

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

1 Наявність наукової публікації у періодичному виданні, яке включено до наукометричних баз, зокрема Scopus

Legeza D., Brunner Th., Kerimova Y., Kulish T., Konovalenko A. A model of consumer buying behavior in relation to eco-intelligent products in catering. Innovative Marketing. 2019. 15 (1), P. 54-65.

2. Наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України

1. Куліш Т.В. Практичні аспекти маркетингових досліджень інноваційної діяльності підприємств./ Т.В. Куліш // Наукове видання - Молодіжний економічний дайджест Науковий електронний журнал 2015 № 2-3(5-6).- Державний вищий навчальний заклад «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», -с. 257-262.

2. Куліш Т.В. Сучасний стан та тенденції розвитку ринку молока Запорізької області/ Т.В. Куліш // Збірник наукових праць молодих учених та аспірантів «Економіка та підприємництво». – Київ, КНЕУ, 2016. – С. 321-327.

3. Куліш Т.В. Маркетингове дослідження моделі поведінки споживача на ринку соняшнику / Т.В. Куліш // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). - 2016. -№ 3 (32). - С.83-88.

4. Куліш Т.В. Дослідження конкурентних позицій ПП «Олком» на локальному ринку молока та молочних продуктів/ Т.В. Куліш // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). - 2017. -№ 3 (35). - С. 119-125.

5. Куліш Т.В. Методика дослідження оптимальної системи збуту молока. / Т.В. Куліш // Журнал «Інноваційна економіка, 1-2, 2017[67], – с.120-126.

6. Куліш Т.В. Маркетингова товарна політика сільськогосподарських підприємств на ринку соняшнику / Т.В. Куліш // Журнал «Інноваційна економіка. – 2018. № 1-2 (73). - С. 161-168.

7. Куліш Т.В. Маркетингове дослідження поведінки споживачів на ринку плодово-ягідної продукції / Т.В. Куліш // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) № 3 (39), 2019. - с. 72-81.

Пункт 3. Наявність виданого навчального посібника:

1. Логістика: практикум з плодоовочівництва // Навч. посібн. [для студ. вищ. навч. закл.] / Д. Г. Легеза, Т. В. Куліш, Ю. О. Власюк, В.О. Терновський – Мелітополь: ТОВ «Видавничий будинок ММД», 2017. – 220 с.

2. Куліш Т.В. Маркетингове дослідження як основа прийняття управлінських рішень / За ред. А.С Коноваленко // Навч посібн : Від ідеї до власної справи. – Мелітополь.: Видавництво, 2017. – С. 6-16.

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

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

З 25 липня по 18 серпня 2016 року приймала участь в Міжнародному курсі «Підтримка жіночого підприємництва як фактор сталого розвитку» за програмою MASHAV в рамках реалізації Українського проекту бізнес-розвитку плодоовочівництва UHBDP.

Проект «Подолання наслідків конфлікту, пілотний проект з відновлення та розбудови спроможностей» («Перспектива», «Бізнес-платформа») за рахунок гранту Світового банку, 2019р.

Пункт 8. Виконання функцій відповідального виконавця наукової теми: «Маркетингова стратегія розвитку підприємств на ринку молока і молочних продуктів» науково-технічної програми «Маркетингова стратегія розвитку підприємств агропромислового комплексу» (номер державної реєстрації 0116U002738, 2016-2020 рр.).

Пункт 11. Участь в атестації наукових працівників як офіційного опонента

Офіційний опонент на дисертаційну роботу Діченко Анни Леонідівни на тему: «Розвиток маркетингової товарної політики сільськогосподарських підприємств» подану на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук зі спеціальності 08.00.04 – «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)», Національний університет біоресурсів і природокористування України, 2019

Пункт 13. Наявність виданих методичних вказівок (загальна кількість два найменування):

1. Програма нормативної навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження» для підготовки фахівців ОКР «Бакалавр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» у вищих навчальних закладах III-IV рівнів акредитації ВНЗ Міністерства аграрної політики та продовольства України, 2016р., видавництво «Аграрна освіта», м. Київ (ум. др.арк.)
2. Програма нормативної навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» для підготовки фахівців ОКР «Бакалавр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» у вищих навчальних закладах III-IV рівнів акредитації ВНЗ Міністерства аграрної політики та продовольства України, 2016р., .., видавництво «Аграрна освіта», м. Київ (ум. др.арк.)

Пункт 14. Керівництво студентом, який зайняв призове місце на I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади

Керівництво студентом Бріцин А., який зайняв I місце у II етапі Всеукраїнської студентської олімпіади з навчальної дисципліни «Аграрний маркетинг» (2018 р.).

Робота у складі журі у II етапі Всеукраїнської студентської олімпіади з навчальної дисципліни «Аграрний маркетинг» (2018 р.).

