

Дибчук Людмила Василівна



Науковий ступінь: кандидат історичних наук.

Вчене звання доцент.

Дисципліни, що викладає: «Маркетингові комунікації», «Маркетинговий менеджмент», «Підприємницька діяльність».

e-mail: important@email.ua

Освіта: Закінчила Вінницький інститут економіки Тернопільського національного економічного університету, 2007 р. Спеціальність: економіка підприємства. Кваліфікація: магістр з економіки підприємства.; Тернопільську академію народного господарства, 2003 р. Спеціальність: фінанси. Кваліфікація: економіст за спеціальністю фінанси; Вінницький державний педагогічний університет ім. М. Коцюбинського, 1999 р. Спеціальність: всесвітня історія. Кваліфікація: вчитель історії та основ правознавства. Закінчила аспірантуру Тернопільського національного економічного університету і успішно захистила кандидатську дисертацію у 2006 році.

Вчене звання доцента кафедри маркетингу та товарознавства Хмельницького національного університету присвоєно 2017 року.

Пройшла курс навчання у Вищій школі менеджменту в Варшаві з навчальними виїздами до інституцій Європейського Союзу: Європейський парламент, НАТО, Комітет Регіонів, Єврокомісія, Розрахунковий Трибунал, Трибунал справедливості, Європейський Центральний банк, Рада Європи, Трибунал Прав Людини (Польща, Німеччина, Франція, Голландія, Бельгія, Люксембург, Чехія) (2005) . Пройшла піврічне стажування на ТОВ підприємстві «АВІС» (2016), міжнародне стажування в Університеті Суспільних Наук в м. Лодзь (Польща) (2017), підвищення кваліфікації на кафедрі маркетингу та торговельного підприємництва Хмельницького національного університету (2018).

Працювала у Вінницькому інституті економіки Тернопільського національного економічного університету, Хмельницькому національному університеті.

Коло наукових інтересів: маркетинговий менеджмент, стратегії маркетингових комунікацій, стратегії комунікативного впливу на дистрибутивну політику підприємств.

Найбільш актуальні публікації

1. Дибчук Л.В. Концепція формування маркетингової стратегії розвитку промислових підприємств / Л.В. Дибчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2011. – Т. 4, №5. – С.139-142. **(Фахове видання)**
2. Дибчук Л.В. Теоретичні і практичні аспекти підготовки маркетологів у ВНЗ / Л.В. Дибчук // Нові технології навчання: Наук.-метод. зб. Інституту інноваційних технологій і змісту освіти. Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України, Академія міжнародного співробітництва з креативної педагогіки: В 2-х ч. – Київ, – Вип.73.Ч.ІІ. – 2012. – С.75-78. **(Фахове видання)**
