



АЛДАНЬКОВА ГАЛИНА ВАСИЛІВНА
кандидат економічних наук,
доцент кафедри журналістики та реклами
aldankova.gala@gmail.com

КВАЛІФІКАЦІЯ

Кандидат економічних наук, 08.00.04. – «Економіка та управління підприємствами». Закінчила Київський політехнічний інститут, 1993р., спеціальність «Приладобудування. Технологія приладобудування». Член Спілки рекламистів України.

ДОСВІД РОБОТИ з 2000 р. - Київський національний торговельно-економічний університет.

ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ:

- ТОВ «Новий друк». Тема стажування: «Комп'ютерна графіка в рекламі», 2020 р.
- Захист дисертаційного дослідження за темою: «Управління маркетинговими комунікаціями торговельної мережі», 2018 р.
- Академічне співтовариство імені Михайла Балудянського, стажування в Європейських університетах: Пан-європейський університет (м. Братислава), Кошицький технічний університет (м. Кошице), Віденський університет (м. Відень). Тема стажування: «Сучасні методи та інноваційні технології у вищій освіті: Європейський досвід та провідні тенденції», 2018 р. сертифікат № 038/1-2018.
- Навчально-методичні семінари, КНТЕУ: «Тайм-менеджмент», 2017 р., «Методика підготовки та проведення вебінарів», 2015 р.
- Рекламне агентство «Папа АДВ». Тема стажування: «Комп'ютерно-технічні засоби в рекламі та зв'язках із громадськістю», 2015 р.
- Учбовий центр комп'ютерних технологій міжнародного науково-навчального центру Юнеско/МПП інформаційних технологій та систем НАН України та Міносвіти України, спец. «Комп'ютеризовані системи обробки інформації та управління». Свідоцтво про підвищення кваліфікації СПК № 2182.

Відзнаки: Нагороджена Подякою міністерства освіти і науки України за вагомий внесок у підготовку висококваліфікованих спеціалістів та плідну науково-педагогічну діяльність, Почесними грамотами і подяками КНТЕУ та Спілки рекламистів України.

ДИСЦИПЛІНИ, ЯКІ ВИКЛАДАЮТЬСЯ Комп'ютерна графіка в рекламі; Дизайн в рекламі.

Сфера наукових інтересів: дизайн реклами, комп'ютерна графіка в рекламі, маркетингові комунікації торговельних мереж.

Всього обліковано 100 наукових та навчально-методичних праць.

ПЕРЕЛІК НАЙВАГОМШИХ ПРАЦЬ

Навчальні посібники:

1. Алданькова Г.В. Комп'ютерна графіка в рекламі: лабораторний практикум. Навч. посіб. – К.: Київ. нац. торг – екон. ун –т, 2018. – 262с.
2. Алданькова Г.В. Практикум «Комп'ютерні технології в рекламі та зв'язках із громадськістю» / Г.В. Алданькова. – К. : Київ. нац. торг – екон. ун –т, 2018 р. - 82 с.

Монографії:

Соціально-етичний маркетинг : монографія / Є. В. Ромат, Г. В. Алданькова, К. В. Березовик та ін. ; за заг. ред. А. А. Мазаракі та Є. В. Ромата. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – 372 с. (19,22 д.а.) (Особистий внесок: п. 2.4.3 «Впровадження засад соціально-етичного маркетингу на ринку побутової техніки та електроніки» – 1,4 д. а., с. 218-246).

Статті у наукових періодичних виданнях України та інших держав, що включені до міжнародних наукометричних баз

