Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
завідувач кафедри
Куваєва Т.В.
«28» серпня 2026 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ МАРКЕТИНГУ ТА УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖАМИ»

Галузь знань ……	C Соціальні науки, журналістика та інформація D Бізнес, адміністрування та право J Транспорт та послуги
Спеціальність ……..	C1.01 Економіка та міжнародні економічні відносини (Економіка) C3 Міжнародні відносини D1 Облік і оподаткування D2 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок D5 Маркетинг J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг J3 Туризм та рекреація
Рівень вищої освіти …….	другий (магістерський)
Статус ……	вибіркова (фахова)
Загальний обсяг ..……	4 кредити ЄКТС (120 годин)
Форма підсумкового контролю	диференційований залік
Термін викладання ……..	2-й семестр, 3 чверть
Мова викладання …….	українська

Викладач: д.е.н., проф., професор кафедри маркетингу Красовська О.Ю.

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. _____(_____) «__»___ 20__р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 20__/20__ н.р. _____(_____) «__»___ 20__р.
(підпис, ПІБ, дата)

Дніпро
НТУ «ДП»
2026

Робоча програма навчальної дисципліни «Сучасні технології маркетингу та управління продажами» для здобувачів другого (магістерського) рівня спеціальностей С1.01 Економіка та міжнародні економічні відносини (Економіка), С3 Міжнародні відносини, D1 Облік і оподаткування, D2 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, D5 Маркетинг, J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг, J3 Туризм та рекреація / Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу. Д. : НТУ «ДП», 2026. 14с.

Розробник:

– Красовська О.Ю. – професор, доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу.

Робоча програма регламентує:

– мету дисципліни;
– дисциплінарні результати навчання;
– обсяг і розподіл за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять;
– програму дисципліни (тематичний план за видами навчальних занять);
– алгоритм оцінювання рівня досягнення дисциплінарних результатів навчання (шкали, засоби, процедури та критерії оцінювання);
– інструменти, обладнання та програмне забезпечення;
– рекомендовані джерела інформації.

Робоча програма призначена для реалізації компетентнісного підходу під час планування освітнього процесу, викладання дисципліни, підготовки здобувачів вищої освіти до контрольних заходів, контролю провадження освітньої діяльності, внутрішнього та зовнішнього контролю забезпечення якості вищої освіти, акредитації освітніх програм.

ЗМІСТ

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИЦИПЛІНИ **4**
2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ **4**
3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ **4**
4 ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ **5**
5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ **5**
6 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ **7**
6.1 Шкали **7**
6.2 Засоби та процедури **7**
6.3 Критерії **8**
7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ **12**
8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ **12**

1. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИЦИПЛІНИ

Метою викладання навчальної дисципліни «Сучасні технології маркетингу та управління продажами» є формування системи теоретичних знань та практичних навичок застосування сучасних технологій маркетингу та управління продажами в діяльності компаній в умовах конкурентного ринку.

2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Згідно з визначеними загальними компетентностями, у результаті вивчення навчальної дисципліни «Сучасні технології маркетингу та управління продажами», що є вибірковою фаховою дисципліною, здобувачі мають досягнути таких дисциплінарних результатів навчання:

Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
шифр ДРН	**зміст**
ДРН-01	*знати* сучасні глобальні тренди маркетингу та особливості застосування новітніх маркетингових інструментів, сутність та технології застосування guerilla marketing, ambient marketing, CRM-system, нейромаркетингу, viral marketing тощо; основні підходи до організації та управління продажами на підприємствах B2B та B2C; найновітніші теорії, інтерпретації, методи і практичні прийоми в сфері маркетингу
ДРН-02	*вміти* застосовувати сучасні підходи та інструменти до управління продажами 5.0 та 7.0 з метою формування лояльності споживачів та підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах сталого розвитку
ДРН-03	*демонструвати* володіння технологію SPIN-продажів, алгоритмом розробки скриптів продажів, застосувати технології роботи із запереченнями клієнтів
ДРН-04	*вміти* застосовувати технології та інструменти пошуку та генерування інноваційних підходів до вирішення маркетингових та управлінських завдань
ДРН-05	*вміти* будувати комунікації при вирішенні професійних завдань

3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна викладається в 2-му семестрі відповідно до навчального плану, є вибірковою, тому додаткових вимог до базових дисциплін не встановлюється. Міждисциплінарні зв’язки: вивчення курсу ґрунтуються на знаннях, отриманих з вивчених дисциплін за попереднім рівнем освіти.

