

ХАРАКТЕРИСТИКА-РЕЗЮМЕ

студентки VII курсу соціально-психологічного факультету
Житомирського державного університету імені Івана Франка
Андрушко Антоніни Сергіївни

Андрушко Антоніна Сергіївна навчалася на соціально-психологічному факультеті за спеціальністю 8.03060101 «Менеджмент організацій та адміністрування (за видами економічної діяльності)» освітньо-кваліфікаційного рівня «Магістр» (за державним замовленням).

Середній бал успішності Антоніни Сергіївни становить 4,92 (89,95). Загальний рейтинг успішності складає 1799 балів (1 місце серед 7 студентів).

За результатами державної атестації на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «Магістр» студентка на «відмінно» (92 бали) склала комплексний кваліфікаційний екзамен з фаху «Менеджмент організацій та адміністрування (за видами економічної діяльності)», на «відмінно» (90 балів) захистила магістерську роботу на тему: «Удосконалення стратегії зростання конкурентоспроможності підприємства» (науковий керівник: к.е.н., доцент Боцян Т. В.).

Протягом навчання студентка проходила дві активні практики: комплексну виробничу з фаху та переддипломну. Характеристики з місця проходження практики позитивні з пропозиціями відмінних оцінок.

За період навчання Андрушко Антоніна Сергіївна активно займалася науковою діяльністю: результати досліджень обговорювалися на п'яти конференціях та представлені у п'яти публікаціях:

1. Андрушко А. С. Бенчмаркінг як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства / А. С. Андрушко, С. М. Ніколаєнко // Актуальні проблеми менеджменту та маркетингу в XXI ст. : матеріали п'ятої міжвузівської студентської науково-практичної інтернет-конференції. — Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2014. — С. 12—13.

2. Андрушко А. С. Імідж торгової марки як фактор стійкої конкурентоспроможності / А. С. Андрушко, І. С. Міщук // Актуальні проблеми менеджменту та маркетингу в XXI ст. : матеріали п'ятої міжвузівської студентської науково-практичної інтернет-конференції. — Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2014. — С. 32—33.

3. Андрушко А. С. Екомаркетинг як спосіб підвищення конкурентоспроможності підприємства / А. С. Андрушко, С. М. Ніколаєнко // Актуальні проблеми менеджменту та маркетингу в XXI ст. : матеріали шостої міжвузівської студентської науково-практичної інтернет-конференції. — Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. — С. 41—42.

4. Andrushko A. S. The ways of improving the enterprise competetiveness / A. S., Andrushko, O. I. Vikarchuk // Актуальні проблеми менеджменту та маркетингу в XXI ст. : матеріали шостої міжвузівської студентської науково-практичної інтернет-конференції. — Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. — С. 47—48.

5. Андрушко А. С. Соціально-етичний маркетинг як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємства / А. С. Андрушко, О. І. Вікарчук // Конкурентоспроможність в умовах глобалізації : реалії, проблеми та перспективи : [Матеріали дев'ятої міжнародної науково-практичної конференції]. — Житомир : Вид-во ЖФ КІБІТ, 2015. — С. 22—24.

Андрушко Антоніні Сергіївні притаманні такі особистісні якості як: комунікабельність, енергійність, принциповість, активна життєва позиція, стійкість до стресових ситуацій, тактовність, вихованість, вимогливість до себе та інших, інтелектуальність, наполегливість, впевненість у своїх силах, рішучість, самостійність, прагнення до самовдосконалення, креативність, працелюбність, гуманність, моральність, поміркованість, дисциплінованість, чесність, чуйність, порядність.

Успіхи і досягнення студентки у різних видах діяльності, особистісні якості, які орієнтовані на конструктивну співпрацю, можуть розглядатися як позитивний прогноз професійної успішності.

В.о. декана соціально-психологічного
факультету, к.е.н.

доц. Т.В. Боцян

Куратор, к.е.н.

старший викладач І.В. Мосійчук