1. Алданькова Г.В. Маркетингові комунікації у формуванні рекламно-інформаційного простору торговельної мережі [Електронний ресурс] / Г.В. Алданькова // Ефективна економіка. – 2017. – № 3. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5501>
2. Алданькова Г.В. Тенденції діяльності торговельних мереж на ринку побутової техніки та електроніки України / Г. В. Алданькова // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. – 2017. – Вип. 23. Ч. 1. – С. 130-133.
3. Алданькова Г.В. Маркетингові комунікації торговельних мереж як фактор впливу на покупців побутової техніки та електроніки [Електронний ресурс] / Г.В. Алданькова // Економіка та суспільство. – 2017. – №. 9. – С. 326-330.
4. Prokopenko O., Rusavska V., Maliar N., Tvelina A., Opanasiuk N., Aldankova H. Digital-Toolkit for Sports Tourism Promoting, International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology (IJARET), 11(5), 2020, pp. 84-96. - scopus indexed.
5. Лабурцева О.І., Алданькова Г.В. Система маркетингових комунікацій підприємств роздрібної торгівлі/ О.І. Лабурцева, Г.В. Алданькова // Економіка України. – 2018. – №9 (682). – С. 139-152.
6. Алданькова Г.В., Конопляникова М.А. Інтегровані маркетингові комунікації в місцях продажу електротехнічних товарів / Г.В. Алданькова, М.А. Конопляникова // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». – 2020. – №3. – С. 22-28.
7. Алданькова Г.В. Методичні підходи до оцінювання ефективності маркетингових комунікацій торговельних мереж/ Г.В. Алданькова // Ефективна економіка. – 2020. – № 3.
8. Алданькова Г.В., Конопляникова М.А. Цифрові інструменти маркетингових комунікацій торговельних мереж/ Г.В. Алданькова, М. А. Конопляникова // Причорноморські економічні студії. – 2020. – Вип. 55. Ч. 1. – С. 62-70.

Публікації у фахових наукових виданнях

9. Алданькова Г. В. Тенденції розвитку діяльності рекламних агенцій в Україні / Г. В. Алданькова // Проблеми системного підходу в економіці : збірник наукових праць. Вип. 6. – Київ : НАУ, 2004. – С. 180-184 (0,37 д. а.).
10. Алданькова Г. В. Формування віртуальної комунікації підприємствами роздрібної торгівлі / Г. В. Алданькова // Сталий розвиток економіки. – 2010. – № 3. – С. 253-257 (0,45 д. а.).
11. Алданькова Г. В. Визначення структури рекламно-інформаційного простору торговельного підприємства / Г. В. Алданькова // Сталий розвиток економіки. – 2011. – № 2. – С. 251-254 (0,44 д. а.).
12. Алданькова Г. В. Проблеми управління маркетинговими комунікаціями підприємств роздрібної торгівлі / Г. В. Алданькова // Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. – 2014. – Т. 19. Вип. 4. – С. 48-54 (0,52 д. а.).

Публікації в інших наукових виданнях

13. Алданькова Г.В. Нове покоління рекламистів вибирає комп'ютерні технології/ Г. В. Алданькова // Актуальні проблеми та перспективи вдосконалення підготовки конкурентноздатних фахівців: матеріали міжнародної наук.-метод. конф. (Київ, 3-4 грудня 2001 р.) / відп. ред. Н.М. Ушакова. – К. : Київ. нац. торг – екон. ун – т, 2001. – С. 315–317.
14. Алданькова Г.В. Спеціалізація ринку рекламних послуг / Г. В. Алданькова // Маркетингові дослідження в Україні : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (25-28 травня 2004 р., м. Ялта) : тези доповідей / Відп. ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2004. – С. 8-9 (0,10 д. а.).

