

**Аналіз освітньої та / або професійної кваліфікації
Герасименко Ірини Олександрівни,
кандидата економічних наук, доцента кафедри фінансів, банківської
справи та страхування за 2021-2025 рр.**

**Досягнення у професійній діяльності, які зараховуються за останні
п'ять років** (науково-педагогічні, педагогічні та наукові працівники, які
забезпечують освітній процес, повинні мати не менше чотирьох досягнень
у професійній діяльності за останні п'ять років, визначених у пункті 38

Ліцензійних умов)
1, 3, 4, 8, 11, 12, 14, 19

№	Показник	Фактичні дані
1	Наявність не менше п'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection	<p>1. Trusova, N., Vasylyeva, O., Kolokolchukova, I., Konovalenko, A., Herasymenko, I. (2022). Marketing support of corporate social responsibility of agri-food enterprises. Scientific Horizons, 25 (7), 101-114 (Scopus). https://doi.org/10.48077/scihor.25(7).2022.101-114</p> <p>2. Варченко О.М., Герасименко І.О., Варченко О.О., Бабань В.П. Теоретичні засади розвитку екологічного маркетингу на ринку агропродовольчої продукції / Економіка та управління АПК. 2022. № 1. С. 170-180. DOI: https://doi.org/10.33245/2310-9262-2022-172-1-170-180</p> <p>3. Варченко О.М., Артимонова І.В., Герасименко І.О., Варченко О.О. Інформаційно-аналітичне забезпечення екологічного маркетингу в системі управління аграрними підприємствами / Економічний аналіз. 2022. Том 32. № 2. С. 33-44. DOI: 10.35774/econa2022.02.033</p> <p>4. Варченко О.М., Герасименко І.О., Дмитрик О.В., Вернюк Н.О. Особливості формування маркетингових каналів розподілу сільськогосподарської продукції особистого селянського господарства (ОСГ). Економіка та управління АПК. 2021. № 1. С. 198–212. DOI: https://doi.org/10.33245/2310-9262-2021-162-1-198-212</p> <p>5. Юхименко П.І., Герасименко І.О., Якимюк Ю.П., Юзвенко П.І. Людиноцентрична концепція маркетингової діяльності сучасного підприємства. ГРААЛЬ НАУКИ: міжнар. наук. журнал. – Вінниця: ГО «Європейська наукова платформа»; НУ «Інститут науково-технічної інтеграції та співпраці», 2024. – № 44. С. 130-141. URL: https://archives.journal-grail.science/index.php/2710-3056/issue/view/04.10.2024/5</p> <p>6. Юхименко П.І., Герасименко І.О. Вплив цифрової екосистеми на формування маркетингової концепції діяльності підприємства. Економіка та суспільство. 2024. № 68. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4951</p> <p>7. Зубченко В.В., Герасименко І.О., Олянич В.В. (2024). Стратегії забезпечення якості освіти в закладах вищої освіти</p>

