



**ЮРІЙ МИХАЙЛОВИЧ
КАРПЕНКО**

Чернігівський державний інститут
економіки і управління

НАУКОВА БІБЛІОТЕКА

КАРПЕНКО
Юрій
Михайлович

(до 40-річчя з дня народження)

***Біобібліографічний покажчик
наукових праць***

Чернігів, 2012

УДК 016
ББК 91.9:65
К 26

Рекомендовано до друку методичною радою Наукової бібліотеки Чернігівського державного інституту економіки і управління. Протокол № 5 від 17.05.2012 р.

Рецензент: Белінська В.М., директор наукової бібліотеки Чернігівського державного інституту економіки і управління

Карпенко Юрій Михайлович:

Біобібліографічний покажчик наукових праць / [уклад.: О.Д. Кудрявцева, Т.А. Сіденко] - Чернігів: Наукова бібліотека ЧДІЕУ, 2012. – 17 с.

Покажчик має на меті ознайомити зацікавлених читачів з біографією та науковою діяльністю Ю.М. Карпенка як наукового співробітника інституту, охоплює наукові статті в періодичних виданнях.

Добір матеріалу завершено 14.05.2012 р. Опис здійснено згідно з Держстандартом ДСТУ 7.1-2006 «Система стандартів з інформації, бібліотечної справи. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання».

Передмова

Біобібліографічний покажчик складено відділом інформаційно-бібліографічної роботи наукової бібліотеки ЧДІЕУ і видано з нагоди 40-річчя від дня народження Карпенка Юрія Михайловича – кандидата економічних наук, доцента Чернігівського державного інституту економіки і управління.

Видання розраховано на науковців, викладачів, студентів, працівників бібліотек та архівів.

У покажчику дотримано хронологічний характер розміщення опублікованих праць у прямій послідовності. Добір матеріалу здійснено на основі картотеки «Праці викладачів ЧДІЕУ» та електронної БД наукової бібліотеки ЧДІЕУ. Покажчик містить довідковий апарат – іменний покажчик співавторів та алфавітний покажчик назв праць.

Видання продовжує серію покажчиків праць викладачів ЧДІЕУ.

Біографія

Карпенко Юрій Михайлович народився 25 липня 1972 року на Черкащині в сім'ї робітників.

По закінченні 1-ої середньої школи м. Сміла у 1989 році вступив до Київського інституту народного господарства (нині ДВНЗ «Київський національний університет ім. Вадима Гетьмана») на факультет економіки праці і матеріальних ресурсів та здобув кваліфікацію економіста. На формування наукового світогляду Юрія Михайловича вплинули лекції видатних вчених-економістів: А.Ф. Павленка, А.В. Войча та В.Я. Кардаша.

Навчально-педагогічну діяльність, як один із кращих випускників факультету, Карпенко Ю.М. розпочав на посаді викладача-асистента кафедри маркетингу цього ж ВНЗ, яку обіймав з 1994 по 1995 роки.

З 1995 року Карпенко Ю.М. продовжує навчально-педагогічну діяльність на посаді викладача кафедри менеджменту Чернігівського державного інституту економіки і управління, куди був запрошений ректором Б.І. Суховірським, який залучав кращі науково-педагогічні кадри України в новий ВНЗ.

У 1996 році Карпенко Ю.М. вступає до аспірантури без відриву від виробництва КНЕУ ім. В. Гетьмана за спеціальністю

«Економіка та управління підприємствами» за цільовим направленням ЧДІЕУ.

У 2002 році Юрій Михайлович одним із перших у ЧДІЕУ захистив кандидатську дисертацію за спеціальністю «Підприємництво, менеджмент і маркетинг» і є одним із провідних фахівців вищої кваліфікації з маркетингу в інституті. Дисертація на тему «Формування та реалізація маркетингових стратегій в кондитерській галузі України» під керівництвом д.е.н., професора Герасимчука В.Г. була успішно захищена при СВР КНЕУ. У цьому ж році йому присуджено науковий ступінь кандидата економічних наук, а в 2004 році – вчене звання доцента кафедри маркетингу.

З 2004 року і по теперішній час Карпенко Ю.М. обіймає посаду завідувача кафедри маркетингу. Значний внесок Юрій Михайлович зробив у формування і розвиток навчально-методичного забезпечення та навчального процесу кафедри маркетингу, на високому професійному рівні викладає навчальні дисципліни – «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Стратегічний маркетинг», «Маркетингові комунікації» та ін., має велику кількість методичних розробок з навчальних дисциплін.

