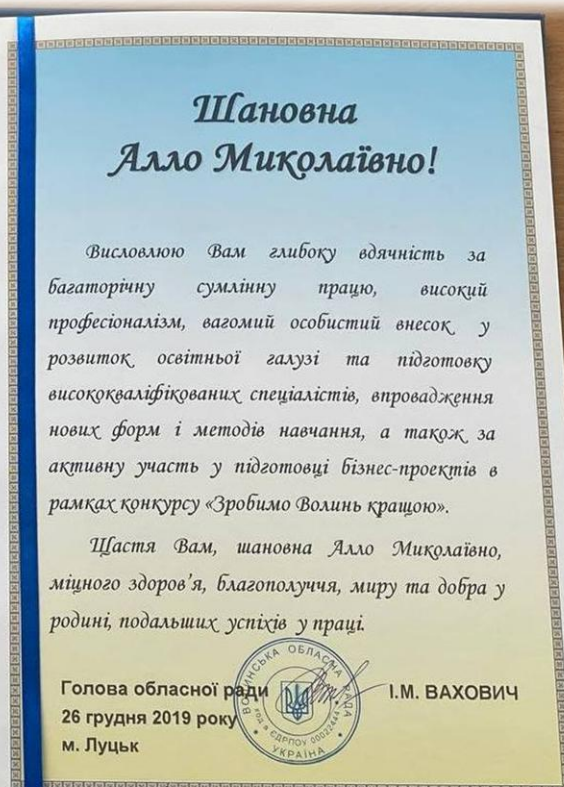
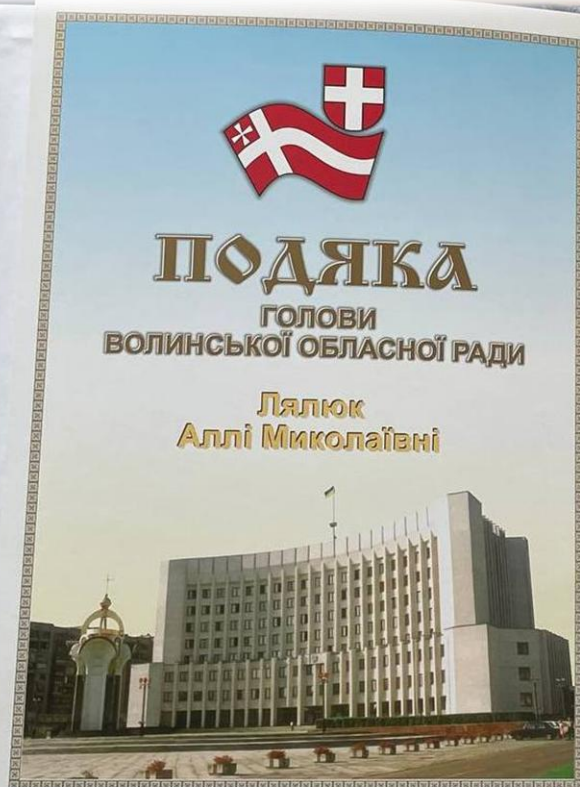
2016 р. – Подяка ректора СНУ ім. Лесі Українки

2017 р. – Подяка ректора СНУ ім. Лесі Українки

2019 р. – Подяка Волинської обласної ради

2023 р. – Почесна Грамота Волинської обласної ради





СХІДНОЄВРОПЕЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ



ПОДЯКА

Куратору
Наукового товариства аспірантів і студентів
факультету економіки та управління

**Лялюк
Аллі Миколаївні**

за сумлінну працю й вагомий особистий внесок
в організацію та розвиток
наукової діяльності в університеті

Ректор



І. Я. Коцан

Луцьк
2017

Волинський національний університет
імені Лесі Українки

ПОДЯКА

Лялюк
Аллі Миколаївні

за активну участь в організації та проведенні
Фестивалю науки і IV Міжнародної науково-
практичної конференції аспірантів і студентів
“Волинь очима молодих науковців: минуле,
сучасне, майбутнє”

Проректор з наукової роботи



А.В. Цьось

12-13 травня 2010 р.

Міністерство освіти і науки України
Східноєвропейський національний університет
імені Лесі Українки



Почесна грамота

нагороджується

**Лялюк
Алла Миколаївна,**

доцент кафедри економіки
та безпеки підприємства,

за високі показники наукової роботи студентів
і впровадження інноваційних методів роботи.



