

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



Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

завідувач кафедри маркетингу
Куваєва Т.В. _____
28 серпня 2026 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«МАРКЕТИНГОВЕ СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ»**

Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Освітня програма	Маркетинг
Статус	обов'язкова
Загальний обсяг	5 кредитів ЄКТС (150 годин)
Форма підсумкового контролю	екзамен
Термін викладання	1-й семестр (1,2 чверті)
Мова викладання	українська

Викладач: к.е.н., доц.каф.маркетингу Пілова К.П.

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 «Маркетингове стратегічне управління» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг / Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу. – Д. : НТУ «ДП», 2026. – 13 с.

Розробник – Пілова Катерина Петрівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу

Робоча програма регламентує:

- мету дисципліни;
- дисциплінарні результати навчання;
- базові дисципліни;
- 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 у межах спеціальності.

Погоджено рішенням науково-методичної комісії спеціальності D5 Маркетинг (протокол № 9 від 14 серпня 2026 р.).

ЗМІСТ

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	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.....	6
6.1 Шкали	7
6.2 Засоби та процедури.....	7
6.3 Критерії.....	8
7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....	11
8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ	11

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

В освітньо-професійній програмі «Маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг здійснено розподіл програмних результатів навчання (ПР) за організаційними формами освітнього процесу. Зокрема, до дисципліни Ф1 «Маркетингове стратегічне управління» віднесено такі результати навчання:

ПР4	Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням кросфункціонального характеру її реалізації
ПР6	Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
ПР7	Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта
ПР11	Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта
ПР12	Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм
СР1	Розроблювати і просувати ідею стартап-проекту, аналізувати ринкові можливості запуску та стратегічного управління високотехнологічним стартап-проектом у площині маркетингової системи сталого розвитку.

Мета дисципліни – формування у здобувачів вищої освіти системи теоретичних знань і практичних навичок щодо розроблення, обґрунтування, реалізації та контролю маркетингових стратегій підприємства в умовах динамічного ринкового середовища.

2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Шифр ПРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	Шифр ДРН	Зміст
ПР4	ПР4.1-Ф1	використовувати принципи та засади стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємства
	ПР4.2-Ф1	застосовувати процедури прийняття стратегічних рішень
ПР6	ПР6.1-Ф1	визначати та формувати систему показників ефективності маркетингу та системи цілей маркетингу
ПР7	ПР7.1-Ф1	формувати маркетингову стратегію підприємства
ПР11	ПР11.1-Ф1	здійснювати стратегічний маркетинговий аналіз та обґрунтовувати маркетингові рішення
ПР12	ПР12.1-Ф1	здійснювати діагностування, стратегічне та оперативне управління маркетингом для розроблення і реалізації маркетингових стратегій, проектів та програм
СР1	СР1.1-Ф1	розробляти маркетингові стратегії запуску та розвитку стартап-проектів з урахуванням потреб цільових сегментів, конкурентних переваг і принципів сталого розвитку

3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна викладається в першому семестрі відповідно до навчального плану, 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	Розподіл за формами навчання, години					
	денна			заочна		
	обсяг	аудиторні заняття	самостійна робота	обсяг	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	60	26	34	60	6	54
практичні	90	26	64	90	6	84
семінари	-	-	-	-	-	-
РАЗОМ	150	52	98	150	12	138

5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	ЛЕКЦІЇ	60
ПР4.1-Ф1 ПР6.1-Ф1 СР1.1-Ф1	1. Стратегічне маркетингове управління бізнесом 1.1. Стратегічне маркетингове управління в сучасному підприємстві. Еволюція систем управління підприємством 1.2. Стратегічний маркетинг в системі загального корпоративного управління 1.3. Формулювання місії та цілей підприємства	10
ПР4.1-Ф1 ПР4.2-Ф1 ПР12.1-Ф1	2. Маркетинговий стратегічний аналіз 2.1. Сутність маркетингового стратегічного аналізу 2.2. Маркетингове середовище 2.3. Рівні стратегічного аналізу. Портфельний аналіз. Ситуаційний аналіз 2.4. Цифрові інструменти та інформаційне забезпечення стратегічного аналізу	10
ПР4.1-Ф1 ПР11.1-Ф1 СР1.1-Ф1	3. Маркетинговий стратегічний аналіз галузі 3.1. Процес маркетингового стратегічного аналізу галузі 3.2. Аналіз маркетингових стратегій конкурентів та стратегічні припущення 3.3. Аналіз стратегічних груп галузі 3.4. Ключові фактори успіху галузі та ключові компетенції підприємства	10
ПР4.1-Ф1 ПР4.2-Ф1 ПР7.1-Ф1	4. Формування системи стратегічного маркетингу управління на підприємстві 4.1. Формування стратегічних підходів до управління 4.2. Процедури прийняття стратегічних рішень. Маркетингове антикризове управління. 4.3. Маркетингові стратегії підприємства в умовах досягнення цілей сталого розвитку.	10
ПР4.1-Ф1 СР1.1-Ф1	5. Формування маркетингової стратегії підприємства 5.1. Шляхи визначення базового ринку 5.2. Визначення стратегічних намірів 5.3. Формування товарно-ринкової стратегії	10