Робота у складі журі у II етапі Всеукраїнської студентської олімпіади з навчальної дисципліни «Аграрний маркетинг» (2019 р.).

керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком:

Маркетингове дослідження діяльності підприємств

Бріцин Антон 2 місце у щорічному конкурсі для обдарованої молоді у галузі науки Запорізької обласної державної адміністрацією у галузі «Економічні науки». – (науковий керівник – к.е.н., доцент Куліш Т.В.)

Скачков С.В. 1 місце у 1-му турі Всеукраїнського конкурсу на кращу студентську наукову роботу. Тема наукової роботи «Збутова стратегія ПрАТ «Одеський завод шампанських вин» на ринку ігристих вин» – (науковий керівник – к.е.н., доцент Куліш Т.В.)

Пункт 15. наявність науково-популярних та дискусійних публікацій з наукової або професійної тематики (загальна кількість десять публікацій):

1. Кулиш Т.В. Влияние внешней среды на рынок игристых вин./ Т.В. Кулиш, М. Н. Поберейко// «Актуальные вопросы менеджмента современной организации – 2015» [Электронный ресурс] : электронное научное издание: сборник материалов Международной студенческой научно-практической конференции (Россия, Ижевск, 4 марта 2015 г.) / ФГБОУ ВПО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова». – Ижевск, 2015. – С. 322-325/
2. Кулиш Т.В. Маркетинговые исследования в системе менеджмента предприятий / Т.В. Кулиш //«Актуальные вопросы менеджмента современной организации – 2015» [Электронный ресурс] : электронное научное издание: сборник материалов Международной студенческой научно-практической конференции (Россия, Ижевск, 4 марта 2015 г.) / ФГБОУ ВПО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова». – Ижевск, 2015. – С. 259-264.
3. Кулиш Т.В. Маркетинговые исследования влияния внешних факторов на рынок молока./ Т.В. Кулиш, Д.Ю. Гриднева // «Актуальные вопросы менеджмента современной организации – 2015» [Электронный ресурс]: электронное научное издание: сборник материалов Международной студенческой научно-практической конференции (Россия, Ижевск, 4

марта 2015 г.) / ФГБОУ ВПО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова». – Ижевск, 2015. – С. 319-322.

4. Кулиш Т.В. Практические особенности внедрения инновационных методов стратегического анализа деятельности предприятий./ Т.В. Кулиш // Сборник статей Междун. научно-практ. конф. «Финансовый и управленческий учет, анализ и аудит: проблемы постановки и внедрения в соответствии с требованиями МСФО». – Душанбе, 2015. – С. 154-162.
5. Кулиш Т.В. Маркетинговые исследования как инструмент повышения конкурентоспособности предприятий./ Т.В. Кулиш // Материалы VII Международной научно-практической конференции: «Наука и инновации – стратегические приоритеты развития экономики государства» «Дулатов Окулары 2015» спецвыпусе «Экономика и менеджмент», г. Кастанай , Казахстан, с.229-233.
6. Кулиш Т.В. Модель формирования стратегии развития предприятия на рынке молока./ Т.В. Кулиш // Моделирование в технике и экономике: материалы международной научно-практической конференции, Витебск, 23–24 марта 2016 года / УО «ВГТУ». – Витебск, 2016. – 557 с. 324-327.
7. Кулиш Т.В. Эффективность хранения и реализации семян подсолнечника / Т.В. Кулиш // Сборник материалов международной научно-практической конференции молодых ученых «Инновационные подходы и перспективные идеи молодых ученых в аграрной науке» (17 ноября 2017 г., Кайнар) с.337-341.
8. Кулиш Т. В. Исследование макромаркетинговой среды при формировании стратегии развития предприятий / Т.В. Кулиш // «Приоритетные задачи и стратегии развития экономики, менеджмента и маркетинга»: материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 70-летию академика Ж.Т. Сейфуллина 19 октября 2018 г. - Алматы: Алматинская академия экономики и статистики, 2018.- с. 26-30.
9. Кулиш Т.В. Маркетинговые исследования поведения потребителей на рынке молока и молочных продуктов/ Т.В. Кулиш// Материалы XI Международной научно-практической конференции: «Трансформация опыта менеджмента агробизнеса Европейского Союза в Казахстан и страны Центральной Азии» «Дулатов Окулары 2019» спецвыпуск «Экономика и менеджмент», г. Кастанай , Казахстан, 2019, с.340-345.
10. Кулиш Т.В. Альтернативы развития предприятий на рынке молока и молочных продуктов с учетом факторов макросреды / Т.В. Кулиш// Материалы Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы экономики, менеджмента и маркетинга в современных условиях» Алматинская академия экономики и статистики, Алматы, 2019. - с.347- 351.