І. Я. Коцан

Луцьк
2016

Показчик назв праць

Академічне підприємництво та його роль у трансфері технологій	177
Академічне підприємництво як напрям диверсифікації	110
Аналіз моделей купівельної поведінки у торговому залі	198, 207
Аналіз ролі соціальних мереж у формуванні брендової лояльності	152
Аналіз стану малого і середнього підприємництва в умовах повномасштабної війни	208
Бренд-маркетинг	34, 38, 79, 80
Вартісні чинники регулювання реального сектору економіки України	4
Взаємозв'язок ринку освітніх послуг і ринку праці	108
Виробнича практика	75, 94, 95
Вірусний маркетинг: методи і прийоми	199
Вплив маркетингового стратегічного планування підприємства	120
Вплив світових брендів на розвиток ритейлу в Україні	153
Вплив соціокультурних чинників на купівельну поведінку українського споживача	181
Вступ до спеціальності	35
Вступ до фаху	81
Гроуз-хакінг: сутність та інструменти застосування	200
Державне регулювання маркетингової діяльності вищих навчальних закладів	104
Дослідження впливу маркетингової політики на поведінку покупців	121
Дослідження впливу чинників, які впливають на формування товарного асортименту	149
Дослідження сегментування потоків покупців в торговому залі магазину	209
Дослідження сучасного стану і тенденцій ф'ючерсної торгівлі	138
Дослідження цінової обізнаності покупців	201
Економіка і організація торгівлі	82, 83
Економіка та організація біржової діяльності	28, 39, 70, 83
Економіка та організація торгівлі	32
Економічна безпека ВНЗ та її складові	179

Емпіричний маркетинг як один із видів інноваційного маркетингу	139
Запровадження системи управління безпечністю харчових продуктів	190
Зарубіжний досвід застосування ефективних інструментів бренд-маркетингу	213
Зарубіжний досвід застосування інформаційних технологій	135
Застосування леддерінгу у маркетинговому дослідженні споживачів	122
Застосування сучасних моделей маркетингу та діяльності в туризмі	202
Збірник тестових завдань для вступників на спеціальність	12, 13
Збірник тестових завдань на комплексний державний екзамен з дисциплін	29
Збірник тестових завдань на комплексний державний екзамен за фахом	14, 16, 30
Збірник завдань на комплексний державний екзамен освітньо-професійної програми	33
Зміст і завдання маркетингової товарної політики підприємства	217
Зміст і роль маркетингової політики збуту на підприємстві	203
Зміст і структура ринкового капіталу	173
Значення інтелектуальних ресурсів в економіці знань	114, 174
Значення функціонування нетворкінгу для торговельного підприємництва	204
Інноваційний маркетинг в діяльності підприємств	196
Інтегровані маркетингові комунікації на ринку екологічних товарів	184
Інтелектуальна власність	10, 15, 49, 54
Інфраструктура ринку	56
Конструювання освітньої програми Маркетинг	154
Контент-маркетинг як засіб залучення споживачів	197
Краудсорсинг як інструмент зміни традиційної моделі відносин між брендами	150
Крос-канальний маркетинг в умовах цифрової економіки	145
Курсова робота	76, 77
Маркетинг	6, 8, 11, 17, 20, 22, 44, 48, 50, 51, 57, 65

Маркетинг бренду	40, 43, 98
Маркетинг енергозберігаючих технологій в Норвегії	18, 58
Маркетинг і логістика у вищому навчальному закладі	3
Маркетинг інновацій у сфері обслуговування	23, 66
Маркетинг: теорія і практика	36
Маркетинг туризму	55
Маркетинг у малому підприємстві	59
Маркетинг як основа управління вищим навчальним закладом	166
Маркетингова аналітика: сутність, цифрові інструменти, роль в плануванні та комунікації брендів	155
Маркетингова товарна політика	37, 84, 85, 99
Маркетингове дослідження потреб споживачів	24, 67
Маркетингове забезпечення управління інтелектуальними активами	112
Маркетинговий аудит як форма стратегічного контролю	111
Маркетинговий менеджмент	68
Маркетингові війни найбільших роздрібних торгових мереж FMCG в Україні	159
Маркетингові підходи до підвищення конкурентоспроможності	123
Маркетингові підходи до створення нових форматів торгівлі	151
Маркетингові підходи до фінансування вищої школи	101
Маркетингові ризики торговельних підприємств в умовах цифрової економіки	146
Маркетингові стратегії на ринку об'єктів інтелектуальної власності	127
Маркетингові стратегії переробних підприємств АПК	62
Маркетингові стратегії формування лояльності клієнтів	117
Методичні аспекти маркетингового дослідження ринку освітніх послуг	105
Методичні вказівки до виконання контрольної роботи з дисципліни	52
Методичні вказівки до виконання практичних занять, самостійної роботи та індивідуальних завдань з дисципліни	46, 47
Методичні підходи до побудови студентоцентрированої освітньої програми маркетинг	214