3. Дибчук Л.В. Місце брендингу в сучасних маркетингових концепціях /Л.В. Дибчук // Науковий вісник Вінницького кооперативного інституту «Проблеми розвитку економічних, соціальних, інформаційних зв'язків та кооперацій». – Вінниця, 2013. – С. 363-373.
4. Дибчук Л.В. Підвищення конкурентоспроможності підприємств Укоопспілки шляхом впровадження власних торгових марок / Л.В. Дибчук, В.В. Каправий // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2013 р. – Т. 2, №6. – С. 151-154. **(Фахове видання)**
5. Дибчук Л.В. Використання наскрізних завдань при проведенні практичних робіт з дисципліни «Маркетингові дослідження» / Л.В. Дибчук, О.В. Пітик // Шляхи підвищення ефективності навчального процесу у вищому навчальному закладі: науково-методична конференція, 18 грудня 2013. – Вінниця, 2013. – С. 132-136.
6. Дибчук Л.В. Креативний компонент інтелектуального розвитку творчої особистості в процесі навчання у кооперативних вищих навчальних закладах / Л.В. Дибчук // KULTUROWE ASPEKTY EDUKACJI INSTYTUT STUDIOW NAD FILOZOFIA SŁOWIANSKA IM. SW. CZRZLA I METODEGO Warszawa, 2014. – Warszawa, 2014. – S.158-165. **(Іноземне видання)**
7. Дибчук Л.В. Мотивація споживача як чинник діяльності підприємства /Л.В. Дибчук // Науковий вісник Вінницького кооперативного інституту «Економіка : сучасні проблеми та перспективи розвитку в кризових умовах». – Вінниця, 2014. – С. 189-193.
8. Дибчук Л.В. Сутність та особливості формування інтегрованих маркетингових комунікацій / Л.В. Дибчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2014. – Т.2, №5. – С. 54-56. **(Фахове видання)**
9. Дибчук Л.В. Управління часом маркетологів як складова ефективного самоменеджменту / Л.В. Дибчук, О.В. Пітик // Збірник наукових праць Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – 2015, № 9. – С. 412-414.
10. Дибчук Л.В. Організація комунікаційної діяльності на промислових підприємствах / Л.В. Дибчук // Конкурентоспроможність національної економіки та освіти: пошук ефективних рішень: зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф. з міжнар. уч., м. Вінниця, 15 квітня 2015 р.: у 3-х т. – Т.1 / редкол.: ВНИЕ ТНЕУ. – Тернопіль, 2015. – С. 100-103.
11. Дибчук Л.В. Маркетингове забезпечення економічного розвитку регіону / Л.В. Дибчук // Сучасні виклики розвитку світової економіки: Матеріали IV Міжнародної науково-