З 2003 по 2010 рік Карпенко Ю.М. за сумісництвом очолював інформаційно-маркетинговий центр інституту і займався питаннями дослідження ринкових освітніх послуг та просуванням ЧДІЕУ на цьому ринку.

Навчально-педагогічну роботу Карпенко Ю.М. успішно поєднує з науковою та суспільною. Сфера його сучасних наукових інтересів охоплює питання маркетингових досліджень і маркетингових комунікацій. Є науковим керівником ініціативної науково-дослідної роботи кафедри «Маркетинговий інструментарій в умовах трансформації економіки». Щедро ділиться своїми знаннями Юрій Михайлович з викладачами кафедри та студентами.

Велику увагу Карпенко Ю.М. приділяє профорієнтаційній діяльності в інституті: разом з колегами кафедри маркетингу займається організацією безпосередніх контактів між роботодавцями та студентами. За його ініціативи проводяться круглі столи за участю студентів і керівників підприємств м. Чернігова та області.

Карпенку Юрію Михайловичу притаманні не тільки високі професійні якості, він є порядною, скромною людиною, тому користується заслуженим авторитетом колективу та адміністрації інституту, його люблять і поважають студенти.

Наукові статті в журналах, у виданнях, що продовжуються

1996

1. Роль маркетингу у виробничо-господарській діяльності підприємств та особливості його розвитку в Україні [Текст] / Ю.М. Карпенко // Соціально-психологічні, економічні та виробничі аспекти сучасної економіки і освіти: наук.-практ. конф. ЧДІЕУ: тези. – Чернівці: ЧДІЕУ, 1996. – С. 69-70.

1998

2. Маркетинговая концепция как базовый фактор успеха [Текст] / Ю. Карпенко // Бизнес-информ. - Харьков, 1998. - № 9. - С. 87-89.

1999

3. Проблема врахування впливу зовнішніх факторів на маркетингову діяльність підприємства [Текст] / Ю. Карпенко // Сіверянський літопис. - 1999. - № 5. - С. 214-216.

2000

4. Споживчі переваги на ринку кондитерських виробів України [Текст] / Ю.М. Карпенко // Сіверянський літопис. - 2000. - № 6. - С. 169 - 171.

5. Оцінка конкурентної ситуації на ринку кондитерських виробів м. Чернігова [Текст] / Ю.М. Карпенко // Сіверянський літопис. - 2000. - № 4. - С. 236 - 238.

6. Умови формування та ефективність маркетингових стратегій на ринку кондитерських виробів України [Текст] / Ю. Карпенко // Стратегія економічного розвитку України: наук. збірник. - К.: КНЕУ, 2000. – Вип. 2-3. - С. 292-299.

7. Ринок кондитерських виробів України та фактори конкурентних переваг на ньому [Текст] / Ю. Карпенко // Сіверянський літопис. - 2000. - № 3. - С. 175-177.

8. **Основні чинники формування стратегії** [Текст] / Ю. М. Карпенко // Управління підприємством: діагностика, стратегія, ефективність: матеріали VII міжнар. наук.- практ. конф. - Дніпропетровськ: Концерн Весна, 2000. - С. 48.

9. **Орієнтація маркетингової стратегії кондитерських виробників на фактор цільового ринку** [Текст] / Ю. М. Карпенко // Теорія управління організацією: стан та перспективи розвитку: V міжнар. наук.- практ. конф. – Київ - Трускавець: НТУУ КПІ; КНЕУ; ДДПУ, 2000. - С. 81-82.

2001

10. **Взаємоузгодження заходів стратегічного та оперативного планування маркетингу на підприємствах кондитерської галузі** [Текст] / Ю.М. Карпенко // Вісник ЧДТУ. – 2001. - № 14. - С. 69-73.

11. **Місце маркетингової стратегії у системі управління підприємством** [Текст] / Ю.М. Карпенко // Сіверянський літопис. – 2001. - № 2. - С. 133 - 135.

12. **Оцінка конкурентних стратегій підприємств кондитерської галузі** [Текст] / Ю. М. Карпенко // Маркетинг: теорія і практика : матеріали V міжнар. наук.-практ. конф. - К.: КНЕУ, 2001. - С. 90 - 91.

13. **Формування і реалізація маркетингових стратегій в кондитерській промисловості України** [Текст]: дис... канд. екон. наук: 08.06.02 / Ю.М. Карпенко. - К., 2001. – 241 с.

