

ЛАБУРЦЕВА ОЛЕНА ІВАНІВНА



Д.е.н., професор, професор кафедри
маркетингу



Е-mail: eldzin@bigmir.net



КВАЛІФІКАЦІЯ

2010 р. – Київський національний університет технологій та дизайну
Присвоєння вченого звання професора по кафедрі маркетингу.

2008 р. – Київський національний університет технологій та дизайну
Захист дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук.
Тема дисертації: «Науково-методологічні основи розвитку підприємництва в легкій промисловості на засадах маркетингу».

1997 р. – Державна академія легкої промисловості України
Вчене звання доцента по кафедрі управління та економіки виробництва

1988 р. – Київський технологічний інститут легкої промисловості
Захист дисертації на здобуття наукового ступня кандидата технічних наук.
Тема дисертації: «Управління організаційно-технічним розвитком підприємств з використанням прогнозних оцінок ефективності виробництва»

1983 р. – Київський технологічний інститут легкої промисловості
Диплом з відзнакою.
Кваліфікація: інженер-економіст
Спеціальність: «Економіка та організація промисловості предметів широкого вжитку».

ДОСВІД РОБОТИ



З 2018 р. – Київський національний торговельно-економічний університет, професор кафедри маркетингу

2014-2018 р. – Київський національний торговельно-економічний університет, професор кафедри маркетингу та реклами



1983-2014 р.р. – Київський національний університет технологій та дизайну (раніше: Київський державний університет технологій та дизайну, Державна академія легкої промисловості України, Київський технологічний інститут легкої промисловості) на посадах стажера-дослідника, м.н.с., н.с., асистента, ст. викладача, доцента, завідувача кафедри маркетингу

ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ

2013 р. Підвищення кваліфікації за категорією завідувачі кафедр ВНЗ III-IV рівня акредитації в Університеті менеджменту освіти НАПН України

ДИСЦИПЛІНИ, ЯКІ ВИКЛАДАЮТЬСЯ

«Маркетинг», «Ризики в маркетингу», «Торговельний маркетинг»

СФЕРА НАУКОВИХ ІНТЕРЕСІВ

Стратегічне та операційне маркетингове управління, методичні підходи до прийняття маркетингових рішень в умовах неповної інформації

ПЕРЕЛІК НАЙВАГОМІШИХ ПРАЦЬ

Монографії:

1. Лабурцева О.І. Маркетинг і розвиток підприємництва в легкій промисловості України: [монографія] / О.І. Лабурцева. – К.: КНУТД, 2008. – 364 с.
2. Лабурцева О.І. Легка промисловість України: стан, проблеми, перспективи економічного розвитку / О.І. Лабурцева // Легка промисловість України: стан, проблеми, перспективи економічного розвитку: Монографія / Волков О.І., Гончаров Ю.В., Бокій В.І. та ін. – К.: ТОВ «Знання України», 2009. – С. 10-27, 80-143.
3. Лабурцева О.І. Методологічні основи стратегічного маркетингового планування / О.І. Лабурцева // Методологічні основи розвитку постіндустріальної економіки: Монографія / М.П. Денисенко, А.П. Гречан, В.В. Лойко та ін. – К.: Фітосоціоцентр, 2010. – С. 349-368.
4. Лабурцева О.І. Обґрунтування цінових рішень в умовах ризику та невизначеності / О.І. Лабурцева, Л.К. Яцишина // Методологічні засади управління бізнесом: монографія / [І.О. Тихомирова, В.І. Дем'яненко, Ю.М. Мартинюк та ін.]; за заг. ред. доктора екон. наук М.А. Гольцберга. – К.: ТОВ «Задруга», 2014. – С. 302-321.
5. Лабурцева О.І. Стратегічні пріоритети маркетингової діяльності в умовах сталого розвитку / О.І. Лабурцева, Л.К. Яцишина // Управління сталим розвитком бізнесу: монографія / [І.О. Тихомирова, Ю.М. Мартинюк та ін.]; за заг. ред. доктора екон. наук. М.А. Гольцберга. – К.: ТОВ «Задруга», 2017. – С. 176-187.