- практичної конференції. – К. : Київський національний університет ім. Т. Шевченка, 2015. – С. 254 -257
12. Дибчук Л.В. Сучасні тренди ринку маркетингових комунікацій / Л.В. Дибчук, Д.О.Кукурудза // Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України: тези доповідей X між народної науково-практичної конференції, 3-5 грудня 2015 р., м. Хмельницький. – Хмельницький: ХНУ, 2015. – С. 49-52.
 13. Дибчук Л.В. Роль управління в маркетинговій діяльності промислових підприємств / Л.В. Дибчук // Вісник Хмельницького національного університету. Наук. журнал. Серія: Економічні науки: №6 м. Хмельницький, 2015 р. – С. 36-39 **(Фахове видання)**.
 14. Дибчук Л.В. Директ-маркетинг: необхідність активізації в сучасних умовах / Л.В. Дибчук, Є.А.Шагінян // Шляхи активізації інноваційної діяльності в освіті, науці, економіці: зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф. м. Вінниця, 15 квітня 2016 р. ВННІЕ ТНЕУ. – Тернопіль: Крок, 2016. – С. 185-189.
 15. Дибчук Л.В. Виробнича практика як один з найважливіших складових навчального процесу ВНЗ / Л.В. Дибчук // Науково-методичні орієнтири професійного розвитку особистості: тези доповідей учасників IV Всеукраїнської науково-метод. конф. 20.04.2016 р. - Вінниця: ТОВ «Меркьюрі – Поділля», 2016. – С. 103-106
 16. Дибчук Л.В. Мотивація як дидактичний інструмент пізнавальної діяльності студентів / Л.В. Дибчук, Є.А. Шагінян // Науково-методичні орієнтири професійного розвитку особистості: тези доповідей учасників IV Всеукраїнської науково-метод. конф. 20.04.2016 р. - Вінниця: ТОВ «Меркьюрі – Поділля», 2016. – С. 106-108
 17. Дибчук Л.В. Маркетингове забезпечення переробних підприємств / Л.В. Дибчук, М.Б. Цопа // Науковий вісник Вінницького кооперативного інституту. Випуск 6 / 2016. – Вінниця: ТОВ Вінницька міська друкарня, 2016. – С. 73-77
 18. Дибчук Л.В. Використання інструментів системи маркетингових комунікацій на підприємстві / Л.В. Дибчук // International Scientific - Practical Conference Economic Development Strategy in Terms of Eadeuropean Integration: Conference Proceeding ,May 27, 2016. Kaunas: Baltija Publishing. – P. 169-173 **(Іноземне видання)**
 19. Дибчук Л.В. Formation of a system approach to the optimization of marketing management at an enterprise/ L. Dybchuk, S.Kovalchuk, D. Kobets // Eastern – European journal of enterprise Technologies. 3 /4 (81). - 2016. – P.4 -12 **(SCOPUS)**
 20. Дибчук Л.В. Ефективне функціонування комунікаційної системи промислових підприємств / Л.В. Дибчук // Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України: тези доповідей XI міжнародної науково-практичної конференції 23 – 25 вересня 2016 р.,м. Одеса. - Хмельницький :ХНУ, 2016. – С. 215-219
 21. Дибчук Л.В. Етапи розробки маркетингової комунікативної стратегії / Л.В. Дибчук // Маркетинг та логістика в системі менеджменту: тези доповідей XI Міжнародної науково-практичної конференції. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2016. – С.64- 66
 22. Дибчук Л.В. Формування ринку логістичних послуг в Вінницькому регіоні / Л.В. Дибчук, О.В. Пітик // Настоящи изследвания и развитие – 2017: материали за 13-а международна научна практична конференція, 17-25 януари , 2017 на Икономики. Том1. София. Бял ГРАД-БГ ООД. – С. 37-39 **(Іноземне видання)**
 23. Дибчук Л.В. The evolutionary approach to the formation of a complex of marketing communications / L. Dybchuk, S.Kovalchuk // Transformations in Contemporary Society: Economic Aspects. Monograph. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2017; ISBN 978 – 83-62683-96-3;pp.348 – S. 168 – 177. **(Іноземне видання, Monograph)**
 24. Дибчук Л.В. Застосування логістики і маркетингу в економічному розвитку Вінницького регіону/ Л.В. Дибчук, О.В.Пітик // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. Наук. журнал. Серія: Економічні науки: №17, 2017р. – С .76-82 **(Фахове видання)**.