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	5.4 Особливості застосування стратегії в умовах досягнення цілей сталого розвитку	
ПР6.1-Ф1 СР1.1-Ф1	6. Реалізація та контроль у стратегічному маркетингу	10
	6.1. Реалізація маркетингової стратегії. Ключові показники.	
	6.2. Оцінка ризиків реалізації маркетингової стратегії	
	6.3. Сучасні підходи до оцінювання ефективності маркетингових стратегій	
	6.4. Контроль виконання маркетингової стратегії підприємства	
	ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	90
ПР6.1-Ф1, ПР4.2-Ф1	Тема 1. Визначення цілей підприємства	10
ПР11.1-Ф1, ПР12.1-Ф1	Тема 2. Аналіз внутрішнього середовища	12
ПР11.1-Ф1, ПР12.1-Ф1, СР1.1-Ф1	Тема 3. Аналіз зовнішнього середовища	12
ПР11.1-Ф1, СР1.1-Ф1	Тема 4. Стратегічний аналіз галузі	12
ПР11.1-Ф1, ПР7.1-Ф1, СР1.1-Ф1	Тема 5. Аналіз маркетингових стратегій конкурентів	12
ПР4.1-Ф1, ПР4.2-Ф1, ПР7.1-Ф1, ПР11.1-Ф1, ПР12.1-Ф1, СР1.1-Ф1	Тема 6. Визначення маркетингової стратегії з урахуванням досягнення цілей сталого розвитку	12
ПР4.1-Ф1, ПР4.2-Ф1, ПР6.1-Ф1, ПР7.1-Ф1, ПР12.1-Ф1, СР1.1-Ф1	Тема 7. Визначення плану реалізації маркетингової стратегії	10
ПР6.1-Ф1, ПР12.1-Ф1	Тема 8. Оцінка ефективності реалізації маркетингової стратегії	10
РАЗОМ		150

6 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

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

Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних результатів, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання здобувачів вищої освіти за дисципліною.

6.1 Шкали

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

Шкали оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти НТУ «ДП»

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

Кредити навчальної дисципліни зараховуються, якщо здобувач 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/навичок, комунікації, відповідальності і автономії здобувачів вищої освіти за вимогами НРК до 7-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Здобувач вищої освіти на контрольних заходах має виконувати завдання, орієнтовані виключно на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання (розділ 2).

Засоби діагностики, що надаються здобувачам вищої освіти 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

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	
навчальне заняття	засоби діагностики	процедури	засоби діагностики	процедури
Лекції	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдання під час лекції	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення середньозваженого результату поточних контролів;
практичні	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдань під час практичних занять		виконання ККР під час екзамену за бажанням здобувача
	індивідуальне завдання	виконання завдань під час самостійної роботи		

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

Якщо зміст певного виду занять підпорядковано декільком складовим опису кваліфікаційного рівня за РНК, то інтегральне значення оцінки може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюються викладачем.

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

Незалежно від результатів поточного контролю кожен здобувач вищої освіти має право під час екзамену 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.

Інтегральне значення оцінки виконання ККР може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюється кафедрою для кожного опису кваліфікаційного рівня за НРК.

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 критерія 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 компетентнісні 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	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

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
для оригінального мислення та проведення досліджень, критичне осмислення проблем у галузі та на межі галузей знань	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
Уміння/навички		
♦ спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень 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: – виявляти проблеми; – формулювати гіпотези; – розв'язувати проблеми; – оновлювати знання; – інтегрувати знання; – провадити інноваційну діяльність; – провадити наукову діяльність	95-100
	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	Зрозумілість відповіді (доповіді). Мова: правильна; чиста; ясна; точна; логічна; виразна; лаконічна. Комунікаційна стратегія: – послідовний і несуперечливий розвиток думки; – наявність логічних власних суджень;	95-100

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються	– 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	
	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
	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	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

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
продовжувати навчання з високим ступенем автономії	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 заняттях здобувачі повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; інстальований на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Office365, а також можливість використовувати цифрові інструменти маркетингової аналітики, оброблення даних і підготовки презентаційних матеріалів, передбачені змістом дисципліни.