4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Вид навчальних занять	**Обсяг**, *години*	**Розподіл за формами навчання**, *години*			
		денна		**заочна**	
		аудиторні заняття	самостійна робота	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	60	18	42	6	54
практичні	60	18	42	4	56
РАЗОМ	120	36	84	10	110

5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ДРН	**Види та тематика навчальних занять**	**Обсяг складових,** *години*
	ЛЕКЦІЇ	**60**
ДРН-01	**1.Маркетинг XXI століття: тенденції, новітні технології та сучасні маркетингові інструменти в системі управління підприємством**	8
	1.1 Прогнози розвитку світової економіки, технологічного та суспільного розвитку. Тенденції та концепції розвитку основних ринків товарів та послуг.	
	1.2 Глобальні тренди маркетингу в XXI столітті: диференціація та індивідуалізація запитів споживачів; зміни в моделі споживацької поведінки; умови навколишнього середовища як фактор впливу на споживачів; IT-комунікації; роль партнерських взаємовідносин з клієнтами, зниження ефективності застосування інструментів класичного маркетингу. Маркетинг 5.0	
	1.3 Огляд новітніх маркетингових інструментів та технологій: інтернет-маркетинг, штучний інтелект, вірусний маркетинг, партизанський маркетинг, електронна комерція, нейромаркетинг, social media marketing, вікі-бізнес.	
ДРН-01 ДРН-04	**2. Клієнтоорієнтовність. Програми лояльності. CRM-системи**	8
	2.1 Глобальні тренди, що визначають взаємовідносини компаній та клієнтів. Управління взаємовідносинами з клієнтами.	
	2.2 Технології побудови довготривалих стосунків між клієнтом та підприємством. Основні етапи розробки та реалізації програми лояльності.	
	2.3 Практика впровадження CRM-систем.	
	2.4 Партизанський маркетинг.	
	2.5. Нейромаркетинг.	
ДРН-01 ДРН-04	**3. Інтернет-маркетинг як інструмент впливу на нових споживачів**	6
	3.1 Інтернет як комунікаційне середовище. Маркетинг-мікс для Інтернет. Соціальні медіа. Управління інформаційним полем в Інтернет.	
	3.2 Вірусний маркетинг: основні принципи та технології застосування, аналіз помилок.	