Методичні рекомендації до виконання курсової роботи	74, 86
Методичні рекомендації до проходження виробничої практики	87
Методологія наукових досліджень та захист інтелектуальної власності	19, 60, 61
Методологія та організація наукових досліджень	25
Місце маркетингу в управлінні діяльністю вищими навчальними закладами	162
Моделювання поведінки споживачів як передумова інноваційного розвитку підприємства	168
Модель аналізу «4к» у маркетингу бренду	215
Модель купівельної поведінки покупця	128
Навчальна практика	71, 88
Напрями імплементації маркетингу у практику об'єднаних територіальних громад	140
Напрями підвищення прибутковості підприємств	141
Наскрізна практика	78
Наукова робота студентів	131
Науково-аналітична практика	69, 72
Нові підходи до вивчення впливу підприємництва на країни з економікою, що розвивається	210
Нові підходи до переосмислення ролі маркетингової аналітики в торгівлі	205
Оптимізація витрат матеріальних ресурсів на отримання вищої освіти	113
Основи маркетингу	53
Основні напрями диверсифікації фінансування вищого навчального закладу	169
Особливості вибору CRM-системи вітчизняними підприємствами	191
Особливості використання стратегічного маркетингу	129
Особливості клірингу на біржовому ринку	188
Особливості маркетингу біржових товарів	130
Особливості маркетингу освітніх послуг в умовах перехідної економіки	100
Особливості партизанського маркетингу у вітчизняних реаліях	142

Особливості управління маркетинговою діяльністю підприємства	218
Особливості формування комплексу маркетингу на підприємствах лісового господарства	189
Оцінка конкурентоспроможності вищого навчального закладу	102
Оцінка соціально-культурних чинників євромаркетингового середовища	180
Оцінка стану кон'юнктури ринку високотехнологічної продукції	115
Перспективи розвитку нейромаркетингу	192
Побудова освітньої програми маркетинг з урахуванням регіонального аспекту	160
Підходи до стимулювання створення об'єктів інтелектуальної власності на підприємстві	185
Поведінка покупців на ринку екотоварів	182
Показники прогнозування кон'юнктури ринку праці	109
Предметне поле маркетингових досліджень поведінки покупців	118
Принципи та інструменти партизанського маркетингу	183
Проблеми фальсифікації харчових продуктів та шляхи її подолання	136
Промисловий маркетинг	89
Роль міжнародного маркетингу в глобальному підприємництві	137
Роль комплексу маркетингу в системі стратегічного управління	211
Роль споживчого пакування в концепції соціально-етичного маркетингу	132
Силабус освітнього компонента БРЕНДИНГ	96
Силабус освітнього компонента МАРКЕТИНГ	97
Силабус вибіркового освітнього компонента «Промисловий маркетинг»	90
Силабус освітнього компонента ТОВАРОЗНАВСТВО	91
Споживчі переваги і мотивація купівлі на споживчому ринку	124
Стан і перспективи розвитку вищої приватної школи у Польщі	178
Стратегічне планування у системі маркетингового менеджменту транскордонних регіонів	161
Сутність і особливості трендвотчингу	175
Сутність кадрового потенціалу та чинники впливу на ефективність його використання	193

Сутність понять «інтелектуальний капітал» та «інтелектуальні ресурси»	170
Сучасні підходи до формування товарного асортименту в ритейлі	206
Тенденції розвитку маркетингу банківських послуг	194
Тенденції розвитку роздрібної торгівлі у Волинській області	143
Тенденції та перспективи розвитку інтернет-маркетингу в Україні послуг	195
Теоретико-методологічні основи управління розвитком	106
Тести з курсу «Фінансове планування підприємств»	7
Товарна політика підприємства як об'єкт маркетингового аналізу і планування	156
Товарні біржі	21, 26, 27, 63, 64
Товарознавство	31, 41, 73
Торговельне підприємництво в Україні до і під час війни	147
Трансформація класичного комплексу маркетингу підприємства у сучасних умовах	212
Удосконалення управління фінансовим станом навчальних закладів за допомогою маркетингу	163
Управління капіталом підприємства	9
Управління науковою діяльністю: маркетинговий аспект	167
Управління науковою діяльністю в університетах: маркетинговий аналіз	171
Управління процесом розробки і освоєння нових продуктів	45
Управління розвитком вищого навчального закладу на засадах маркетингу і логістики	1, 2
Управління фінансовою безпекою підприємства на засадах корпоративного управління	186
Управління якістю нових продуктів: економічний аспект	172
Управління якістю товарів і послуг в торгівлі	42, 92, 93
Формування емоційного зв'язку зі споживачами для посилення їх лояльності до бренду	219
Формування конкурентних стратегій вищого навчального закладу	187
Формування концепції виміру вітчизняних брендів на відповідність	125