15. Алданькова Г. В. Роль інформаційних та комп'ютерних технологій у підготовці фахівців рекламного бізнесу/ Г.В. Алданькова // Актуальні проблеми розвитку реклами в Україні: матеріали Всеукраїнської наук. - практ. конф. (14-15 квітня 2004 р.). – Харків : Студцентр, 2004. – С. 195-202.
16. Алданькова Г. В. Проблеми організації роботи рекламної агенції / Г.В. Алданькова // Современные социально-экономические проблемы Украины, Крыма и пути их решения : материалы V научно-практической конференции. – Симферополь : КИБ, 2004. – С. 35-38 (0,16 д.а.).
17. Алданькова Г. В. Застосування комп'ютерних технологій у підготовці фахівців рекламного бізнесу/ Г.В. Алданькова // Актуальні проблеми входження вищих навчальних закладів України до єдиного Європейського простору: матеріали міжнародної наук.-метод. конф. (Київ, 22-23 листоп. 2005 р.): тези доп. – К. : Київ. нац. торг – екон. ун –т, 2005.– С. 47-49.
18. Алданькова Г. В. Применение стратегии CRM в организации работы рекламного агентства / Г. В. Алданькова // Научное обеспечение процессов реформирования экономических отношений в условиях рыночной экономики : материалы VI научно-практической конференции. – Симферополь : КИБ, 2006. – С. 61-64 (0,15 д. а.).
19. Алданькова Г. В. Функціонування мережних рекламних агенцій на ринку рекламних послуг України / Г. В. Алданькова // Научное обеспечение процессов реформирования экономических отношений в условиях глобализации : материалы международной научно-практической конференции. В 2-х томах. – Т. 2. – Симферополь : Крымский институт бизнеса, 2007. – С. 9-10 (0,16 д. а.).
20. Алданькова Г.В. Особливості діяльності рекламних агенцій в регіонах України / Г. В. Алданькова // Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (15-17 травня 2007, м. Ялта). – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. – С. 5-7 (0,12 д. а.).
21. Алданькова Г. В. Використання новітніх технологій при вивченні дисципліни «Фірмовий стиль і дизайн»/ Г. В. Алданькова // Сучасні освітні технології у вищій школі: матеріали Міжнародної наук.-метод. конф. (Київ, 1-2 листопада 2007 р.): Тези доповідей : У 2 ч. – Ч. 1 / відп. ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг – екон. ун –т, 2007. – С. 126-128. – Укр., рос. та англ. мовами.
22. Алданькова Г. В. Роль синтагматичного аналізу у формуванні рекламно-інформаційного простору підприємства / Г.В. Алданькова // Реклама в Україні: інтеграція теорії та практики : Матеріали Другої Всеукр. наук.-практ. конф. (Київ, 16 груд. 2008 р.) : Тези доп. / Відповід. ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – С. 11-12. (0,11 д. а.).
23. Алданькова Г.В. Особливості формування рекламно-інформаційного простору торговельного підприємства / Г.В. Алданькова // Реклама в Україні: інтеграція теорії та практики: тези доповідей III Всеукр. наук.-практ. конф. (Київ, 16 груд. 2009 р.) / відповід. ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – С. 11-12 (0,12 д. а.).
24. Алданькова Г.В. Оцінка веб-сайтів підприємств роздрібної торгівлі в аспекті маркетингових комунікацій / Г.В. Алданькова // Інформаційні системи та технології управління : матеріали Міжнар. інтернет-конф. (Донецьк, 12 жовт. 2009 р.). – Донецьк : ДонНУет, 2009. – С. 200-203 (0,17 д. а.).
25. Алданькова Г.В. Особливості просування товарів мережами побутової техніки та електроніки в умовах кризи / Г. В. Алданькова // Реклама в Україні: інтеграція теорії та практики : IV Всеукр. наук.-практ. конф. (Київ, 8 груд. 2010 р.) : тези доп. / відповід. ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – С. 11-12 (0,11 д. а.).
26. Алданькова Г.В. Ко-брендинг у системі просування підприємств роздрібної торгівлі / Г.В. Алданькова // Товарознавство і торговельне підприємництво: дослідження, інновації, освіта : Матеріали Міжнародної наук.-практ. конф. (6-7 квітня 2011 р., м. Київ) / відп. ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – С. 303-306 (0,20 д. а.).
27. Алданькова Г.В. Мобільний маркетинг: етичний аспект / Г.В. Алданькова // Реклама в Україні: інтеграція теорії та практики : тези доп. V Всеукр. наук.-практ. конф., 18 листоп. 2011 р., Київ ; відп. ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – С. 14-16 (0,12 д. а.).
28. Алданькова Г.В. Контроль у системі управління маркетинговими комунікаціями підприємства роздрібної торгівлі / Г. В. Алданькова // Споживча політика України: виклики глобалізації та євроінтеграція : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 28-29 березня 2012 р.) / відп. ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – С. 61-65 (0,25 д. а.).
29. Алданькова Г.В. Організація комунікацій соціально-етичного маркетингу підприємств роздрібної торгівлі на ринку побутової техніки та електроніки / Г. В. Алданькова // Реклама в Україні: інтеграція теорії та практики : тези доп. VI Всеукр. наук.-практ. конф. (Київ, 16 листоп. 2012 р.) / відп. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – С. 12-14 (0,13 д. а.).
30. Алданькова Г.В. Особливості продажу побутової техніки та електроніки в Україні / Г.В. Алданькова // Сборник научных трудов SWorld. – Вып. 2. Том 35.– Одесса: Куприенко, 2013. – С. 88-94 (0,48 д. а.).