8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Базові

1. Язвінська Н. В. Стратегічний маркетинг : навчально-методичний комплекс [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», спеціалізації «Промисловий маркетинг». Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 92 с. URL: <https://surl.li/jivcao>
2. Ларіна Я. С. та ін. Стратегічний маркетинг : навч. посіб. 2-ге вид., допов. і перероб. Суми : Університетська книга, 2025. 360 с. URL: <https://book.sumy.ua/strategichnij-marketing-2/>
3. Лаборцева О. І., Яцишина Л. К., Бондаренко О. С., Янковець Т. М. Стратегічний маркетинг / за ред. А. А. Мазаракі. Київ : Державний торговельно-економічний університет, 2023. URL: <https://ur.knute.edu.ua/handle/123456789/3037>
4. Процишин Ю. Т. Стратегічний маркетинг : електронний навчальний посібник для студентів спеціальності 075 «Маркетинг», ступінь вищої освіти магістр. Тернопіль : ЗУНУ, 2022. 146 с. URL: <https://www.scribd.com/document/788264844>
5. Процишин Ю. Т. Стратегічний маркетинг : електронний навчальний посібник для студентів спеціальності 075 «Маркетинг», ступеня вищої освіти магістр. Тернопіль : Західноукраїнський національний університет, 2022. 146 с. ISBN 978-966-654-668-8. URL: <https://surl.lt/auaxtc>

Допоміжні

1. Портер М. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів. Видавництво Наш Формат, 2020 . 424с.
2. Райс Ел, Траут Дж. Маркетингові війни. Видавництво Фабула, 2019. 240с.
3. Kuvaieva T., Pilova K. Effective sustainable value chain practices for metallurgical industry performance improvement. Sustainable production and consumption in industry: challenges and opportunities. Special scientific article collection by Dnipro University of Technology. Ed.: Shvets V., Paliekhova L. Dnipro-Cottbus: Accent, 2022. P. 41-44.

4. Касян С. Я., Пілова К. П., Макуха Ю. М. Міжнародне планування маркетингової стратегічної діяльності компанії: інформаційні технології просування бренду. Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2022. №3. С. 54–67. (0,82 д.а.). (фахове видання, категорія В)

5. Tetiana Kuvaieva, Kateryna Pilova. Effective sustainable value chain practices for metallurgical industry performance improvement. Sustainable production and consumption in industry: challenges and opportunities. Collection of scientific articles. Ed.: A. Pavlychenko, L. Paliekhova. Dresden: 2024. 170 p. Стале виробництво та споживання у промисловості: виклики та можливості. Збірник наукових статей. Ред.: Павличенко А.В., Палєхова Л.Л. [Англ.]. Дрезден: 2024. 170 с

6. Палєхова Л. Л., Куваєва Т. В., Пілова К. П. Стратегічна екологічна оцінка маркетингових програм взаємодії для забезпечення сталого розвитку територій // Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2026. № 1 (93). С. 195–202. DOI: <https://doi.org/10.33271/ebdut/93.195>.

7. Палєхова Л. Л., Куваєва Т. В., Пілова К. П. Маркетингова стратегія подолання прірви для високотехнологічного стартапу // Актуальні питання економічних наук. 2026. № 23. URL: <https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/1486> (дата звернення: 30.07.2026). DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.20351899>

Інтернет джерела:

1. Українська Асоціація Маркетингу. Офіційний сайт. – Режим доступу : <http://www.uam.in.ua>

2. Офіційний сайт Державної служби статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

3. Google Trends. Сервіс аналізу пошукових трендів. URL: <https://trends.google.com>

4. Think with Google. Маркетингові дослідження, аналітика та бізнес-кейси. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com>

5. Google Analytics Help Center. Довідкові матеріали щодо вебаналітики та оцінювання ефективності маркетингової діяльності. URL: <https://support.google.com/analytics>

6. YouControl. Аналітична система для дослідження ринків, конкурентів і контрагентів. URL: <https://youcontrol.com.ua>

7. Opendatabot. Платформа роботи з відкритими державними даними. URL: <https://opendatabot.ua>

8. Дія.Бізнес. Національна платформа розвитку підприємництва. URL: <https://business.dii.gov.ua>

9. Statista. Платформа статистичних даних та маркетингових досліджень. URL: <https://www.statista.com>

10. Similarweb. Платформа конкурентного аналізу та оцінювання цифрової присутності компаній. URL: <https://www.similarweb.com>

11. HubSpot Marketing Resources. Аналітичні матеріали та дослідження у сфері маркетингових стратегій. URL: <https://www.hubspot.com/resources>

12. McKinsey & Company Insights. Marketing & Sales. Аналітичні матеріали щодо стратегічного маркетингу та цифрової трансформації бізнесу. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales>

13. World Economic Forum. Аналітичні матеріали з питань цифрової трансформації та сталого розвитку. URL: <https://www.weforum.org>

14. UN Sustainable Development Goals. Цілі сталого розвитку ООН. URL: <https://sdgs.un.org/goals>

15. Microsoft Copilot. Офіційні матеріали щодо використання технологій штучного інтелекту для бізнесу та аналітики. URL: <https://www.microsoft.com/copilot>

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Маркетингове стратегічне управління»
для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти
освітньо-професійної програми «Маркетинг»
зі спеціальності D5 Маркетинг

Розробник:
Пілова Катерина Петрівна

В редакції автора

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