- України на основі Європейських стандартів. *Педагогічна Академія: наукові записки*, (13). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14547514>
8. Паска І.М., Батажок С.Г., Герасименко І.О., Хахула Б.В., Хахула Л.П. Проблеми реалізації засад інноваційного маркетингу в діяльності сільськогосподарських підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. № 22. 2024. С. 23-28. DOI: 10.32702/2306-6814.2024.22.23
9. Паска І., Батажок С., Герасименко І., Хахула Б., Маршалок М. Фінансування інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств: зарубіжний досвід та виклики для України. *Економічний аналіз*. 2024. Том 34. № 3. С. 342-350. <https://doi.org/10.35774/econa2024.03.342>.
10. Оніщенко С.В., Калугіна Н.А., Герасименко І.О. Стратегії взаємодії з клієнтами в контексті глобальних ринкових змін. *Актуальні питання економічних наук*, (8). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14916238>
11. Паска І., Батажок С., Герасименко І., Хахула Б.В., Хахула Л.П. Формування середовища функціонування споживачів інноваційної продукції сільськогосподарського виробництва. *Економічний аналіз*. 2024. Том 34. № 4. С. 105-112. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2024.04.105>
12. Варченко О.М., Крисанов Д.Ф., Герасименко І.О., Ткаченко К.В., Варченко О.О. & Тур О.В. Діяльність підприємств харчової індустрії України у кризові, проміжні та воєнний періоди. *Продовольчі ресурси*. 2024. №12(22). С. 219–233. <https://doi.org/10.31073/foodresources2024-22-22>
13. Шуст О.А., Варченко О.М., Крисанов Д.Ф., Герасименко І.О., Драган О.О., Ткаченко К.В., Зубченко В.В. Фінансова спроможність територіальних громад України в умовах війни. *Економіка та управління АПК*. 2024. № 2. С. 6–30. doi: 10.33245/2310-9262-2024-193-2-6-30
14. Shust O., Varchenko O., Krysanov D., Herasymenko I., Drahan O., Tkachenko K., Zubchenko V. Financial capacity of Ukraine territorial communities under the conditions of war. *AIC Economics and Management*. 2024. № 2. PP. 6–30. DOI: <https://doi.org/10.33245/2310-9262-2024-193-2-6-30>
15. Варченко О.М., Крисанов Д.Ф., Герасименко І.О., Ткаченко К.В., Варченко О.О., & Тур О.В. Первинне виробництво у довоєнний період і на етапі воєнного стану в Україні. *Продовольчі ресурси*. 2024. №12(23). С.246–263. <https://doi.org/10.31073/foodresources2024-23-28>
16. Зубченко В.В., Герасименко І.О., Осипенко Н.О. (2024). Маркетингові комунікації в умовах війни: виклики та напрями впливу на купівельну поведінку. *Економіка та суспільство*, (60). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-20>.
17. Варченко О.М., Крисанов Д.Ф., Герасименко І.О., Ткаченко К.В., Варченко О.О. & Тур О.В. Аграрний експортний потенціал України в умовах євроінтеграції:

		<p>виклики та можливості. Продовольчі ресурси. 2025. № 13 (24). С. 241-254. https://doi.org/10.31073/foodresources2025-24-25</p> <p>18. Ліпський Ю., Герасименко І. Роль і місце реклами у формуванні взаємовідносин між виробниками і споживачами продукції. Економічний аналіз. 2025 рік. Том 35. № 1. С. 501-507. DOI: https://doi.org/10.35774/econa2025.01.501</p> <p>19. Герасименко, І. О., Ткаченко, К. В., & Качан, Д. А. (2025). Формування стратегії товарної марки для виходу на міжнародні ринки. <i>Наукові записки Львівського університету бізнесу та права</i>, (46), 104-113. https://doi.org/10.5281/zenodo.17373308</p> <p>20. Шуст О.А., Крисанов Д.Ф., Герасименко І.О., Драган О.О., Ткаченко К.В., Зубченко В.В. Локальний інфраструктурний розвиток сільських територій України в умовах війни та повоєнного відродження. <i>Економіка та управління АПК</i>. 2025. № 1. С. 6–26. URL: https://doi.org/10.33245/2310-9262-2025-197-1-6-26/</p> <p>21. Варченко О., Варченко О., Герасименко І., Качан Д. Методичні підходи до вивчення поведінки споживачів на продовольчому ринку. <i>Економічний аналіз</i>. 2025. Том 35. № 3. С. 411-429. DOI: https://doi.org/10.35774/econa2025.03.411</p> <p>22. Артимонова І.В., Герасименко І.О., Семисал А.В. Організаційно-економічні засади функціонування логістичних ланцюгів на ринку насінневого матеріалу. <i>Електронний журнал «Ефективна економіка»</i>. № 1. 2026. 24 с. DOI: https://doi.org/10.32702/2307-2105.2026.1.74. URL: https://surl.li/nahvxp.</p>
3	<p>Наявність виданого підручника чи навчального посібника (включаючи електронні) або монографії (загальним обсягом не менше 5 авторських аркушів), в тому числі видані у співавторстві (обсягом не менше 1,5 авторського аркуша на кожного співавтора)</p>	<p>1. Конкурентоспроможність аграрного підприємства: підручник / П.Ю. Юхименко, О.А. Шуст, Т.М. Димань та ін.; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. А. Шуст. Київ: Центр учбової літератури, 2024. 536 с. Герасименко І.О. (тема 5.4, 12).</p> <p>2. Маркетинг. Навчальний посібник – 2-е вид., переробл. і допов./ кер. кол. авторів і наук. ред. проф. О.М. Варченко. Біла Церква, ТОВ «Білоцерківдрук», 2025. – 832 с.</p> <p>3. Формування конкурентоспроможності агропідприємства в умовах екологізації та нового технологічного укладу аграрного виробництва: монографія / П.І. Юхименко, О.А. Шуст, Т.М. Димань та ін.; за заг. ред. д-ра екон. наук, професора О. А. Шуст. Біла Церква: БНАУ, 2024. 552 с. Герасименко І.О. (Розділ 12, 13).</p> <p>4. Управління структурою капіталу підприємства: фінансово-управлінський аспект: монографія / О.А. Шуст, О.М. Варченко, І.В. Свиноус, І.В. Артимонова, О.О. Драган, І.О. Герасименко, К.В. Ткаченко, В.В. Зубченко, О.Ю. Гаврик, С.М. Хомовий, В.І. Гудзій. Біла Церква, 2021. 318 с.</p>
4	<p>Наявність виданих навчально-методичних</p>	<p>1. Робочий зошит для проведення практичних занять, виконання самостійної роботи та ІНДЗ з дисципліни «Маркетинг» для здобувачів вищої освіти першого</p>

