

Види і результати професійної діяльності
к.е.н., доцента Арестенко Т.В. за 2015-2019 рр.

П. 2 Наявність наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України:

1. Арестенко Т.В. Планування рекламної кампанії сучасного підприємства / Т.В. Арестенко // Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки). – Мелітополь, 2018. – № 2 (37) – С. 63-69. **(наукове фахове видання, цитоване у міжнародній наукометричній базі INDEX COPERNICUS)**
2. Voronianska O.V. METHODOICAL APPROACHES TO DEFINING MARKETING ACTIVITY / O.V. Voronianska, T.V. Arestenko // Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки). – Мелітополь, 2019. – № 1 (39) – С. 34 - 38. **(наукове фахове видання, цитоване у міжнародній наукометричній базі INDEX COPERNICUS)**
3. Арестенко Т.В. Перспективні напрями розвитку ринку маркетингових досліджень у системі SOCIAL MEDIA MARKETING / Т.В. Арестенко, В.В. Арестенко, В.В. Арестенко // «Інноваційна економіка». – Тернопіль, 2017. - №1-2 (67). – С. 109-113. **(наукове фахове видання, цитоване у міжнародних наукометричних базах РИНЦ, INDEX COPERNICUS індекс ISSN 2903-1533).**
4. Арестенко Т.В. Сучасний стан ринку соняшникової олії та перспективи його розвитку / Т.В. Арестенко, В.В. Арестенко // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – Мелітополь, 2017. - №1-2(33-34). – С. 120 – 127. **(наукове фахове видання, цитоване у міжнародній наукометричній базі INDEX COPERNICUS)**
5. Арестенко Т.В. Методичні підходи до виділення ринкових ніш / Т.В. Арестенко, В.В. Арестенко // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – Мелітополь, 2017. - №3(35). – С.93-98. **(наукове фахове видання, цитоване у міжнародній наукометричній базі INDEX COPERNICUS)**
6. Арестенко Т.В. Маркетинг взаємодії в підприємствах зернопродуктового комплексу АПК / Т.В. Арестенко, В.В. Арестенко // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – Мелітополь, 2016. - №2(31). – С. 61 – 65. **(наукове фахове видання, цитоване у міжнародній наукометричній базі INDEX COPERNICUS)**

П. 3 Наявність виданого навчального посібника:

1. Арестенко Т.В., Арестенко В.В. Комунікації в системі маркетингу / За ред. А.С Коноваленко // Від ідеї до власної справи. Навч. посібник. – Мелітополь: Видавництво, 2017. – С. 95-105.

П. 5 Участь у міжнародних наукових проектах, залучення до міжнародної експертизи, наявність звання “суддя міжнародної

категорії”:

Участь у міжнародному науковому проєкті «Український проєкт бізнес-розвитку плодоовочівництва (UHBDP)», який фінансується Міністерством міжнародних справ Канади, софінансується та реалізується MEDA (2015 р. по теперішній час)

П. 8 Виконання функцій відповідального виконавця наукової теми:

Відповідальний виконавець теми «Маркетингова стратегія розвитку підприємств на ринку соняшнику» науково-технічної програми «Маркетингова стратегія розвитку підприємств агропромислового комплексу» (номер державної реєстрації 0116U002738, 2016-2020 рр.)

П. 13 Наявність виданих навчально-методичних посібників:

1. Чеботар С.І., Ларіна Я.С., Арестенко Т.В., Арестенко В.В. Маркетинг: навч.-метод. посіб. на пряму підготовки 6.030507 – «Маркетинг». – Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус». - 2014. – 273с. – 11 ум. арк.; (особистий внесок - 70 с., або 2,8 ум. арк.)

П. 14 Керівництво студентом, який зайняв призове місце на I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади, робота у складі організаційного комітету Всеукраїнської студентської олімпіади та керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком:

- робота у складі організаційного комітету Всеукраїнської студентської олімпіади з аграрного маркетингу (2018-2019 рр.);

- керівництво студентами Куруоглу О., Сінатус А., Фроловим Д. (2018 р.), які зайняли призові місця на I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади за дисципліною «Маркетинг»;

- керівництво студентами Плясецькою В., Краєвою О., Пожидаєвою І. (2019 р.), які зайняли призові місця на I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади за дисципліною «Маркетингові комунікації» (2019);

- керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком