**Види і результати професійної діяльності**

**к.е.н., доц. Коноваленко А.С.**

**за 2016-2020 рр.**

**Пункт 1. Наявність наукової публікації у періодичному виданні, яке включено до наукометричних баз, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection, рекомендованих МОН (загальна кількість – дві публикації):**

1. Dunn, J. [Factors of the marketing macro system effecting children’s food production](http://lib.tsatu.edu.ua/handle/123456789/5026) / Dunn, J., Brunner, T., Legeza, D., Konovalenko, A., Demchuk, O. / Economic Annals-XXI (2018), 170(3-4), 49-56 (**наукометрична база Scopus)**
2. Darya G. Legeza, Thomas A. Brunner, Yukilay K. Kerimova, Tatyana V. Kulish and Anastasia S. Konovalenko (2019). A model consumer buying behavior in relation to ecointelligent products in catering. Innovative Marketing, 15(1), 54-65. doi:10.21511/im.15(1).2019.05 (20%) (**наукометрична база Scopus)**

**Пункт 2. Наявність наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України** (**загальна кількість сім публікацій):**

1. Необхідність генерування інноваційних ідей на основі інтрамаркетингу / Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) – Мелітополь. - 2017. - №3 (35). – С. 113-118. (Наукометрична база: Index Copernicus)

2. Вплив бренду на поведінку споживача на ринку продуктів дитячого харчування / Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету № 2 (37), 2018. - С. 115-126. (Наукометрична база: Index Copernicus)

3. Бренд-менеджмент виробників продукції дитячого харчування / Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету № 3 (38), 2018. – С. 136-149 (Наукометрична база: Index Copernicus)

4. Коноваленко А.С. Бренд-менеджмент иробників продукції дитячого харчування / А.С. Коноваленко // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2019. - № 1(39). – С. 267-275. (Наукометрична база: Index Copernicus)

5. Коноваленко А.С. Політико-правові чинники розвитку ринку продуктів харчування для дітей шкільного віку / А.С. Коноваленко // Вісник Одеського національного університету ім. І.І.Мечнікова. Економіка. – Одеса. – 2019. – Т. 24. – Вип. 4 (77). – С. 63-68. (Наукометрична база: Index Copernicus)

6. Коноваленко А.С. Елементи маркетингового механізму / А.С. Коноваленко // Збірник наукових праць «Проблеми і перспективи розвитку підприємництва» Харківському національному автомобільно-дорожньому університету. – 2019. (Наукометрична база: Index Copernicus)

7. Коноваленко А.С. Концептуальні підходи до визначення сутності поняття «маркетинговий механізм» / А.С. Коноваленко // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки –Київ. – 2019. (Наукометрична база: Index Copernicus)

**Пункт 3. Наявність виданого підручника чи навчального посібника, що рекомендований МОН, іншим центральним органом виконавчої влади або вченою радою закладу освіти, або монографії (у разі співавторства — з фіксованим власним внеском):**

1. Від ідеї до власної справи: навчальний посібник / Мелітополь: Видавничо-поліграфічний центр «Люкс», 2017. – 250 с. (Розділ 8, с 105-117)

**Пункт 8. Виконання функцій відповідального виконавця наукової теми (проекту)** 04Н-2017 «Створення академічного бізнес-інкубатору на базі ТДАТУ» (2017-2018 рр.)

**Пункт 14. Робота у складі організаційного комітету II етапу Всеукраїнської студентської олімпіади** з навчальної дисципліни «Аграрний маркетинг», **керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком –** «Поведінка споживачів на споживчих ринках»

**Пункт 16.**  **Участь у професійних об’єднаннях за спеціальністю –** членство в ГО «Українська асоціація маркетологів»