	<p>посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання, електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій / робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць загальною кількістю три найменування</p>	<p>(бакалаврського) рівня 075 «Маркетинг» / Укладачі: О.М. Варченко, І.В. Артимонова, І.О. Герасименко, К.В. Ткаченко. Біла Церква: БНАУ, 2023. 250 с.</p> <p>2. Маркетинг. Методичні рекомендації до практичних занять та самостійної роботи здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» / Укладачі: Варченко О.М., Артимонова І.В., Герасименко І.О. Біла Церква: БНАУ, 2023. 101 с.</p> <p>3. Логістика. Методичні рекомендації до практичних занять та самостійної роботи здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» / Укладачі: Варченко О.М., Герасименко І.О. Біла Церква: БНАУ, 2024. 117 с.</p> <p>4. Поведінка споживачів. Методичні рекомендації до практичних занять та самостійної роботи здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» / Укладач: І.О. Герасименко. Біла Церква: БНАУ, 2023. 32 с.</p> <p>5. Управління маркетингом. Методичні рекомендації до практичних занять та самостійної роботи здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» (D5 «Маркетинг») / Укладач: І.О. Герасименко. Біла Церква: БНАУ, 2025. 55 с.</p> <p>6. Методичні рекомендації до проходження виробничої бакалаврської практики для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» (D5 «Маркетинг») / Укладачі: О.М. Варченко, І.О. Герасименко, О.О. Драган та ін. / За ред. І.О. Герасименко. Біла Церква: БНАУ, 2025. 31 с.</p> <p>7. Методичні рекомендації з підготовки та проведення атестаційного екзамену здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» (D5 «Маркетинг») / Укладачі: О.М. Варченко, І.О. Герасименко, Драган О.О. та ін. / За ред. І.О. Герасименко. Біла Церква: БНАУ, 2025. 32 с.</p> <p>8. Вступ до спеціальності. Методичні рекомендації до практичних занять та самостійної роботи здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності D5 «Маркетинг» / Укладач: І.О. Герасименко. Біла Церква: БНАУ, 2025. 38 с.</p>
8	<p>Виконання функцій (повноважень, обов'язків) наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або головного редактора/члена редакційної</p>	<p>2. Відповідальний виконавець ініціативної науково-дослідної теми: «Розробка моделей маркетингового забезпечення діяльності сільськогосподарських підприємств в умовах кризи». (державний реєстраційний номер 0118U003645). Терміни виконання: 2023-2026 рр.</p>