25. Дибчук Л.В. Сучасна концепція управління маркетингом підприємства / Л.В. Дибчук, Ю.О.Головчук // Наука та практика сучасності і майбутнього: матеріали Х Міжнародної науково-практичної конференції 17 травня 2017 р. – Вінниця:ТОВ «Нілан – ЛТД», 2017.- С.93-95
26. Дибчук Л.В. Сутність ефективності операційної діяльності підприємства / Л.В. Дибчук, О.В. Пархоменко // Наука та практика сучасності і майбутнього: матеріали Х Міжнародної науково-практичної конференції 17 травня 2017 р. – Вінниця:ТОВ «Нілан – ЛТД», 2017. – С.128-130
27. Дибчук Л.В. Вдосконалення процесу стратегічного управління на підприємстві ТОВ «АВІС» / Л.В. Дибчук, Ю.О. Головчук // Науковий вісник Вінницького кооперативного інституту. Випуск 7 / 2017. – Вінниця: ТОВ «Нілан – ЛТД», 2017. – С.53-58
28. Дибчук Л.В. Роль інтернет-комунікацій в формуванні сфери ресторанного обслуговування / Л.В.Дибчук, О.В.Пітик// Регіональна бізнес-економіка та управління. – 2017. – №3 (55). – С.62-68. (**Фахове видання**)
29. Дибчук Л.В. Роль служби маркетингу на підприємствах торгівлі / Л.В. Дибчук // Стратегічні пріоритети розвитку внутрішньої торгівлі України на інноваційних засадах: матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Львів: Видавництво ЛТЕУ, 2017. – С.132-133.
30. Дибчук Л.В. Дистрибуція як інструмент маркетингових комунікацій / Л.В. Дибчук // Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України: тези доповідей XII міжнародної науково-практичної конференції. (м. Хмельницький, 29.11. - 01.12.2017 р.). – Хмельницький: ФОП Горенюк Ю.І., 2017. – С. 52-55
31. Дибчук Л.В. Формування інтегрованої системи дистрибуції товарів і послуг / Л.В.Дибчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2017. –№ 6, Т. 1. – С. 85-90. (**Фахове видання**)
32. Дибчук Л.В. Основні фактори формування та розвитку потенціалу підприємства / Л.В.Дибчук, А.В.Милик // Materials of the XIII International scientific and practical Conference « SCIENCE AND CIVILIZATION-2017»,Volume 5 : Economic science. Sheffield. Science and education LTD. – P.119-121 (**Іноземне видання**)
33. Дибчук Л.В. Дистрибуція як ефективний спосіб зв'язку виробника зі споживачем / Л.В.Дибчук // Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (15 - 16 грудня 2017 р. м. Рівне). – Рівне, 2017. – С. 151-153
34. Дибчук Л.В. Суть понять «компетентність» і «компетенція» щодо професійної підготовки майбутніх фахівців / Л.В.Дибчук, Н.Г. Кирилюк // Сучасний підхід до викладання дисциплін: міжнародна науково-методична конференція, 14 березня 2018 р.: тези доп. – Вінниця, 2018. – С. 21-24
35. Дибчук Л.В. Цифровий маркетинг як ефективний інструмент сучасних комунікацій / Л.В. Дибчук, Ю.М. Паночишин // Людина віртуальна: нові горизонти: зб. наукових праць / за заг. ред. д. філос. н. Журби М.А. – Монреаль: СРМ «ASF», 2018. – С. 208-211 (**Іноземне видання**)
36. Дибчук Л.В. Особливості формування маркетингових комунікацій на підприємствах / А.Г. Драбовський, Л.В. Дибчук // Соціально-економічні та гуманітарні аспекти розвитку суспільства: зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф. м. Вінниця, 18 квітня 2018 р. ВННІЕ ТНЕУ. – Тернопіль: Крок, 2018. – С. 61-63
37. Дибчук Л.В. Розвиток кооперативного сектору Норвегії / Л.В. Дибчук, Н.Г. Кирилюк // Науковий вісник Вінницького кооперативного інституту. Випуск 8 / 2018. – Вінниця: ТОВ Вінницька міська друкарня, 2018. – С. 11-18
38. Дибчук Л.В. Сучасні інструменти цифрового маркетингу в системі маркетингових комунікацій / Л.В. Дибчук, Ю.М. Паночишин // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. Наук. журнал. Серія: Економічні науки: № 21, 2018. – С. 106-111 (**Фахове видання**)

