

ОЛІНІЧЕНКО КАТЕРИНА СЕРГІЇВНА

к.е.н., доц.

Монографії:

1. Олініченко К. С., Прядко О. М. Стійкість бізнесу в епоху цифровізації: механізми, інструменти та тенденції маркетингу. Маркетингове управління резильєнтністю бізнесу: теорія та практика в умовах євроінтеграції та глобальних викликів: колективна монографія / за наук. редакцією проф. Н. Л. Савицької, проф. О. В. Жегус, доц. Е. В. Пахучої. Харків: Вид-во Іванченко І. С., 2025. С. 113–161. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.23118081>

Статті у виданнях, індексованих у наукометричних базах даних

Scopus / Web of Science Core Collection:

1. Bashynska I., Malanchuk M., Zhuravel O., Olinichenko K. Smart solutions: risk management of crypto-assets and Blockchain technology / I. Bashynska, M. Malanchuk, O. Zhuravel, K. Olinichenko // International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCET), Volume 10, Issue 02, February 2019, pp. 1121–1131. (Scopus Indexed)
2. Savytska, N., Pakhucha, E., Sawicka, J., Olinichenko, K., Mykhailova, M., Polevych, A. Development of a methodological framework for assessing the resilience of socio-economic systems in the context of sustainable development. Technology audit and production reserves, 2025, No.6/4(86). Pp. 94-101. (SCOPUS) <https://doi.org/10.15587/2706-5448.2025.347161> (Scopus, Україна, стаття англійською мовою)

Статті у наукових фахових виданнях України (категорія Б):

3. Чміль Г.Л., Олініченко К.С., Прядко О.М. Організаційні аспекти формування комунікативної політики промислового підприємства. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2022. Вип. № 3 (79). С. 103–110.
4. Чміль Г.Л., Олініченко К.С., Пахуча Е.В. Базові положення концепції inbound маркетингу в період соціалізації суспільства. *Економіка і регіон*. 2022. № 2 (85). С. 26–33
5. Пахуча Е.В., Чміль Г.Л., Олініченко К.С. Маркетингові технології просування органічної продукції в умовах цифровізації. *Економіка і регіон*. 2022. № 3 (86). С. 72–79.
6. Чміль Г.Л., Олініченко К.С., Прядко О.М. Маркетингові аспекти сталого розвитку підприємства: гносеологія та організація директ маркетингу. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Економічні науки*. 2023. Вип. 4 (71). С. 73–81. (Україна, українська)
7. Чміль Г.Л., Олініченко К.С., Бубенець І.Г. Маркетингові активи в системі управління результативністю діяльності промислових підприємств. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 53. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2895> DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-99> (Україна, українська)

