

ІНФОРМАЦІЙНА КАРТКА ВИКЛАДАЧА



1. ПІП	Клібанська Олена Миколаївна
2. Вчене звання, посада на кафедрі	Кандидат технічних наук, доцент кафедри маркетингу
3. Адреса персональної робочої електронної пошти	<u>o.klibanska@knute.edu.ua</u>
4. Правильна транслітерація прізвища	Klibanska

РЕЗЮМЕ ВИКЛАДАЧА

1. Ідентифікатори автора	https://orcid.org/0000-0003-2057-2244 https://publons.com/researcher/3091263/olena-klibanska/
2. Освіта та кваліфікація	<p>У 2008 році захистила кандидатську дисертацію, присвячену удосконаленню управління брендовою політикою підприємства принципово нового для українського ринку асортименту – спеціального захисного одягу для використання у водному середовищі.</p> <p>У 2002 році закінчила Київський національний університет технологій та дизайну з присвоєнням кваліфікації "інженер - дослідник".</p>
3. Підвищення кваліфікації	<p>Навчання у Вищій школі педагогічної майстерності (2020 рік) Вищий навчальний заклад "Міжрегіональна Академія управління персоналом"</p> <p>Кваліфікація: «Маркетолог», 2019 рік.</p> <p>Навчальний центр "НЦА", КП № 2419.2 «Фахівець з методів розширення ринків збуту (маркетолог)», 2019 рік.</p> <p>Рекламна агенція «Effect Marketing», авторський курс, Напрямок підготовки: «Практика SMM: Основи маркетингу в соціальних мережах», 2018 рік</p> <p>Центр ІТ-обучення Перспектива Школа SMM та копірайтингу «Republic» Напрямок підготовки: «Копірайтинг», 2018 рік</p>

	Вищий навчальний заклад «Інститут інформаційних та бізнес-технологій» Київське відділення курсової підготовки спеціалістів, Напрямок підготовки: «Інтернет-маркетинг (SEO, PPC, SMM)», 2018 рік.
5.Перелік праць	<p>Загальна кількість публікацій – 35</p> <p style="text-align: center;">Розділ монографії:</p> <p>1. США "Relevant Issues of the Development of Science": Chunikhina T., Klibanska O. Web analytics: theory, practice, necessity/ Т.С. Чуніхіна, О.М. Клібанська. – San Antonio: Win Press, 2020. – 157 с.</p> <p style="text-align: center;">Матеріали конференцій (найвагоміші):</p> <p>1. Клібанська О.М. ГЛИБИННІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЦІННОСТІ БРЕНДУ// тези доповідей II-ї Міжнародної науково-практичної конференції «CHALLENGES IN SCIENCE OF NOWADAYS». – Washington, USA 16-18.02.2020 UDC 339.138</p> <p>2. Клібанська О.М. ПОКАЗНИКИ ВИМІРЮВАННЯ СПОЖИВАЦЬКОЇ ЛОЯЛЬНОСТІ ДО БРЕНДУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА // тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «LE TENDENZE E MODELLI DI SVILUPPO DELLA RICERCA SCIENTIFICI». – Рим, ІТА 13.03.2020 DOI: https://doi.org/10.36074/13.03.2020.v1.12</p> <p>3. Клібанська О.М. TONE OF VOICE БРЕНДА ЯК ОСНОВА СУЧАСНИХ БРЕНД-КОМУНІКАЦІЙ // тези доп. II Міжнародної науково-практичної конференції «Бренд-менеджмент: маркетингові технології». – К.: КНТЕУ, 2020.– 77-79 – 168 с.</p> <p>4. Chunikhina T., Klibanska O. A CUSTOMER ORIENTATION AS THE BASIS OF MODERN MARKETING MANAGEMENT // тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «ΛΟΓΟΣ». – Warszawa: Polska Europejska platforma naukowa, 21.02. 2020. – Т.1 ISBN 978-83-7499-788-1 DOI 10.36074/21.02.2020.v1</p>
4.Досвід роботи	<p>З 2002 по 2003 рік працювала спеціалістом в експериментально-плановому відділі Українського будинку моделей.</p> <p>З 2003 по 2016 рік працювала у КНУТД, поєднуючи викладацьку роботу з навчанням у аспірантурі, у 2008 році захистила дисертацію на здобуття наукового ступеня кандидата технічних наук.</p> <p>З 2006 по 2018 рік керувала підприємствами з торгівлі та надання послуг.</p>