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, *години*
ДРН-01 ДРН-04	**4. Практичні інструменти розробки та впровадження маркетингових інновацій**	8
	4.1.Стратегії «блакитних» та «червоних» океанів.	
	4.2. Бенчмаркинг: основні поняття та технологія застосування.	
	4.3. Технології пошуку нових маркетингових ідей. Застосування mind-mapping для пошуку інноваційних рішень. Концепції інноваційного маркетинг-менеджменту.	
ДРН-01 ДРН-02 ДРН-05	**5. Розвиток продажів та їх роль в маркетингу**	6
	5.1 Сутність продажів та їх роль. Типи продажів.	
	5.2 Реалізація маркетингової концепції в системі управління продажами. Основні етапи продажів 5.0. та 7.0.	
	5.3. Імідж продажів. Основні характеристики та вимоги до професіональних продавців.	
ДРН-02 ДРН-03 ДРН-05	**6. «Воронка» продажів**	8
	6.1.Технології роботи з клієнтськими запереченнями на всіх етапах продажів товарів (послуг).	
	6.2. Технології «гарячих» та «холодних» дзвінків.	
	6.3. Застосування технології SPIN-продаж.	
ДРН-01 ДРН-02 ДРН-05	**7. Організація відділів маркетингу та продажів на сучасному підприємстві**	8
	7.1.Суть і місце відділів маркетингу та продажів в структурі сучасного підприємства.	
	7.2. Організаційна структура відділів. Розподіл обов’язків. Функціональний зв’язок.	
	7.3. Системи мотивації продавців.	
ДРН-01 ДРН-02 ДРН-04	**8. Планування та бюджетування продажів**	8
	8.1.Складання маркетингового бюджету та бюджету відділу продажів, витрати на просування товарів та послуг, шляхи їх оптимізації.	
	8.2. Прогнозування обсягів продажів. Маркетинг як філософія управління прибутками компанії.	
ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ		60
ДРН-01 ДРН-04	1 Ситуаційні вправи: Новітні маркетингові інструменти та технології.	8
ДРН-01 ДРН-02	2 Ситуаційні вправи: CRM-система та нейромаркетинг як інструменти формування лояльності споживачів.	6
ДРН-04 ДРН-05	3 Тренінг: Mind-mapping як технологія пошуку інноваційних рішень в маркетингу.	6
ДРН-01 ДРН-05	4 Конференція: Презентації індивідуальних проєктів. Дискус за результатами.	8
ДРН-02 ДРН-03	5 Ділова гра: Основні етапи продажів. SPIN-продажів	6
ДРН-03 ДРН-05	6 Ділова гра-тренінг: Робота із запереченнями	6
ДРН-01 ДРН-02	7 Ситуаційна вправа: Організація відділу маркетингу та продажів на підприємстві.	6

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, *години*
ДРН-04		
ДРН-01 ДРН-04 ДРН-05	8 Ситуаційна вправа: Планування продажів	6
ДРН-01 ДРН-04 ДРН-05	9 Конференція: Презентації індивідуальних проєктів. Дискус за результатами.	8
РАЗОМ		**120**

6. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Сертифікація досягнень здобувачів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти».

Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання здобувача за дисципліною.

6.1. Шкали

Оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок здобувачів вищої освіти різних закладів.

Шкали оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП»

Рейтингова	Інституційна
90…100	відмінно / Excellent
74…89	добре / Good
60…73	задовільно / Satisfactory
0…59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховується, якщо студент отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації відповідно до Положення про організацію освітнього процесу НТУ «ДП».

6.2. Засоби та процедури

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності здобувача за вимогами НРК до 7-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Здобувач на контрольних заходах має виконувати завдання, орієнтовані

виключно на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики, що надаються здобувачам на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового контролю дисципліни затверджуються кафедрою.

Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

Засоби діагностики та процедури оцінювання

<table>
<tr><th colspan="3">ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ</th><th colspan="2">ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ</th></tr>
<tr><th>навчальне заняття</th><th>засоби діагностики</th><th>процедури</th><th>засоби діагностики</th><th>процедури</th></tr>
<tr><td>лекції</td><td>контрольні завдання за кожною темою</td><td>виконання завдання під час контрольних заходів</td><td rowspan="3">комплексна контрольна робота (ККР)</td><td rowspan="3">визначення середньозваженого результату поточних контролів;

виконання ККР за бажанням студента під час заліку</td></tr>
<tr><td rowspan="2">практичні</td><td>контрольні завдання за кожною темою</td><td>виконання завдань під час практичних занять</td></tr>
<tr><td>індивідуальні завдання</td><td>виконання завдань під час самостійної роботи</td></tr>
</table>

Під час поточного контролю лекційні заняття оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольних конкретизованих завдань. Практичні заняття оцінюються якістю виконання контрольних та індивідуальних завдань.

За наявності рівня результатів поточних контролів з усіх видів навчальних занять не менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється без участі студента шляхом визначення середньозваженого значення поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен студент під час заліку має право виконувати ККР, яка містить завдання, що охоплюють ключові дисциплінарні результати навчання.