2002

14. **Впровадження концепції маркетингового стратегічного управління в діяльність українських підприємств** [Текст] / Ю. М. Карпенко // Управління організацією: регіональні аспекти: X міжнар. наук.-практ. конф. - К.: Політехніка, 2002. - С. 131.

15. **Формування і реалізація маркетингових стратегій в кондитерській промисловості України** [Текст]: автореф. дис... на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук: спец. 08.06.02 / Ю. М. Карпенко. - К.: КНЕУ, 2002. – 18 с.

2004

16. **Регіональний ринок радіореклами: тенденції та перспективи розвитку** [Текст] / Ю.М. Карпенко // Актуальні проблеми економіки. - 2004. - № 7. - С. 82-87.

17. **Розвиток інтегрованих маркетингових комунікацій у місці продажу** [Текст] / Ю.М. Карпенко // Актуальні проблеми економіки. - 2004. - № 12. - С. 84-89.

18. **Розвиток інтегрованих маркетингових комунікацій в Україні** [Текст] / Ю.М. Карпенко // VIII наук.-практ. конф. викладачів, співробітників та студентів ЧДІЕУ: тези. – Чернігів: ЧДІЕУ, 2004. – С. 38.

2005

19. **Політика комунікацій і маркетинговий комплекс** [Текст] / Ю.М. Карпенко // Актуальні проблеми розвитку регіону в умовах трансформації економіки: IX наук.-практ. конф. викладачів, співробітників та студентів ЧДІЕУ: тези. – Чернігів: ЧДІЕУ, 2005. – С. 19-20.

2006

20. **Особливості застосування засобів стимулювання збуту** [Текст] / Ю.М. Карпенко // Актуальні проблеми розвитку економіки, освіти та науки в умовах трансформації суспільства: X наук.-практ. конф. ЧДІЕУ: тези. – Чернігів: ЧДІЕУ, 2006. – С. 58.

2007

21. **Формування та реалізація маркетингової корпоративної стратегії** [Текст] / Ю.М. Карпенко // Корпоративне управління в країнах з перехідною економікою: організаційно-економічні аспекти та сучасні проблеми: зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. семінару; [за ред. Л.М. Ремньової]. - Чернігів: Деснянська правда, 2007. – С. 61-64.

22. **Засоби стимулювання збуту в системі маркетингових комунікацій** [Текст] / Ю.М. Карпенко // Сіверянський літопис. - 2007. - № 4. - С. 199-203.

23. Основні тенденції розвитку зовнішньої реклами [Текст] / Ю.М. Карпенко // Сучасні тенденції розвитку економіки, освіти та науки в контексті євроінтеграції: XI наук.-практ. конф. ЧДІЕУ: тези. - Чернігів, 2007. – С. 67.

2008

24. Тенденції розвитку зовнішньої реклами [Текст] / Ю.М. Карпенко, Н.Л. Карпенко // Маркетинг у третьому тисячолітті: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. – Донецьк, 2008. – С. 154-156.

2009

25. Стратегічне управління маркетингом в інноваційних процесах [Текст] / Ю.М. Карпенко // Формування інноваційної моделі розвитку національної економіки України: монографія у 2 ч. Ч. 1.; [за заг. ред. д.е.н., проф. І.С. Каленюк]. - Чернігів: ЧДІЕУ, 2009. – С. 315-324.

26. Маркетинговий інструментарій в умовах скорочення споживчих ринків [Текст] / Ю.М. Карпенко // Імперативи розвитку України в умовах глобалізації: міжнар. наук.-практ. конф. – Чернігів: ЧДІЕУ, 2009. – С. 141-142.

27. Основні тенденції розвитку регіональних ринків зовнішньої реклами [Текст] / Ю.М. Карпенко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. - №7 (97). – С. 184–191.

2010

28. Українські бренди - ринкова вартість та цінності [Текст] / Ю.М. Карпенко, Н.Л. Карпенко // Імперативи розвитку України в умовах глобалізації: II міжнар. наук.-практ. конф. – Чернігів: ЧДІЕУ, 2010. – С. 190-191.

29. Формування та реалізація стратегії позитивного іміджу міста [Текст] / Ю.М. Карпенко, Н.Л. Карпенко // Агора. – 2010. - №10. – С. 184 – 191.

30. Окремі аспекти торгового маркетингу [Текст] / Ю.М. Карпенко // Науковий вісник ЧДІЕУ. Сер. 1. Економіка: зб. наук. праць. – 2010. – Вип. №2 (06) – С. 69-77.