Статті у наукових фахових виданнях:

1. Лабурцева О.І. Інструментарій продовольчого рітейл-брендингу в Україні: маркетингова товарна та цінова політика / О.І. Лабурцева // Економіка і держава. – 2015. – № 5. – С. 24-27.
2. Лабурцева О.І. Інструментарій продовольчого рітейл-брендингу в Україні: маркетингова політика збуту та комунікацій / О.І. Лабурцева // Економіка і держава. – 2015. – № 6. – С. 11-14.

3. Лабурцева О.І. Корпоративна культура вищого навчального закладу: контент-аналіз категорії /О.І. Лабурцева, О.В. Майдебуря // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Тематичний випуск. – 2014. – № 1 (75). – С. 445-453.
4. Лабурцева О.І. Методи кількісної оцінки ризиків у маркетингу / Лабурцева О.І., Страшинська Л.В. // Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія № 18. Економіка і право : зб. наукових праць. – Випуск 30. – К.: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2015. – С. 56-65.
5. Лабурцева О.І. Реалізація сучасних концепцій маркетингу в торгівлі в умовах інформатизації національної економіки / О.І. Лабурцева // Економічний часопис – XXI. – 2011. – № 6. – С. 40-41.
6. Лабурцева О.І. Способи підвищення стратегічної гнучкості підприємства / О.І. Лабурцева // Вісник Хмельницького національного університету. – Серія «Економічні науки». – 2014. – № 1. – С. 18-25.
7. Лабурцева О.І. Статистичний аналіз та прогноз тенденцій розвитку виставково-ярмаркової діяльності в Україні / О.І. Лабурцева // Економіка та держава. – 2012. – № 11.
8. Лабурцева О.І. Стратегічна гнучкість підприємства в контексті організаційного розвитку / О.І. Лабурцева // Інвестиції: практика та досвід. – 2014. – № 4. – С. 29-31.
9. Лабурцева О.І. Структурні зміни в економіці України в умовах глобалізації / О.І. Лабурцева, Л.В. Страшинська // Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія № 18. Економіка і право : зб. наукових праць. – Випуск 28. – К.: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2015. – С. 79-88.

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

1. Лабурцева О.І. Ефективність маркетингової діяльності в умовах ризику / О.І. Лабурцева // Товари і ринки. – 2017. – № 2 (24). – Т.2. – С. 28-39.
2. Лабурцева О.І. Ідентичність корпоративного бренду торговельних мереж / О.І. Лабурцева // Вісник КНТЕУ. – 2016. – № 5. – С. 46-57.
3. Лабурцева О.І. Інноваційні підходи до управління цінами в рамках товарного асортименту / О.І. Лабурцева // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – №2. – С. 27-36.
4. Лабурцева О.І. Методичні аспекти обґрунтування цін для участі в тендері / О.І. Лабурцева // Економіка і держава. – 2017. – № 11. – С. 10-14.
5. Лабурцева О.І. Ризики формування маркетингових стратегій / О.І. Лабурцева // Вісник Хмельницького національного університету. – 2018. – № 2. – С. 237-243.
6. Лабурцева О.І. Управління маркетинговими ризиками інновацій / О.І. Лабурцева // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – №4. – С. 15-22.
7. Лабурцева О.І. Управління маркетинговими ризиками торговельних підприємств / О.І. Лабурцева // Економіка України. – 2016. – № 4. – С. 79-91.
8. Лабурцева О.І. Управління ризиками в маркетингових дослідженнях / О.І. Лабурцева // Товари і ринки. – 2018. – № 1 (25). – С. 155-167.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

Знання іноземних мов:

Англійська – розмовна та письмова

Комп'ютерні навички:

Ms Office (Word, Excel, PowerPoint, Outlook, Access) – досвідчений користувач, Internet, SPSS.

Захоплення:

Фотографія, рукоділля, мистецтво.