31. Алданькова Г.В. Fun-проекти у системі просування підприємства торгівлі / Г.В. Алданькова // Реклама: інтеграція теорії та практики: тези доп. VII Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 18 грудня 2013 р.) ; відп. ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – С. 11-13 (0,12 д. а.).
32. Алданькова Г.В. Особливості співпраці рекламних агентств з підприємствами роздрібною торгівлі / Г.В. Алданькова // Реклама: інтеграція теорії та практики [Електронний ресурс] : тези доп. VIII Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 21 листопада 2014 р.) ; відп. ред. Є.В. Ромат. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – С. 12-13. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). (0,14 д. а.).
33. Алданькова Г.В. «E-learning» у підготовці студентів-рекламістів/ Г.В. Алданькова //Інновації в освіті: матеріали Міжнародної наук.-метод. конф. (Київ, 16–17 жовтня 2014 р.): тези доповідей. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – С. 297-299. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.knteu.kiev.ua/file/MTc=/27c76eed8882ee254a932fe741d16af7.pdf>
34. Алданькова Г.В. Місце маркетингових комунікацій торговельної мережі серед факторів впливу на поведінку покупців / Г.В. Алданькова // Україна та ЄС: подолання технічних бар'єрів у торгівлі [Електронний ресурс] : тези доповідей Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 18-19 березня 2015 р.) / відп. ред. В.А. Осика. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – С. 64-66. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). (0,15 д. а.).
35. Алданькова Г.В. Інтерактивні інструменти в комплексі маркетингових комунікацій підприємства торгівлі / Г.В. Алданькова // Реклама: інтеграція теорії та практики : тези доп. IX Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 3 грудня 2015 р.) / відп. ред. Є. В. Ромат. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – С. 173-175 (0,13 д. а.).
36. Алданькова Г.В. Маркетингові комунікації підприємства торгівлі / Г.В. Алданькова // Реклама в Україні: інтеграція теорії та практики : тези доп. X Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 18 листопада 2016 р.) ; відп. ред. Є.В. Ромат. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – С. 9-11 (0,13 д. а.).
37. Алданькова Г.В. Дистанційна олімпіада у підготовці студентів-рекламістів/ Г.В. Алданькова //Smart-освіта: ресурси та перспективи: матеріали II Міжнар. наук.-метод. конф. (Київ, 23 листопада 2016 р.) : тези доповідей. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – С. 350-352. – Укр., рос. та англ. мовами. [Електронний ресурс] : – Режим доступу: <https://knteu.kiev.ua/file/MTc=/d87f90e5eab7630e4cf4b87b407aab8a.pdf>
38. Алданькова Г.В. Соціокультурні детермінанти рекламних комунікацій торговельних мереж / Г.В. Алданькова, О. Є. Діденко // Креативні технології, підприємництво і менеджмент в організації соціокультурної сфери XXI століття : Збірник доповідей I Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 25-26 травня 2017 р.). Наук. ред. д.е.н., проф. Я. М. Мартинишин. – Київ : КНУКіМ, 2017. – С.94-95 (Особистий внесок: визначено соціокультурні детермінанти рекламних комунікацій торговельних мереж – 0,12 д. а.).
39. Алданькова Г.В. Вірусні технології у просуванні торговельних мереж / Г.В. Алданькова // Реклама: інтеграція теорії та практики : тези доп. XI Міжн. наук.-практ. конф. (Київ, 23 листоп. 2017 р.) / відп. ред. Є.В. Ромат. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – С. 11-13 (0,13 д. а.).
40. Aldankova H. Computer graphics as a means of forming professional competences in students of advertising department / H. Aldankova // Scientific letters of academic society of Michal Baludansky. – 2018. – Volume 6, №1. – P. 6 – 8.
41. Алданькова Г.В. Позичування торговельної мережі/ Г.В. Алданькова // Підприємництво, торгівля, маркетинг: стратегії, технології та інновації : Міжнар. наук.-практ. інтернет-конференція (Київ, 23 травн. 2018р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://ldn.knute.edu.ua/mod/resource/view.php?id=65>
42. Алданькова Г.В. Дистанційна олімпіада: від спостереження до створення і аналізу контенту/ Г.В. Алданькова //Smart-освіта: ресурси та перспективи: матеріали III Міжнар. наук.-метод. конф. (Київ, 7 грудня 2018 р.) : тези доповідей.– К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – Укр. та англ. мовами [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/4ce2164e98881e82955393871be6013d.pdf>
43. Aldankova H., Kostenko S. Advertising digitalization within sales network/ H. Aldankova, S. Kostenko // Журналістика та реклама: вектори взаємодії : тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 19 березня 2019 р.) / за заг. ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. – С. 11-14. – Укр. та англ. мовами.
44. Алданькова Г.В. Інноваційні інструменти просування торговельних мереж/ Г.В. Алданькова// Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні: матеріали XII Міжнародного бізнес-форуму (Київ, 22 березня 2019 р.) / відп. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. – С. 10-11. – Укр. та англ. мовами.
45. Алданькова Г.В. Мобільні засоби просування торговельних мереж/ Г.В. Алданькова// II Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція «Підприємництво, торгівля, маркетинг: стратегії, технології та