Кількість конкретизованих завдань ККР повинна відповідати відведеному часу на виконання. Кількість варіантів ККР має забезпечити індивідуалізацію завдання.

Значення оцінки за виконання ККР визначається середньою оцінкою складових (конкретизованих завдань) і є остаточним.

6.3. Критерії

Реальні результати навчання студента ідентифікуються та вимірюються відносно очікуваних під час контрольних заходів за допомогою критеріїв, що описують дії студента для демонстрації досягнення результатів навчання.

Для оцінювання виконання контрольних завдань під час поточного контролю лекційних і практичних занять в якості критерію використовується

коефіцієнт засвоєння, що автоматично адаптує показник оцінки до рейтингової шкали:

$$O_i = 100\ a/m,$$

де a – число правильних відповідей або виконаних суттєвих операцій відповідно до еталону рішення;

m – загальна кількість запитань або суттєвих операцій еталону.

Індивідуальні завдання та комплексні контрольні роботи оцінюються експертно за допомогою критеріїв, що характеризують співвідношення вимог до рівня компетентностей і показників оцінки за рейтинговою шкалою.

Зміст критеріїв спирається на компетентністні характеристики, визначені НРК для магістерського рівня вищої освіти (подано нижче).

Загальні критерії досягнення результатів навчання для 7-го кваліфікаційного рівня за НРК

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	Знання	
♦ спеціалізовані концептуальні знання, що включають сучасні наукові здобутки у сфері професійної діяльності або галузі знань і є основою для оригінального мислення та проведення досліджень, критичне осмислення проблем у галузі та на межі галузей знань	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: – спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень; – критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей	95-100
	Відповідь містить не грубі помилки або описки	90-94
	Відповідь правильна, але має певні неточності	85-89
	Відповідь правильна, але має певні неточності й недостатньо обґрунтована	80-84
	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена	74-79
	Відповідь фрагментарна	70-73
	Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об’єкт вивчення	65-69
	Рівень знань мінімально задовільний	60-64
	Рівень знань незадовільний	<60
	Уміння/навички	
♦ спеціалізовані уміння/навички розв’язання проблем, необхідні для проведення досліджень	Відповідь характеризує уміння: – виявляти проблеми; – формулювати гіпотези; – розв’язувати проблеми; – оновлювати знання; – інтегрувати знання; – провадити інноваційну діяльність; – провадити наукову діяльність	95-100

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур; ♦ здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі у широких або мультидисциплінарних контекстах; ♦ здатність розв'язувати проблеми у нових або незнайомих середовищах за наявності неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності з не грубими помилками	90-94
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації двох вимог	80-84
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	74-79
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-73
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	Рівень умінь/навичок незадовільний	<60
Комунікація		
♦ зрозуміле і недвозначне донесення власних знань, висновків та аргументації до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються	Зрозумілість відповіді (доповіді). *Мова:* правильна; чиста; ясна; точна; логічна; виразна; лаконічна. *Комунікаційна стратегія:* – послідовний і несуперечливий розвиток думки; – наявність логічних власних суджень; – доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням; – правильна структура відповіді (доповіді); – правильність відповідей на запитання; – доречна техніка відповідей на запитання; – здатність робити висновки та формулювати пропозиції; – використання іноземних мов у професійній діяльності	95-100
	Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами	90-94
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)	80-84

