

• **КОНТАКТНА ІНФОРМАЦІЯ**

ППП: *Студінська Галина Яківна*

д.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин

e-mail: studinska.galina@gmail.com

• **КВАЛІФІКАЦІЯ**

Одеський інститут народного господарства

Економіст.

Одеське відділення Інституту Економіки АН України

Захист дисертації на здобуття наукового ступеню к.е.н.

Тема дисертації «Фінансові методи управління природокористуванням».

Науковий керівник к.е.н. Велічко Г.О., к.е.н. Харічков С.К.

Захист дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук на тему «Теоретико-методологічні засади брендингу у системі управління конкурентоспроможністю національної економіки»

Науковий консультант, д.е.н., доц. Романюк С.К.

• **ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ**

Модель європейського регіонального розвитку КНЕУ ім. В.Гетьмана

Economic, science, education: integration and synergy Bratislava, Academic society of M. Baludansky

Project-technologies in the modern business education, Poitiers, France, Academy SEPIKE

• **ДОСВІД РОБОТИ**

Державний науково-дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки Міністерства економічного розвитку та торгівлі України

Наукова та педагогічна діяльність: головний науковий співробітник ДНДІМЕ МЕРТУ

Київський національний торговельно-економічний університет

Наукова та педагогічна діяльність: доцент кафедри міжнародних економічних відносин

• **ДИСЦИПЛІНИ, ЯКІ ВИКЛАДАЮТЬСЯ**

«Світовий ринок товарів та послуг», «Зовнішньоекономічні зв'язки України».

• **СФЕРА НАУКОВИХ ІНТЕРЕСІВ**

Концептуальне дослідження бренду як інструменту економічного розвитку національної економіки та фактору підвищення конкурентоспроможності національної економіки

• **ПЕРЕЛІК НАЙВАГОМІШИХ ПРАЦЬ**

Монографії

1. Студінська Г.Я. Бренд у національній економіці України : [моногр.] / Г.Я. Студінська. – К. : ДНДІМЕ, 2016. – 345 с.
2. Social Educational Project of Improving Knowledge in Economics : [Моногр.] / [G. Studinska and others]. – Association 1901 SEPIKE : Norderstedt, Deutschland Poitiers, France, 2016. – 219 p.

3. Студінська Г.Я. Бренд: Долаючи час та простір / Г.Я. Студінська. – Малин : «НДНЦ «ПринцепС», 2014. – 412 с.
4. Студінська Г.Я. Національна Стратегія розвитку : Бренд України 2020 / Г.Я. Студінська. – Малин : ПП «НДНЦ «ПринцепС», 2014. – 20 с.

Наукові статті

1. Studinska G. Y. . The strategy of brand-building university in the post-soviet space / V. A. Studinskiy, G. Y. Studinska // Journal L'Association 1901 «SEPIKE» Norderstedt, Deutschland Poitiers, France, 2013. – С. 102-105 Журнал індексується і реферується в зарубіжних базах: **Web of Science, Deutsche Nationalbibliothek; бібліотека Конгресу США**
2. Студинская Г.Я. Стратегічні підходи до формування регіонального бренду / С.А. Романюк, Г.Я. Студінська // Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences. II (6), Issue : 36, 2014. – С. 28-31
3. Studinska G. Y. Brand of country like effective way to overcome total Ukrainian crisis / G. Studinska // Journal L'Association 1901 «SEPIKE», Ausgabe 06, Osthofen, Deutschland Poitiers, France los Angeles, USA, 2014. – С. 171-175 Журнал індексується і реферується в зарубіжних базах: **Web of Science, Deutsche Nationalbibliothek; бібліотека Конгресу США**
4. Studinska G. Ya. Brand of country as a potential for sustainable development of Ukraine / G. Studinska // Маркетинг і менеджмент інновацій, 2015. – № 1. – С. 187-202 Журнал індексується і реферується в зарубіжних базах: **Index Copernicus (Польща), Google Scholar (США), Global Impact Factor (Австралія), Science Impact Factor .**
5. Studinska G. Y. Event in the paradigm of national brand / G. Studinska // Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences. III (7), Issue : 42, 2015. – С. 69-73 (0,6 д.а.)
6. Studinska G. Y. Integration properties of the brand / G. Ya. Studinska // Scientific letters of academic society of Michal Baludunsky. – № 4, 2016. – С. 164-167 (0,6 д.а.)
7. Studinska H. Brand of the country like a form of state administration / S. Romanuk, H. Studinska // Baltic Journal of Economic Studies, Vol. 3, N 1, Riga: Izdevnieciba «Baltija Publishing», 2017, P. 69-74 Журнал індексується і реферується в зарубіжних базах: **SCOPUS**
8. Studinska G. Y. Possibilities of the brand-oriented national economy / G. Studinska // Journal L'Association 1901 «SEPIKE», Edition 16, Frankfrut, Deutschland Poitiers, France, Los Angeles, USA, 2017. – С. 162–166 Журнал індексується і реферується в зарубіжних базах: **Web of Science, Deutsche Nationalbibliothek; бібліотека Конгресу США**
9. Studinska G. Social imperative of competitiveness of the national economy in the Sustainable Development / G. Studinska, O. Guk // Journal L'Association 1901 «SEPIKE» Norderstedt, Deutschland Poitiers, France, 2017. – С. С. 184-190 Журнал індексується і реферується в зарубіжних базах: **Web of Science, Deutsche Nationalbibliothek; бібліотека Конгресу США**