



ІНФОРМАЦІЙНА КАРТКА ВИКЛАДАЧА

1. ПІП (повністю)	Конопляникова Маріанна Анатоліївна
2. Вчене звання, посада на кафедрі	Кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу
3. Адреса персональної робочої електронної пошти	konoplianna@ukr.net
4. Правильна транслітерація прізвища (для створення короткої адреси на персональну сторінку викладача з резюме)	Konoplyannikova

РЕЗЮМЕ ВИКЛАДАЧА

1. Ідентифікатори автора	SCOPUS немає ResearcherID N- I-2580-2018 ORCID 0000-0002-6877-3515 Google Scholar https://scholar.google.com.ua/citations?user=sE22-awAAAAJ&hl=ru
2. Освіта та кваліфікація	У 1999 р. закінчила факультет менеджменту та маркетингу Київського політехнічного факультету (КПІ) за спеціальністю «економіст-маркетолог». У квітні 2016 року захистила дисертаційну роботу на тему: «Управління маркетинговою діяльністю у сфері картографічних послуг» на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.055.01 Київського національного торговельно-економічного університету.
3. Підвищення кваліфікації	Підвищення кваліфікації: навчання у Вищій школі педагогічної майстерності (2013 р.) Пройшла стажування на підприємстві ДНВП «Картографія» (вересень 2016 р.). У грудні 2019 року отримала сертифікат із знання англійської мови B2.

4. Міжнародний досвід	У травні 2019 року пройшла міжнародне стажування (Італія, м. Верона).
5. Особисті нагороди	
6. Перелік найвагоміших праць	<p>1. Статті у фахових виданнях, матеріали конференцій</p> <p>1. Конопляникова М. А. Формування маркетингової діяльності підприємства на засади комунікативних технологій / М. А. Конопляникова // Актуальні проблеми ринкової економіки. – 2009. – № 5. – С. 122–128.</p> <p>2. Конопляникова М. А. Інформаційно-комунікаційні технології в картографії: рівень застосування / М. А. Конопляникова // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 6. – С. 42–45.</p> <p>3. Конопляникова М. А. Формування структури інформаційних потоків промислового підприємства в умовах глобалізації товарних ринків / М. А. Конопляникова // Екон. вісн. НТУУ «КПІ» ВПІ ВПК «Політехніка». – 2011. – № 8. – С. 358–362.</p> <p>4. Конопляникова М. А. Генезис ринкових умов розвитку управління маркетинговою діяльністю підприємств у сфері картографічних послуг / М. А. Конопляникова [Електронне видання «Ефективна економіка»] – 2014. – № 6. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3101.</p> <p>5. Конопляникова М. А. Фактори інтенсифікації розвитку маркетингової діяльності на ринку картографічних послуг / М. А. Конопляникова // Глобалізація у сфері економіки та технологій : матеріали XIII Міжнар. наук.-практ. конф., (Чернівці, 26–27 квітня 2014 р.). – Чернівці, 2014. – С. 90–92.</p> <p>6. Конопляникова М. А. Оцінка ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємств у сфері картографічних послуг / М. А. Конопляникова // Ольвійський форум-2014: механізм формування і розвитку ринкової економіки : матеріали XIII Міжнар. наук.-практ. конф. молодих вчених, (Миколаїв-Коблево, 16–18 травня 2014 р.). – Миколаїв-Коблево, 2014. – С. 90–92.</p> <p>7. Конопляникова М. А. Особливості функціонування ринку картографічних послуг в умовах інтенсифікації дії факторів макросередовища / М. А. Конопляникова // Актуальні проблеми соціально-економічного розвитку : матеріали XIII Міжнар. наук.-практ. конф., (Чернівці, 24–25 травня 2014 р.). – Чернівці, 2014. – С. 90–92.</p> <p>8. Програма. Промисловий маркетинг К.:Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2012.</p>

	<p>9. Робоча програма. Промисловий маркетинг К.:Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2012.</p> <p>10. Промисловий маркетинг Опорний конспект лекцій К.:Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2013.</p> <p>11. Коноплянникова М. А. Управління маркетинговою діяльністю: поняття, принципи, підходи. / М. А. Коноплянникова // Глобальні та національні проблеми економіки., 17 червня 2017 р.</p> <p>12. Коноплянникова М. А. Маркетингова збутова стратегія в умовах інтенсифікації конкуренції. / М. А. Коноплянникова // Перспективні напрямки розвитку економіки, фінансів, обліку, менеджменту та права: теорія та практика. м. Полтава, Україна. 9 березня. 2019 р.</p> <p>13. Коноплянникова М. А. Завдання вибору інформаційно-комунікаційних технологій. / М. А. Коноплянникова // Global Marketing: Analysis and challenges of our time. May 16-17, 2019, Batumi, Georgia. 2019 р.</p> <p>14. Коноплянникова М. А. Задачі вибору інформаційного забезпечення маркетингової діяльністю підприємств /М. А. Коноплянникова [Електронне видання «Ефективна економіка»] – 2020. – № 3. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7740</p>
<p>7. Досвід роботи</p>	<p>1998-2001рр.- менеджер маркетолог, ТОВ «Софтлайн».</p> <p>2001-2003 рр. – начальник відділу маркетингу ІАЦ «Ліга».</p> <p>2003-2008р р. – консультант з маркетингу ДНВП «Картографія».</p> <p>2005-2008рр. – менеджер з досліджень ринку ТОВ «Суматра».</p> <p>2008-2009рр. – менеджер з кількісних досліджень TNS Ukraine.</p> <p>2009-2010р.- директор з маркетингу «Softline».</p> <p>2009 - по теперішній час викладач кафедри маркетингу.</p>