8. Олініченко К.С., Чміль Г.Л., Прядко О.М. Маркетингові технології просування інноваційного продукту за допомогою брендингу. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2023. № 3 (83). С. 102–110. DOI: <https://doi.org/10.32782/2521-666X/2023-83-14> URL: http://scientificview.umsf.in.ua/archive/2023/3_83_2023/16.pdf (Україна, українська)
9. Прядко О.М., Чміль Г.Л., Олініченко К.С. Брендування як елемент формування іміджу продукції FMCG. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2023. № 1 (81). С. 84–92. DOI: <https://doi.org/10.32782/2521-666X/2023-81-11> URL: http://scientificview.umsf.in.ua/archive/2023/1_81_2023/13.pdf (Україна, українська)
10. Олініченко К.С., Чміль Г.Л., Пахуча Е.В. Трансформаційні зміни маркетингових сервісів в умовах карантину та війни. *Економіка і регіон*. 2023. № 1 (88). С. 70–80. URL: <http://journals.nupp.edu.ua/eir/article/view/2875/2274> (Україна, українська).
11. Олініченко К. С., Чміль Г. Л., Бубенець І. Г. Тенденції розвитку сучасного маркетингу в Україні. *Бізнес Інформ*. 2024. №9. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-9-450-456>
12. Олініченко, К. С. & Дорофєєв Д. В. (2024). Реалізація стратегій управління лояльністю клієнтів в інтернет-торгівлі: ключові інструменти впливу. *Актуальні питання економічних наук*, 6. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15587252> URL: <https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/87>
13. Олініченко К. С., Чміль Г. Л., Прядко О. М. Трансформація комунікаційної політики для забезпечення резильєнтності підприємств роздрібної торгівлі. *Бізнес Інформ*. 2024. №2. С. 338–345. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-2-338-345>
14. Прядко О.М., Чміль Г.Л., Олініченко К.С. Маркетингова координація інноваційних процесів в умовах цифровізації. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2024. № 1 (85). С. 84–90. DOI: <https://doi.org/10.32782/2521-666X/2024-85-13> URL: <http://www.scientificview.umsf.in.ua/arkhiv-pomeriv?id=142>
15. Бубенець І.Г., Чміль Г.Л., Олініченко К.С. Відновлення та розвиток бізнесу: маркетингові підходи до резильєнтності соціально-економічних систем. *Інфраструктура ринку*. Випуск 76. 2024р. С.142-146. DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastructure76-24> (журнал, Україна, українська).
16. Олініченко К. С., Колесник В. О., Цой В. О. Використання засобів public relations у сучасних умовах. *Бізнес Інформ*. 2024. №5. С. 303–309. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-5-303-309>
17. Олініченко К.С., Рябченко В.О., Сурова П.О. Удосконалення комунікативних елементів в системі маркетингу підприємства. *Наукові перспективи: журнал*. 2024. № 5(47) 2024. С.911-924. [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-5\(47\)-911-924](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-5(47)-911-924)
18. Олініченко, К. С., & Лисий, Я. С. (2024). Стан та перспективи розвитку інституційних засад формування довіри споживачів до бренду підприємства.

- Здобутки економіки: перспективи та інновації, 13.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.15643675> URL:
<https://econp.com.ua/index.php/journal/article/view/293>
19. Savytska N., Evlash V., Olinichenko K. Sales problem or consumer relationship: determinants of functional food market promotion. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. / [редкол. : В. А. Гросул (відпов. ред.) та ін.]. – Харків : ДБТУ, 2025. – Вип. 1 (37). – С. 120-134.
20. Бубенець, І. Г., Олініченко, К. С., & Христенко, С. С. (2025). Маркетингова діяльність підприємств в умовах цифровізації : практичний аспект. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління, (17).
<https://doi.org/10.54929/2786-5738-2025-17-04-08>
21. Олініченко К. С., Пушкар М. І. Теоретичні засади адаптивного управління підприємствами готельно-ресторанного бізнесу. *Актуальні проблеми інноваційної економіки та права*. 2026. №2. 130-134 рр.
<https://doi.org/10.36887/2524-0455-2026-2-28>.
22. Романюк І. А., Олініченко К. С., Тригуб О. Г. Інструменти соціально-медійного маркетингу в системі просування торговельного підприємства. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2026. № 5(47). С. 592-604.
[https://doi.org/10.52058/2786-6300-2026-5\(47\)-592-604](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2026-5(47)-592-604).
<https://socrates.vsau.org/repository/getfile.php/42392.pdf>
23. Олініченко К., Пенкіна Н., Пушкар М. Структурна трансформація готельно-ресторанного сектору в Україні: виклики та імперативи управління адаптивністю бізнесу. Актуальні проблеми інноваційної економіки та права. 2026. №4. 237-241 с. <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2026-4-45>
24. Олініченко К. С., Лисий Я. С. Підходи до оцінювання стратегії формування довіри споживачів до бренду підприємства в умовах цифровізації. Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит // Економічні перетворення, бізнес та адміністрування. 2026. №9 (224). С. 151-166. DOI: <https://doi.org/10.20998/2313-8890.2026.09.11>

Статті та тези доповідей видані у інших державах:

1. Прядко О.М., Олініченко К.С. Формування бізнес-моделі у цифровому просторі. Marketing of innovations. Innovations in marketin. Materials of the International Scientific Internet Conference (December, 2022). Bielsko-Biala: WSEH. С.245-247 (Польща).
2. Прядко О.М., Олініченко К.С., Шаповалов Д.О., Шкляр І.С. Зміни споживацької поведінки під впливом цифровізації // Global science: prospects and innovations. Proceedings of the 4th International scientific and practical conference. Cognum Publishing House. Liverpool, United Kingdom. 2023. Pp. 1046-1054. URL: <https://sci-conf.com.ua/iv-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-global-science-prospects-and-innovations-1-3-12-2023-liverpul-velikobritaniya-arhiv/>. (Англія, українська).
3. Олініченко К.С., Кульбака А.Р., Овчінніков О.К., Петренко К. А. Управління елементами маркетингу в умовах цифровізації // Global science: prospects and innovations. Proceedings of the 4th International scientific and practical conference.

Cognum Publishing House. Liverpool, United Kingdom. 2023. Pp. 1016-1022. (Англія, українська).

Апробаційні матеріали:

1. Прядко О.М., Олініченко К.С. Ефективний контент-маркетинг на B2B ринку. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі [Електронний ресурс] : тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., / Державний біотехнологічний ун-т. – Електронні текстові дані. – Харків, 2022. 183-184 с.

2. Олініченко К.С., Прядко О.М. Причини використання блокувальників реклами українцями. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі [Електронний ресурс] : тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., / Державний біотехнологічний ун-т. – Електронні текстові дані. – Харків, 2022. 183-184 с.

3. Олініченко К.С., Мінаєв Ю.А. Трансформація споживчої медіаактивності в світі. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі [Електронний ресурс] : тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., / Державний біотехнологічний ун-т. – Електронні текстові дані. – Харків, 2022. 166-167 с.

4. Олініченко К.С., Белавіна Г.Р. Довгостроковий вплив пандемії на розвиток світової електронної торгівлі. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі [Електронний ресурс] : тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., / Державний біотехнологічний ун-т. – Електронні текстові дані. – Харків, 2022. 164-165 с.

1. Олініченко К.С., Прядко О.М. Соціальні мережі як інструмент рекламної кампанії / Маркетинг та конкурентоспроможність соціально-економічних систем в умовах сталого розвитку [Електронний ресурс] : тези доповідей Міжнар. наук.-практ. конф., / Сумський аграрний національний університет. – Суми, 2023

2. Олініченко К.С., Прядко О.М. Використання штучного інтелекту в умовах цифрового освітнього середовища / Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі [Електронний ресурс] : тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 2 листопада 2023 р. / Державний біотехнологічний ун-т. – Харків, 2023. – с. 164-165 – Електронні текстові дані. – Режим доступу : <https://biotechuniv.edu.ua/nauka/konferentsiyi/>

3. Прядко О.М., Олініченко К.С. Формування ключових компетенцій персоналу в процесі цифровізації середовища / Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі [Електронний ресурс] : тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 2 листопада 2023 р. / Державний біотехнологічний ун-т. – Харків, 2023. – с. 173-174 – Електронні текстові дані. – Режим доступу : <https://biotechuniv.edu.ua/nauka/konferentsiyi/>

4. Олініченко К. С., Прядко О. М. Особливості використання штучного інтелекту в маркетингу / Маркетинг в умовах діджиталізації економіки країни :

- матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 23–24 листопада 2023 року). – Полтава : ПУЕТ, 2023. – 104-105 с
5. Прядко О., Олініченко К.С. Сучасні засоби просування на B2B ринку [Електронний ресурс] / Ольга Прядко, Катерина Олініченко // Маркетинг в Україні : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., м. Київ, 20 жовт. 2023 р. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана [та ін.] ; [редкол.: Федорченко А. В. (голова) та ін.]. – Електрон. текст. дані. <https://ir.kneu.edu.ua/items/3f5e91c1-7b83-4837-a718-c9cbbd41242a>– Київ : КНЕУ, 2023. – С. 305–306.
6. Олініченко К.С., Півовар І.А. Рекламні інструменти залучення споживача / Сталий ланцюг харчування та безпека крізь науку, знання та бізнес [Електронний ресурс] : тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, 18 травня 2023 р. / Державний біотехнологічний університет. – Харків. – 2023. – с. 232-233 – Електронні текстові дані. – Режим доступу : <http://btu.kharkov.ua/nauka/konferentsiyyi/>
5. Олініченко К. С., Прядко О. М. Тенденції розвитку брендів в умовах трансформації бізнесу. Innovative technologies of marketing and management in conditionsof transformational changes. Innovatsiini tekhnolohii marketynhu i menedzhmentu v umovakh transformatsiynykh zmin: theses of the report of the II International Scientific and Practical Conference (February 28-29, 2024, Khmelnytskyi)(253 p.). Karlsruhe: ScientificWorld-NetAkhatAV [in Ukrainian]. С. 195-196 <https://doi.org/10.30890/978-3-98924-013-1.2024>.
6. Олініченко К., Дворнікова Т., Белевцов В. Особливості маркетингової збутової політики туристичних послуг. Сталий розвиток складних соціально-економічних систем в умовах сучасних змін та викликів: Збірник тез доповідей І Міжнародної науково-практичної конференції (Івано-Франківськ, 16-17 травня 2024 року), Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2024. С. 335-337.
7. Олініченко К., Кобзар Д., Ульянченко М. Забезпечення стійкості підприємства засобами цифрового маркетингу. Сталий розвиток складних соціально-економічних систем в умовах сучасних змін та викликів: Збірник тез доповідей І Міжнародної науково-практичної конференції (Івано-Франківськ, 16-17 травня 2024 року), Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2024. С. 338-340.
8. Олініченко К.С., Загайко К.А. Використання SMM для просування послуг центру фізичної реабілітації. Управління розвитком соціально-економічних систем: Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 21-22 березня 2024 року). Харків: ДБТУ. Ч. 2. 2024. С. 478-480.
9. Олініченко К.С., Наконешний І.О. Особливості маркетингової діяльності підприємства в умовах євроінтеграції. Розвиток бізнесу в контексті європейської інтеграції: глобальні виклики, стратегічні пріоритети, реалії та перспективи [Електронне видання]: матеріали Міжнар. наук.- практ. конф., 07 червня 2024 р. / Держ. біотехнологічний ун-т. – Харків, 2024. – С. 278-280.
10. Олініченко К.С., Бубенець І.Г., Холодьон О.П. Формування системи інструментів цифрового маркетингу для стійкості бізнесу. Управління розвитком соціально-економічних систем: матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції (21-22 березня 2024 року). Харків: ДБТУ. Ч. 2.