39. Дибчук Л.В. Гнучкий кадровий менеджмент як основа ефективного управління підприємством /Л.В. Дибчук, А.Г. Драбовський // Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Луцьк, 28 листопада 2018 р. – Луцьк, 2018. С. – 39-42
40. Дибчук Л.В. Комунікації в колективі: формування корпоративного духу / Л.В. Дибчук, О.В.Пітик // Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Луцьк, 28 листопада 2018 р. – Луцьк, 2018. – С. 475-478
41. Дибчук Л.В. Інформаційні комунікаційні технології як потужний інструмент системи дистрибуції / Л.В. Дибчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2018. – № 5, Т. 2. – С. 54-58. **(Фахове видання). (Index Copernicus, Google Scholar, РИНЦ)**.
42. Дибчук Л.В. Чинники підвищення довіри до Інтернет-майданчиків / Л.В. Дибчук // Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України: тези доп. XIII міжнар. наук.- практ. конф., (Хмельницький – Кам.-Подільський, 29.11. – 01.12.2018 р.). – Хмельницький: ХНУ, 2018. – С. 52-55
43. Дибчук Л.В. Інноваційні технології подання інформації в Інтернет-рекламі / Л.В. Дибчук, А. О. Васількова // «Економіка та суспільство». – 2018 – № 19. Режим доступу до журналу: <http://economyandsociety.in.ua> **(Фахове видання). (Index Copernicus)**.
44. Дибчук Л.В. Ефективність використання нетрадиційного маркетингу та ступінь довіри до нього потенційних споживачів / Л.В. Дибчук // Науково-виробничий журнал «Бізнес - навігатор» – 2018. – № 6(49). – С. 87-91. **(Фахове видання). (Index Copernicus)**.
45. Дибчук Л.В. Маркетингова політика розподілу інноваційної продукції промислових підприємств / С.В. Ковальчук, Л.В. Дибчук // Вісник НУВГП. Серія «Економічні науки. – 2018. – № 2 (82). – С. 382-392. **(Фахове видання). (Index Copernicus, Google Scholar, РИНЦ)**.
46. Дибчук Л.В. Система бренд-маркетингових комунікацій у просуванні брендів торговельних підприємств / Л.В. Дибчук, К.А Добровольська // Чернівецький науковий часопис. Серія 1. Економічні і управління. – 2018. – № 1 (9). – С. 100-108. **(Фахове видання). (Index Copernicus, Google Scholar, РИНЦ)**.
47. Дибчук Л.В. Тренди та прогнози розвитку електронної комерції в світі та в Україні / Л.В. Дибчук // Науково-практичний журнал «Регіональна економіка та управління» – 2019. – № 1(23). – С. 50-60. **(Index Copernicus, Google Scholar, РИНЦ)**.
48. Дибчук Л.В., Ковальчук С.В. Формування ефективної дистрибутивної системи як складової успішного бізнесу // Інституалізація як фактор забезпечення розвитку системи інноваційної безпеки України: колективна монографія / За заг. Ред. О.Л. Гальцової. – Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2019. – 488 с. (С. 382-399). **(Колективна монографія)**.
49. Dybchuk L., Pchelianska G., Holovchuk Y. Logistics infrastructure of the foodmarket // Organizational-economic mechanism of management innovative development of economic entities: collective monograph edited by M. Bezpartochnyi, in 3Vol. / Higher School of Social and Economik / – Przeworsk:2019. – Vol.3. – 404p. (P. 170-178). **(Collective monograph)**.
50. Дибчук Л.В., Ковальчук С.В. Комунікаційна підтримка маркетингу в створенні інноваційної продукції // Детермінанти сталого розвитку економіки: міжнародна колективна монографія / Під заг. ред. д.е.н., проф. Храпкіної В.В., д.ю.н., проф. Устименка В.А. – К.: Інтерсервіс, 2019. – 264 с. (С.221 – 232). **(Міжнародна колективна монографія)**.
51. Дибчук Л.В. Формування маркетингової дистрибутивної системи підприємства / Л.В. Дибчук // Теоретичні та практичні аспекти антикризового регулювання економіки країни: тези всеукр. наук.- практ. конф., (м. Одеса, 04.05.2019 р.). – Одеса, 2019. – С. 52-55