Формування маркетингової стратегії вищого навчального закладу	103
Формування омнікальних маркетингових стратегій в роздрібній торгівлі	148
Формування освітньої програми Маркетинг	216
Формування продуктової стратегії як головного елемента маркетингової товарної політики	157
Формування системи маркетингової інформації	107
Функціональна роль економічних методів державного регулювання в фінансовій діяльності вищого навчального закладу	165
Характеристика оцінки бренду на основі моделі «витрати/доходи»	176
Холістичний маркетинг інтелектуальних ресурсів підприємства	116
Чинники впливу на формування маркетингової стратегії виходу підприємства на нові ринки	220
Шляхи удосконалення управління вищим навчальним закладом на принципах маркетингу	164
Assessment of the Level of Customer Satisfaction in the Brand Shoe Shop	119
Brand value on the ukrainian dairy market: innovative assessment methodology and development of marketing strategies	158
Distance learning: results, problems and opportunities	144
Innovative Approaches to Ensuring the Quality of Education, Scientific Research and Technological Processes	5
Investigation of Integrated Marketing Communications to the Buyer in the Retail Trade Network	126
Consumer packaging as a tool for social and ethical marketing	133
Modern technologies Modern technologies of marketing intelligence	134

Іменний покажчик співавторів

- Березюк А. 190
Білецька К. В. 4
Борисюк О. В. 4
Борсук К. 153
Бортнік С. М. 16, 25, 29, 33, 71, 74, 75, 83, 86, 146
Букало Н. 35, 94, 95
Буняк Н. М. 12
Вишне夫ська Н. В. 4
Волинець І. Г. 25, 33
Гаврилюк З. І. 191
Гадзевич О. І. 12
Грицюк Н. О. 25
Громко Л. С. 25
Грудзевич І. Т. 4, 12, 13
Гура Л. С. 217
Данилюк Т. І. 12, 14, 16, 25, 29, 30, 33, 39, 75, 76, 77, 154
Деркач О. О. 192
Динь І. В. 4
Дригуля М. 157
Дудич С. А. 197
Дук І. В. 4
Жалко О. В. 4
Іванків О. Я. 55
Івашко О. А. 4, 13
Іщук Л. І. 4, 113
Колосок А. М. 13, 14, 16, 30, 60, 132
Корх Н. С. 194
Косинська О. А. 100
Кукіна В. 152
Кулибаба С. В. 4
Кулинич М. Б. 4
Левицький В. В. 4
Лещук В. П. 4
Ліпич Л. Г. 4, 12, 13, 14, 16, 25, 29, 30, 33, 72
Ліпич О. А. 13, 14, 16
Ліщук В. І. 12
Макара О. В. 13, 14, 16
Марчук В. А. 14
Мельник І. О. 202
Мельничук А. 138
Милько І. П. 155, 156, 159, 161
Михайлевська А. В. 189
Момчева А. М. 4
Мохнюк А. М. 25, 72
Невидюк В. 219
Оксенюк М. 212
Остапенко В. О. 4
Остапук Т. 141
Остромухова Н. С. 121
Павлов К. В. 36, 39, 74, 75, 86
Павлова О. М. 35, 36, 39, 75, 76, 77, 83, 86, 87
Патора Р. А. 3
Перетяко У. 193
Петрук Т. В. 111

- Пиль В. С. 188
- Плоскіна А. А. 195
- Полінкевич О. М. 25, 33, 72
- Романік В.** 203
- Рейкін В. С. 150
- Рудик Н. І. 4
- Савчук Я. О. 150, 152, 155
- Сак Т. В. 13, 25, 74, 75, 86, 88, 145, 146, 148, 153, 155, 156, 161
- Сиротинська І. 138
- Скорук О. В. 13, 25, 29, 33, 55, 72
- Стащук О. В. 12, 13
- Степанюк І. 151
- Стрішенець О. М. 12, 13
- Тоцька О. Л. 4
- Федченко А.** 186
- Хілуха О. А. 25, 30, 72
- Хомюк Н. Л. 87
- Чабан А.** 156
- Чуліпа І. Д. 4
- Чухрай Н. І. 3, 106
- Шамін М. Р.** 220
- Шостак Л. В. 13, 14, 16, 25, 29, 30, 33, 74
- Ющишина Л. О.** 13, 14, 16, 25, 29, 30
- Ющук М. 142
- Янюк Д.** 199
- Begun S.** 144
- Hromko L.** 133
- Hrytsiuk N. 133
- Kolenda N.** 144
- Kolosok A. 133
- Koniukh I. 126
- Kovalchuk I. 119
- Makara O.** 134
- Mylko I. 158
- Panasiuk Y.** 134
- Sak T. 158
- Savchuk Ya. 158
- Skoruk O. 133

ФОТОМИТТЄВОСТІ ЖИТТЄВОГО ШЛЯХУ