2024. С. 472-475. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/51154/1/Upravlinnia%20rozvytkom%20sotsialno-ekonomichnykh%20system_Ch%202_%202024_472-475.pdf (Україна)
11. Олініченко К., Лаворко М., Хо́да В. Удосконалення методів просування із застосуванням інтернет-маркетингу / Революція креативних індустрій: як маркетинг і менеджмент створюють майбутнє : тези доповідей І Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (24-25 жовтня 2024 р.). – Хмельницький : ХНУ, 2024. – С. 327-331.
12. Прядко О.М., Олініченко К.С., Пахуча Е.В. Сталі комунікації державного біотехнологічного університету у соціальних мережах / Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі [Електронний ресурс] : тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 5 листопада 2024 р. / Державний біотехнологічний ун-т. – Харків, 2024. – с.239-240 (Україна)
13. Олініченко К. С. Перспективи розвитку туризму в поствоєнний час на Харківщині та Сумщині / К. С. Олініченко, О. М. Прядко // Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України : матеріали 2-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 26-27 листопада 2024 р. : у 2 ч. Ч. 1 / прогр. ком.: Марченко А. П. [та ін.] ; орг. ком.: Н. В. Якименко-Терещенко [та ін.] ; ред. О. О. Носирєв ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" [та ін.]. – Харків : НТУ "ХПІ", 2024. – С. 258-260. (Україна)
14. Олініченко К., Кобзистий Р., Нестеренко Є. Роль соціальних мереж у сучасному бізнесі / XIX Міжнародна науково-практична конференція «Маркетингові технології в умовах євроінтеграційних процесів» (м. Хмельницький, 19-20 грудня 2024 р.): ХКТЕІ. С. 178-182. (Україна)
15. Прядко О.М., Олініченко К.С. Роль клієнтського досвіду у сучасному бізнесі: виклики та можливості / XIX Міжнародна науково-практична конференція «Маркетингові технології в умовах євроінтеграційних процесів» (м. Хмельницький, 19-20 грудня 2024 р.): ХКТЕІ. С. 198-202. (Україна)
16. Олініченко К.С., Буряковський Д.О., Сисоєва В.А. Просування мобільного застосунку підприємства методами PR / *Маркетинг інновацій. Інновації у маркетингу*: матеріали *Marketing of innovations. Innovations in marketing* (2024). Materials of the International Scientific Internet Conference (December, 2024). Bielsko-Biala: WSEH. С. 101-103. (Польща)
17. Прядко О.М., Олініченко К.С., Жовтун А.С. Тенденції та перспективи розвитку онлайн-торгівлі в сучасних умовах / *Маркетинг інновацій. Інновації у маркетингу*: матеріали *Marketing of innovations. Innovations in marketing* (2024). Materials of the International Scientific Internet Conference (December, 2024). Bielsko-Biala: WSEH. С. 368-371. (Польща)
18. Олініченко К.С., Веретільник А.С., Дягілев В.О. Створення воронки залучення клієнтів для гостинного бізнесу / Управління розвитком соціально-економічних систем: Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції (присвячена пам'яті професора Григорія Євтієвича Мазне́ва). (м. Харків, 06-07 березня 2025 року). Харків : ДБТУ. Ч. 3. 2025. С. 222-224.

19. Олініченко К.С., Клещин С.С., Неділько А.М. Засоби просування східноукраїнських підприємств гостинності / Управління розвитком соціально-економічних систем: Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції (присвячена пам'яті професора Григорія Євтієвича Мазнева). (м. Харків, 06-07 березня 2025 року). Харків : ДБТУ. Ч. 3. 2025. С. 405-408.
20. Олініченко К.С. Використання інформаційно-комунікаційних технологій в маркетинговій діяльності / Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах : матеріали V Міжнародної науковопрактичної інтернет-конференції. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2025. – С. 295-297.
21. Олініченко К.С., Прядко О.М. Маркетинг сталого розвитку підприємств прифронтової області / Сталий розвиток економіки, підприємств та суспільства [Електронний ресурс]: матеріали II Міжнар.наук.-практ. конф., Івано-Франківськ, 10-11 квітня 2025 р./ За ред. І. Перевозової. – Львів: Видавець Кошовий Б.-П.О., 2025. – С. 650-651. – DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15383186> URL: <https://nung.edu.ua/departament/iimizhnarodna-naukovo-praktychna-konferentsiya-stalyy-rozvytok-ekonomiky-pidpryyemstv>
22. Прядко О.М., Олініченко К.С. Комунікації в сфері торгівлі в рамках концепції сталого розвитку суспільства / Сталий розвиток економіки, підприємств та суспільства [Електронний ресурс]: матеріали II Міжнар.наук.-практ. конф., Івано-Франківськ, 10-11 квітня 2025 р./ За ред. І. Перевозової. – Львів: Видавець Кошовий Б.-П.О., 2025. – С. 984-985. – DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15383186> URL: <https://nung.edu.ua/departament/iimizhnarodna-naukovo-praktychna-konferentsiya-stalyy-rozvytok-ekonomiky-pidpryyemstv>
23. Олініченко К.С. Методи впливу на споживача за допомогою інформаційних технологій / Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXXIII міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2025, 14-17 травня 2025 р. / за ред. проф. Сокола Є.І. – Харків: НТУ «ХПІ». – С. 1026.
24. Олініченко К.С. Сучасні маркетингові сервіси для сталого українського бізнесу // Механізми забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, перспективи, міжнародний досвід [Електронний ресурс] : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф., 10 жовтня 2025 р. / Держ. біотехнологічний ун-т. – Харків, 2025. – С. 379-380. – Електронні текстові дані. – Режим доступу : <http://btu.kharkov.ua/nauka/konferentsiyi/>
25. Олініченко К., Бондаренко А. Просування брендів і створення довіри споживачів в агропродовольчому бізнесі // Маркетинг XXI століття: виклики змін та можливості розвитку (NEXTMARK21) [Електронний ресурс] : Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 30-річчю кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом ДБТУ, 23 жовтня 2025 р. / Держ. біотехнологічний університет. – Харків, 2025. – С. 368-369. – Електронні текстові дані. – Режим доступу : <https://biotechuniv.edu.ua/nauka/konferentsiyi/>

