

**Види і результати професійної діяльності
асистента кафедри маркетингу Майбороди Г.О. за 2018-2021рр.**

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

1. Майборода Г. О. Вплив факторів мікросередовища на маркетингову діяльність підприємств хлібопекарської галузі / Г.О. Майборода // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) - 2018. - №3 (38). - с. 129-138
2. Майборода Г. О. Бренд-менеджмент як складова комплексу маркетингу підприємства / Г. О. Майборода // Збірник наукових праць Донецького державного університету управління (економіка) - 2018. - Т.ХІХ, вип.308. - с.173-180.
3. Майборода Г. О. Фактори макросередовища та їх вплив на діяльність хлібопекарських підприємств / Г.О. Майборода // Журнал «Інфраструктура ринку». – 2020. - Вип. 50. - с. 135–139.
4. Майборода Г. О. Обґрунтування бренд-стратегії розвитку хлібопекарської галузі у Причорноморському регіоні / Г.О. Майборода // Науковий журнал «Причорноморські економічні студії». – 2021. - Вип. 61. – с. 50-55.

Пункт 15. Наявність науково-популярних та дискусійних публікацій з наукової або професійної тематики (загальна кількість дві публікації)

1. Майборода А. А. Стоимость бренда как инструмент повышения конкурентоспособности предприятия /Майборода А. А. // Сборник международной научно-практической конференции молодых ученых, проведенной в рамках «Международной магистерской летней школы». г. Алматы, Казахстан, 2020. с. 223-227.
2. Майборода Г. О. Показники бренд-менеджменту та ефективність їх використання / Г.О. Майборода // Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток економіки України: проблеми, перспективи, ефективність» Delevopment of Ukraine's Economy: Problems, prospects, efficiency. м Арад, Румунія, 2020. с. 12-15.