52. Дибчук Л.В. Дослідження поведінки споживачів послуг вищої освіти / Л.В. Дибчук, Ю.М. Паночішин // Гуманітарні, економічні та правові аспекти модернізації вищої освіти: міжнародна науково-методична конференція викладачів. – Вінниця: ТОВ «Вінницька міська друкарня», 2019 р. – С.31-33
53. Дибчук Л.В. Формування стратегій розвитку учасників системи дистрибуції / Л.В. Дибчук // Стабільність національної економіки: проблеми та шляхи забезпечення матеріали міжнародної наук.- практ. конф., (м. Дніпро, 25.05.2019 р.). – Дніпро, 2019. – С. 55-60
54. Дибчук Л.В. Сувенірно-подарункова продукція як потужний інструмент маркетингових комунікацій / Л.В. Дибчук, О.В. Пітик // Науковий журнал «Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво», 2019. – № 2(107). – С. 36-41. **(Фахове видання). (Index Copernicus).**
55. Дибчук Л.В. Маркетинг взаємовідносин як важливий елемент конкурентної маркетингової стратегії / Л.В. Дибчук, Ю.О. Головчук // Науковий журнал «Причорноморські економічні студії». Випуск 43. Режим доступу до журналу: www.bses.in.ua – С.89-92 **(Фахове видання). (Index Copernicus).**
56. Дибчук Л. В. Маркетингово-логістична модель дистрибуції на продовольчому ринку / Л. В. Дибчук, Г. О. Пчелянська // Проблеми економіки. – 2019. – № 3 (41) – С. 54–60. – Режим доступу: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2019-3-54-60> **(Фахове видання). (Ulrichweb Global Serials Directory, Research Papers in Economics, Index PИИЦ, Index Copernicus, Directory of Open Access Journals, EBSCO host, Academic Journals Database, Advanced Science Index, Open Academic Journals Index, BASE, World Cat, Library Hub Discover, Соціонет, J-Gate, Академія Google, ProQuest, Research Bible, НБУ ім. В. І. Вернадського).**
57. Дибчук Л. В. Маркетинг взаємовідносин як важливий елемент конкурентної маркетингової стратегії / Ю. О. Головчук, Л. В. Дибчук // Науковий журнал «Причорноморські економічні студії». – 2019. Випуск 43. – С.89–92. Режим доступу до журналу: www.bses.in.ua **(Фахове видання). (Index Copernicus).**
58. Дибчук Л. В. Сувенірно-подарункова продукція як потужний інструмент маркетингових комунікацій / Л. В. Дибчук, О. В. Пітик // Науково-виробничий журнал «Держава та регіони». Серія: Економіка та підприємництво» – 2019. – № 2 (107). – С. 36–40 **(Фахове видання). (Index Copernicus).**
59. Дибчук Л. В. Формування комплексу маркетингових комунікацій на засадах маркетингу партнерських відносин / Л. В. Дибчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2019. – № 4, Т. 2. – С. 54–58 **(Фахове видання). (Index Copernicus, Google Scholar, PИИЦ, НБУ ім. В. І. Вернадського).**
60. Дибчук Л. В. Формування засад маркетинг-логістичної діяльності підприємств / Л. В. Дибчук, О. О. Бедрак // Інноваційний розвиток та безпека підприємства в умовах неоіндустріального суспільства: матеріали міжнар. наук.- практ. конф. (31 жовтня 2019 р)/ відп. ред. О. М. Полінкевич, Л. В. Шостак. – Луцьк, 2019. – 561–565
61. Дибчук Л. В. Маркетингова діяльність в торговельному бізнесі / Л. В. Дибчук, М. І. Валевський // Інноваційний розвиток та безпека підприємства в умовах неоіндустріального суспільства: матеріали міжнар. наук.- практ. конф. (31 жовтня 2019 р)/ відп. ред. О. М. Полінкевич, Л. В. Шостак. – Луцьк, 2019. – 565–568
62. Дибчук Л. В. Теоретичні засади маркетингового менеджменту на підприємстві / Л. В. Дибчук, В. І. Валевський // Інноваційний розвиток та безпека підприємства в умовах неоіндустріального суспільства: матеріали міжнар. наук.- практ. конф. (31 жовтня 2019 р) / відп. ред. О. М. Полінкевич, Л. В. Шостак.– Луцьк, 2019. – 568–571
63. Дибчук Л. В. Маркетингове управління дистрибутивною системою торговельного підприємства / Л. В. Дибчук // Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України: тези доп. XIV міжнар. наук.-практ. конф., (Хмельницький – Сатанів, 28–30.11.2019 р.). – Хмельницький: ХНУ, 2019. – С. 61–64