	колегії/експерта (рецензента) наукового видання, включеного до переліку фахових видань України, або іноземного наукового видання, що індексується в бібліографічних базах	
11	Наукове консультування підприємств, установ, організацій не менше трьох років, що здійснювалося на підставі договору із закладом вищої освіти (науковою установою);	1. Керівник господарчої науково-дослідної роботи на тему: «Аналіз можливостей підприємства на регіональному ринку кондитерської продукції та розробка моделей їх розширення» ТОВ «Росич Приват» (Договір № 259 від 19.03.2024 р.).
12	Наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультаційних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій	<p>1. Герасименко І.О. Особливості аналізу фінансового стану аграрних підприємств // Міжнародна науково-практична конференція «АГРАРНА ОСВІТА ТА НАУКА: ДОСЯГНЕННЯ, РОЛЬ, ФАКТОРИ РОСТУ», м. Біла Церква, 20 жовтня 2022 р. С. 25-27</p> <p>2. Герасименко І.О., Біляєв М.А. Методичні підходи до оцінки ефективності використання капіталу підприємства. Міжнародна науково-практична конференція здобувачів освіти та молодих вчених «Молодь в науці: дослідження, проблеми, перспективи», м. Вінниця, 22-23 листопада 2022 р., С. 233-235.</p> <p>3. Герасименко І.О. Синтетичні засоби маркетингових комунікацій як зовнішній фактор впливу на поведінку споживачів. Міжнародна науково-практична конференція «Аграрна наука та освіта: досягнення, роль, фактори росту». Стратегічні пріоритети розвитку економіки, фінансів, обліку, підприємництва та торгівлі, менеджменту, публічного управління в Україні та світі, м. Біла Церква, 26 жовтня 2023 р., С. 45-47.</p> <p>4. Герасименко І.О. Адаптація маркетингових стратегій вітчизняних підприємств в контексті воєнних умов. Міжнародна науково-практична конференція «Пріоритетні напрями повоєнного відновлення аграрного сектору в аспекті досягнення цілей сталого розвитку» 6-7 червня 2024 р. Біла Церква, С.130-132.</p> <p>5. Остапченко С.Є., Герасименко І.О. Напрями впливу маркетингових комунікацій на забезпечення прибутковості підприємства // Матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих вчених</p>

		<p>«Маркетинг очима молоді в умовах євроінтеграційних процесів». м. Хмельницький, 11 червня 2024 р., С. 111-113.</p> <p>6. Пащенко Є.А., Герасименко І.О. Тенденції та перспективи розвитку інтернет-маркетингу // Матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Маркетинг очима молоді в умовах євроінтеграційних процесів». м. Хмельницький, 11 червня 2024 р., С. 113-115.</p> <p>7. Herasymenko I. Інтегровані маркетингові комунікації як ефективна стратегія впливу на поведінку споживачів. Міжнародна конференція «Наука, інновації та глобальні рішення», 3 липня 2024 р., С. 118-121, Польща.</p> <p>8. Герасименко І.О., Степченко В.В. Особливості управління фінансовим станом торговельного підприємства в умовах воєнного стану. Матеріали Міжнародної мультидисциплінарної наукової інтернет-конференції «Світ наукових досліджень», Випуск 34, 22-23 жовтня 2024 р., Тернопіль, Ополе, С. 25–27.</p> <p>9. Anna Hulak, Iryna Herasymenko. The impact of digital marketing on consumer behavior. Матеріали I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Революція креативних індустрій: як маркетинг і менеджмент створюють майбутнє», 24-25 жовтня 2024 р., м. Хмельницький. С. 31-33.</p> <p>10. Герасименко І.О. Основні аспекти формування маркетингових стратегій підприємств в умовах діджиталізації. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Стратегічні напрями економічної та соціальної політики в контексті глобальних змін», 7 лютого 2025 р., м. Одеса. С. 271-273.</p> <p>11. Герасименко І.О. Трансформація маркетингових стратегій в умовах цифрового середовища та змін у поведінці споживачів. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Фінанси, Маркетинг, Менеджмент, Економіка: сталі рішення та цифрові трансформації» 5-6 червня 2025 р. С. 137-139.</p> <p>12. Герасименко І.О. Вплив концепції сталого розвитку на формування маркетингової стратегії підприємства. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічне управління бізнесом на зламі епох: тенденції та виклики». м. Київ, 23 жовтня 2025 р. С. 117-119.</p>
14	<p>Керівництво студентом, який зайняв призове місце на I або II етапі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських</p>	<p>1. Керівник студентської наукової роботи I туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей. (Маркетинг) «Соціальні чинники екорациональності», здобувач 1 курсу Школьна Ю.А. (2023 р.)</p> <p>2. Керівник студентської наукової роботи I туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей. (Маркетинг) «Еволюція інтернет-маркетингу в Україні», здобувач 1 курсу Пащенко Є.А. (2024 р.)</p>

	<p>наукових робіт), або робота у складі організаційного комітету / журі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком...</p>	<p>3. Керівник студентської наукової роботи I туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей. (Маркетинг) «Роль соціально відповідального маркетингу в умовах воєнного стану», здобувач 1 курсу Жашкевич Д.Л. (2025 р.)</p>
19	<p>Діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях</p>	<p>Член ГО «Об'єднання маркетологів України». Посвідчення № 0362 від 12.05.2025 р.</p>