31. **Розвиток концепції private label: світовий досвід та українські реалії** / Ю.М. Карпенко // Формування ринкової економіки [Електронний ресурс]: зб. наук. праць. Спец. вип. Маркетингова освіта в Україні; [відп. ред. О.О. Бєляєв]. - 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). – Систем. вимоги: Pentium; 32Mb RAM; Windows 98/2000/NT/XP. – К.: КНЕУ, 2011. – С. 202–214.

32. **Організація самостійної роботи студентів за системою «кейс-метод»** [Текст] / С.В. Мельников, Ю.М. Карпенко, Ю.С. Бондар // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. – 2011. – Вип. 88. – С. 124-127.

33. **Маркетинговий інструментарій: проблеми використання та розвиток в умовах глобалізації** [Текст] / Ю.М. Карпенко, Н.Л. Карпенко // Імперативи розвитку України в умовах глобалізації: III міжнар. наук.-практ. конф.: тези. – Чернігів: ЧДІЕУ, 2011. – С. 121-122.

Іменний покажчик співавторів

Б

Бондар Ю.С. 32

К

Карпенко Н.Л. 24, 28, 29, 33

М

Мельников С.В. 32

Алфавітний покажчик назв праць

В

Взаємоузгодження заходів стратегічного та оперативного планування маркетингу на підприємствах кондитерської галузі 10
Впровадження концепції маркетингового стратегічного управління в діяльність українських підприємств 14

З

Засоби стимулювання збуту в системі маркетингових комунікацій 22

М

Маркетинговая концепция как базовый фактор успеха 2
Маркетинговий інструментарій в умовах скорочення споживчих ринків 26
Маркетинговий інструментарій: проблеми використання та розвиток в умовах глобалізації 33
Місце маркетингової стратегії у системі управління підприємством 11

О

Окремі аспекти торгового маркетингу 30
Організація самостійної роботи студентів за системою «кейс-метод» 32
Орієнтація маркетингової стратегії кондитерських виробників на фактор цільового ринку 9
Основні тенденції розвитку зовнішньої реклами 23
Основні тенденції розвитку регіональних ринків зовнішньої 27
Основні чинники формування стратегії 8
Особливості застосування засобів стимулювання збуту 20
Оцінка конкурентних стратегій підприємств кондитерської галузі 13
Оцінка конкурентної ситуації на ринку кондитерських виробів м. Чернігова 5

П

Політика комунікацій і маркетинговий комплекс 19
Проблема врахування впливу зовнішніх факторів на маркетингову діяльність підприємства 3

Р

Регіональний ринок радіореклами: тенденції та перспективи розвитку 16

Ринок кондитерських виробів України та фактори конкурентних переваг на ньому 7

Розвиток інтегрованих маркетингових комунікацій в Україні 18

Розвиток інтегрованих маркетингових комунікацій у місці продажу 17

Розвиток концепції private label: світовий досвід та українські реалії 31

Роль маркетингу у виробничо-господарській діяльності підприємств та особливості його розвитку в Україні 1

С

Споживчі переваги на ринку кондитерських виробів України 4

Стратегічне управління маркетингом в інноваційних процесах 25

Т

Тendenції розвитку зовнішньої реклами 24

У

Українські бренди - ринкова вартість та цінності 28

Умови формування та ефективність маркетингових стратегій на ринку кондитерських виробів України 6

Ф

Формування і реалізація маркетингових стратегій в кондитерській промисловості України: автореф. дисертації 15

Формування і реалізація маркетингових стратегій в кондитерській промисловості України: дисертація 13

Формування та реалізація маркетингової корпоративної стратегії 21

Формування та реалізація стратегії позитивного іміджу міста 29

ЗМІСТ

Передмова	6
Біографія	6
Наукові статті в журналах, у виданнях, що продовжуються	8
Іменний покажчик співавторів.....	13
Алфавітний покажчик назв праць	14

КАРПЕНКО

Юрій Михайлович

Біобібліографічний покажчик наукових праць

Головний редактор	Белінська В. М.
Укладачі	Кудрявцева О.Д., Сіденко Т. А.
Технічний редактор	Баклажко О. П.
Мовне редагування та коректура	Макаренко Г. В.
Художник обкладинки	Мартиненко О.В.

Підписано до друку 17.05.2012
Ум. друк. арк. 0,943. Обл.-вид. арк. 0,38

Чернігівський державний інститут економіки і управління,
Наукова бібліотека
14003, м. Чернігів, вул. Стрілецька, 1
Тел.: (0462) 5-69-81
E-mail: library92@ukr.net