26. Олініченко К., Міроненко В. Маркетингові інструменти формування конкурентоспроможності агропромислового підприємства // Маркетинг ХХІ століття: виклики змін та можливості розвитку (NEXTMARK21) [Електронний ресурс] : Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 30-річчю кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом ДБТУ, 23 жовтня 2025 р. / Держ. біотехнологічний університет. – Харків, 2025. – С. 370-371. – Електронні текстові дані. – Режим доступу : <https://biotechuniv.edu.ua/nauka/konferentsiyi/>
27. Олініченко К., Кликов М. Європейські практики в сучасному українському копірайтингу // Маркетинг ХХІ століття: виклики змін та можливості розвитку (NEXTMARK21) [Електронний ресурс] : Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 30-річчю кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом ДБТУ, 23 жовтня 2025 р. / Держ. біотехнологічний університет. – Харків, 2025. – С.413-414. – Електронні текстові дані. – Режим доступу : <https://biotechuniv.edu.ua/nauka/konferentsiyi/>
28. Олініченко К., Комишанченко Р. Самопрезентація маркетолога в умовах цифровізації // Маркетинг ХХІ століття: виклики змін та можливості розвитку (NEXTMARK21) [Електронний ресурс] : Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 30-річчю кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом ДБТУ, 23 жовтня 2025 р. / Держ. біотехнологічний університет. – Харків, 2025. – С.442-443. – Електронні текстові дані. – Режим доступу : <https://biotechuniv.edu.ua/nauka/konferentsiyi/>
29. Олініченко К.С., Голованьова С.П. Сучасні підходи в управлінні асортиментним портфелем у роздрібній торгівлі в умовах цифрової трансформації // Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі [Електронний ресурс] : тези доповідей IV Міжнар. наук.-практ. конф., 4 листопада 2025 р. / Державний біотехнологічний ун-т. – Електронні текстові дані. – Харків, 2025. – С. 211-212.
30. Олініченко К.С., Курочка А.В. Європейські особливості управління маркетингом у готельно-ресторанному бізнесі // Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі [Електронний ресурс] : тези доповідей IV Міжнар. наук.-практ. конф., 4 листопада 2025 р. / Державний біотехнологічний ун-т. – Електронні текстові дані. – Харків, 2025. – С. 213-214.
31. Олініченко К.С., Глебова Н.В. Формування конкурентних переваг підприємства в міжнародному маркетинговому середовищі // Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики: матер. XII міжнарод. наук.-практ. internet-конференції з міжнар. участю, Харків, 19 березня 2026 / ред. кол.: О.В. Літвінова, І.В. Пестун, Харків : НФаУ, 2026. – С. 216-220.
32. Бубенець І.Г., Олініченко К.С., Глебова Н.В. Удосконалення комунікаційної політики підприємства сфери маркетингових і соціологічних досліджень в умовах цифрової трансформації // Materials the III International Scientific and

Practical Conference «Science and society: interdisciplinary horizons». Stockholm, Sweden. September 21-23, 2026. C. 227-232.