- інновації» (Київ, 22 березня 2019 р.). [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://ldn.knute.edu.ua/mod/scorm/view.php?id=3434>
46. Алданькова Г.В. Прийоми формування рекламного повідомлення/ Г.В. Алданькова// The 7 th international scientific and practical conference «Goal and role of world science in modernity» (march 09-10, 2020). Helsinki, Finland 2020. – Р. 8-12. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : <https://isg-konf.com/wp-content/uploads/2020/03/VII-Conference-09-10-Helsinki-Finland.pdf>
 47. Aldankova H., Kostenko S. Digital evolution of advertising communications/ H. Aldankova, S. Kostenko // Журналістика та реклама: вектори взаємодії : тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 19 березня 2020 р.) / за заг. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. – С. 11-14. – Укр. та англ. мовами.
 48. Aldankova H., Chukin I. The role and tendencies of digital communication tools in the system of marketing communications of Ukrainian enterprises/ H.Aldankova, I.Chukin// Журналістика та реклама: вектори взаємодії : тези доп. II Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 19 березня 2020 р.) / голова орг. комітету А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. – С. 30-32. – Укр. та англ. мовами.
 49. Hryhorchuk T. Gastronomic tourism as an element of small town tourism branding/ Т. Hryhorchuk, Н. Aldankova, О. Holik // Tourism of the XXI century: Clobal challenges and civilization values : II International scientific and practical conference (Kyiv, June 01, 2020). – Kyiv : KNUTE. – С. 226-232.
 50. Алданькова Г.В. Digital signage як інструмент цифрового маркетингу / Г.В. Алданькова// Підприємництво, торгівля, маркетинг: стратегії, технології та інновації» : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 27 травня 2020 р.) / відп. ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. – С. 118-121.
 51. Алданькова Г.В. Технології візуалізації рекламного образу / Г.В. Алданькова// Бренд-менеджмент: маркетингові технології: тези доп. II Міжн. наук.-практ. конф. (м. Київ, 11 червня 2020 р.) / відп. ред. Є.В. Ромат. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. – С. 10-11. – Укр. мов.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

Знання іноземних мов: англійська, В2

Комп'ютерні навички: Ms Office; графічні редактори CorelDraw, Adobe Photoshop - автор навчального посібника; Adobe Illustrator, настільні видавничі системи Adobe Page Maker, Adobe InDesign.