64. Дибчук Л. В. Розвиток органічного ринку – світовий тренд / Л. В. Дибчук, А. Ю. Гончарук // Європейська інтеграція України: економічні, політичні, гуманітарні та правові аспекти: тези учасників V міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 22–23 лист. 2019 р. – Вінниця: ТОВ «Вінницька міська друкарня», 2019. – С.54–57
65. Дибчук Л. В. Перспективи входження українських органічних товарів на світовий ринок / Л. В. Дибчук, М. І. Марчук // Європейська інтеграція України: економічні, політичні, гуманітарні та правові аспекти: тези учасників V міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 22–23 лист. 2019 р. – Вінниця: ТОВ «Вінницька міська друкарня», 2019. – С.57–61
66. Дибчук Л. В. Майбутнє маркетингових комунікацій за цифровим маркетингом / Л. В. Дибчук // Цифрова економіка [Електронний ресурс] зб. мат. II Національної наук.-метод. конф., 17-18 жовтня 2019 р., м. Київ. – К.:КНЕУ, 2019. – С. 690–694
67. Дибчук Л. В. Формування та особливості ефективної рекламної кампанії / Ю. О. Головчук, Л. В. Дибчук // Економіка, управління та адміністрування. Державний університет «Житомирська політехніка», №1 (91), 2020. - С. 21-26 **(Фахове видання). (Index Copernicus)**.
68. Дибчук Л. В. МАРКЕТИНГ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН ЯК ОСНОВА УСПІХУ ПІДПРИЄМСТВА / Л.В. Дибчук, Ю.О. Головчук // Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг: тези II Міжнародної науково-практичної конференції, 20-21 лютого 2020. Рівне: О. Зень, 2020. С.142-145
69. Дибчук Л. В. МАРКЕТИНГА СТРАТЕГІЯ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА/ Ю. О. Головчук, Л. В. Дибчук // Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки. Тези міжнародної науково-практичної конференції. (18 лютого 2020 р.) / відп. ред. О.М. Полінкевич, Л.В. Шостак. – Луцьк, 2020. – 38-40
70. Дибчук Л. В. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ / С.В. Ковальчук, Л.В. Дибчук // Перспективи розвитку фінансово-економічного простору України Тези міжнародної науково-практичної конференції. 15 квітня 2020 р. - Вінниця-Тернопіль. 2020. – 135-140
71. Дибчук Л. В. ОМНІКАНАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК СУЧАСНИЙ ТРЕНД СПОЖИВЧОГО РИНКУ РЕГІОНУ/ Л.В. Дибчук, Ю.М. Паночишин // Інституціональне забезпечення розвитку споживчого ринку регіону. Тези міжнародної науково-практичної конференції, 22 квітня 2020 р. ВКІ, Вінниця. – 91- 94
72. Дибчук Л. В. СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕЧНІСТЮ ТА ЯКІСТЮ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ (НАССР) НА РИНКАХ УКРКООПСПІЛКИ / Л.В. Дибчук, П.Д.Мамонов // Інституціональне забезпечення розвитку споживчого ринку регіону. Тези міжнародної науково-практичної конференції, 22 квітня 2020 р. ВКІ, Вінниця. – 97- 100
73. Дибчук Л. В. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ / Л.В. Дибчук, В. Коропій //Маркетинг очима молоді. Тези третьої всеукраїнської науково-практичної конференції, 4 червня 2020 ХНУ, Хмельницький, 2020. – С.134-138
74. Dybchuk L. THE CONCEPT OF MARKETING OF BALANCED DEVELOPMENT AND FEATURES OF ITS IMPLEMENTATION IN THE FOOD MARKET / Valentyna Stadnyk, Galyna Pchelianska, Yuliia Holovchuk, Liudmyla Dybchuk // Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal, ISSN 2414 – 584X. Vol 6. No 3. 2020. - S. 80-95 **(Web of Science)**