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п’ять вимог)	74-79
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-73
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев’ять вимог)	65-69
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
Відповідальність і автономія		
♦ управління робочими або навчальними процесами, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів; ♦ відповідальність за внесок до професійних знань і практики та/або оцінювання результатів діяльності команд та колективів; ♦ здатність продовжувати навчання з високим ступенем автономії	Відмінне володіння компетенціями: – використання принципів та методів організації діяльності команди; – ефективний розподіл повноважень в структурі команди; – підтримка врівноважених стосунків з членами команди (відповідальність за взаємовідносини); – стресовитривалість; – саморегуляція; – трудова активність в екстремальних ситуаціях; – високий рівень особистого ставлення до справи; – володіння всіма видами навчальної діяльності; – належний рівень фундаментальних знань; – належний рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок	95-100
	Упевнене володіння компетенціями відповідальності і автономії з незначними хибами	90-94
	Добре володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано дві вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано три вимоги)	80-84
	Добре володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано чотири вимоги)	74-79
	Задовільне володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано п’ять вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано шість вимог)	65-69
	Задовільне володіння компетенціями відповідальності і автономії (рівень фрагментарний)	60-64
	Рівень відповідальності і автономії незадовільний	<60

7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

На навчальних заняттях студенти повинні мати: ґаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom; інстальований на ПК та /або мобільних ґаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Офіс365. Можливість використання on-line застосунків Canva, Prezi, X-Mind, Mindmeister, Miro, Kahoot!, Mentimeter.

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основні

1. Аудит продажу. Дистрибуція / О.Піщак та ін. Київ : Самміт-книга, 2020. 165 с.
2. Барлоу Дж., Меллер К. Скарга — це подарунок. Як зберегти лояльність клієнтів. Київ : Наш формат, 2018. 280 с.
3. Dykha M., Ustik T., Krasovska O., Pilevych D., Shatska Z., Iankovets T. Marketing Tools for the Development and Enhance the Efficiency of E-Commerce in the Context of Digitalization. *Estudios de Economia Aplicada.* 2021. Vol.39, Issue 5. P. 1-10. DOI: 10.25115/eea.v39i5.5234
4. Каплунов Д. Нейрокопірайтинг. Харків : Вид-во «Ранок»: Фабула, 2018. 352 с.
5. Карп В. Нейромаркетинг. Київ : Vadex, 2021. 192 с.
6. Красовська О.Ю. Структурно-функціональна схема моделювання маркетингової діяльності у сфері цифровізації. *Агросвіт.* 2021. № 18. С. 50–55. DOI: 10.32702/2306-6792.2021.18.50
7. Красовська О.Ю. Методи досліджень ефективності маркетингових інструментів. *Економіка та держава: науково-практичний журнал*. 2020. № 5. С. 133–136.
8. Красовська О.Ю., Абрамова О.С., Худяков Д.Л. Прогнозування ESG-ризиків в умовах турбулентності. *Актуальні проблеми сталого розвитку.* 2025. № 2(5). С.312-318. URL: https://doi.org/10.60022/2(5)-35S
9. Красовська О. Ю., Лорич В. В., Шевченко В. М. Кризові сценарії у маркетингу: адаптація цінових стратегій та управлінських рішень в умовах санкцій. *Актуальні проблеми сталого розвитку.* 2025. №2 (4), С. 51-59. https://doi.org/10.60022/2(4)-6S
10. Красовська, О. Ю., Петровський, О. О., Безлепкін, А. О. Інтеграція нейромаркетингу та Data-Driven підходу в управлінні маркетинговими кампаніями в соціальних мережах. *Актуальні проблеми сталого розвитку.* 2026. № 3(4) С. 376-386. URL: https://doi.org/10.60022/3(4)-47S
11. Красовська О.Ю., Тарасенко О.С., Тохтамиш Н.І. Стратегічна гнучкість бізнес-моделей у цифровій економіці: концептуальні засади антикризового управління. *Наукові перспективи.* 2026. № 1(67). С. 917-934. URL: https://doi.org/10.52058/2708-7530-2026-1(67)-917-934
12. Красовська О., Чатченко О., Кирчата І., Антипенко Н. Менеджмент "зелених" інвестицій в умовах нової глобальної архітектоніки. *Економіка. Фінанси. Право*. 2023. № 12. С. 73-76.
13. Красовська, О. Ю., Хаустова, Є. Б., Івлієва, О. М. Вплив цифровізації на ефективність менеджменту людського капіталу під час переходу до гібридних бізнес-моделей. *Економічна парадигма.* 2026. № 5(109). С. 653–662. URL: https://doi.org/10.25313/3083-7782-2026-5-54
14. Рекхем Н. Техніка продажу SPIN. Як не проґавити великого клієнта. Київ : Наш формат, 2019. 248 с.
15. Romanenko, K., Zborovska, O., Krasovska, O., Smerichevska, S., Pyvovarov, S., Uhodnikova, O. (2022). Information Technologies and Marketing Communications in Territories Management. In: Beskopylny, A., Shamtsyan, M. (eds) *XIV International Scientific Conference "INTERAGROMASH 2021". Lecture Notes in Networks and Systems*, vol 246. Springer, Cham. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-030-81619-3_92

16. Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI сторіччя: монографія / М. А. Окландер та ін. Одеса : Астропринт, 2017. 292 с.
17. Яннаріно Е. Інструкція ефективного продажника. Мистецтво завершення угод. Київ : Наш формат, 2020. 192 с.

Додаткові

1. Офіційний сайт Президента України. URL: www.president.gov.ua
2. Офіційний вебпортал Верховної Ради України. URL: www.rada.gov.ua
3. Офіційний сайт Законодавства України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/main
4. Офіційний сайт Кабінету Міністрів України. URL: www.kmu.gov.ua
5. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку та торгівлі України. URL: www.me.gov.ua
6. Офіційний сайт Національного банку України. URL: https://bank.gov.ua
7. Офіційний сайт Аудиторської палати України. URL: http:// www.apu.com.ua
8. Офіційний сайт Державної статистичної служби України. URL: https://stat.gov.ua/uk
9. Офіційний сайт Державної податкова служби України. URL: https://tax.gov.ua
10. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: https://www.mof.gov.ua/uk/
11. Офіційний сайт Міністерства юстиції України. URL: http://www.minjust.gov.ua
12. Аналітика ринків - https://trends.google.com.ua/trends/, https://marketfinder.thinkwithgoogle.com/intl/uk_ua
13. Аналітичні інструменти компанії Google - Google analytics, Google ads , Google search console
14. Бенчмарк ключових метрик - Worldstat.com, Adstage.io
15. Глобальний договір ООН в Україні. Українська мережа найбільшої у світі спільноти бізнесів, які працюють відповідно до ESG-принципів. URL: https://globalcompact.org.ua
16. Інформаційно-пошукова правова система «Нормативні акти України (НАУ)». URL: http://www.nau.ua
17. ЛігаБізнесІнформ. URL: https://biz.liga.net/ua
18. Національна бібліотека України імені Ярослава Мудрого. URL: https://nlu.org.ua
19. Національний інститут стратегічних досліджень. URL: http://www.niss.gov.ua
20. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В. Вернадського. URL: http://www.nbuv.gov.ua.
21. Офіційний сайт Української Асоціації Маркетингу. URL: http://www.uam.in.ua.
22. Представництво Європейської комісії в Україні. URL: https://www.euam-ukraine.eu/ua/eu-and-euam/
23. Представництво ООН в Україні. URL: https://ukraine.un.org/uk
24. Ресурси наукової бібліотеки Національного технічного університету «Дніпровська політехніка». URL: http://lib.nmu.org.ua/.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Сучасні технології маркетингу та управління продажами»
для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальностей
C1.01 Економіка та міжнародні економічні відносини (Економіка),
C3 Міжнародні відносини, D1 Облік і оподаткування, D2 Фінанси,
банківська справа, страхування та фондовий ринок, D5 Маркетинг,
J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг, J3 Туризм та рекреація

Розробниця:

Красовська Олена Юріївна

У редакції авторки

Підготовлено до виходу в світ
у Національному технічному університеті
«Дніпровська політехніка».
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842
49005, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19