

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
«ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ»

Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Статус	обов'язкова
Загальний обсяг .	4 кредити ЄКТС (120 годин)
Форма підсумкового контролю	екзамен
Термін викладання	2-й семестр, 3-4 чверті
Мова викладання	українська

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

Дніпро
НТУ «ДП»
2026

Робоча програма навчальної дисципліни **«Економічне обґрунтування маркетингових рішень»** 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. – 16 с.

Розробниця – Красовська Олена Юріївна. – д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу.

Робоча програма регламентує:

- мету дисципліни;
- дисциплінарні результати навчання, сформовані на основі трансформації очікуваних результатів навчання освітньої програми;
- 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 студентів 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.....	5
4	ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ.....	5
5	ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ.....	6
6	ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ.....	8
6.1.	Шкали.....	8
6.2.	Засоби та процедури.....	8
6.3.	Критерії.....	9
7	ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....	12
8	РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	13

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 ФЗ «Економічне обґрунтування маркетингових рішень» віднесено наступні результати навчання:

ПР3	Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності
ПР6	Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними
ПР10	Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів
ПР13	Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання
ПР15	Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення

Мета дисципліни «Економічне обґрунтування маркетингових рішень» – формування компетентностей щодо обґрунтування маркетингових рішень в умовах невизначеності та ризику.

2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Шифр ПРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	Шифр ДРН	Зміст
ПР3	ПР3.1-ФЗ	проводити маркетинговий аудит та діагностування маркетингової діяльності, збирати та аналізувати інформацію для обґрунтованого ухвалення маркетингових управлінських рішень з метою підвищення економічної ефективності діяльності підприємства в умовах невизначеності
ПР6	ПР6.1-ФЗ	розробляти та впроваджувати маркетингові рішення задля підвищення ефективності товарної, цінової, комунікаційної та збутової політик в умовах невизначеності та ризику
ПР10	ПР10.1-ФЗ	знати сучасні принципи, підходи, методи прийняття та обґрунтування маркетингових управлінських рішень
	ПР10.2-ФЗ	визначати, аналізувати фактори, що впливають на ефективність управлінських рішень, та організовувати процес генерації ідей для пошуку ефективних маркетингових рішень
ПР13	ПР13.1-ФЗ	знати принципи, функції та алгоритм встановлення системи показників ефективності для управління маркетинговою діяльністю підприємства
	ПР13.2-ФЗ	розробляти систему показників оцінки ефективності маркетингової діяльності та моніторити їх для своєчасного прийняття управлінських рішень на різних організаційних рівнях підприємства в умовах невизначеності та ризику
ПР15	ПР15.1-ФЗ	збирати інформацію для аналізу ефективності маркетингової діяльності підприємства та досягнення основних показників за допомогою сучасних цифрових технологій задля підготовки та ухвалення економічно обґрунтованих рішень в сфері управління маркетингом

3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна викладається в другому семестрі відповідно до навчального плану. Вивчення курсу ґрунтується на знаннях, отриманих з попередньо вивчених дисциплін, а саме Б1 Соціальна відповідальність бізнесу, Ф1 Маркетингове стратегічне управління, Ф4 Маркетинговий менеджмент, Ф5 Маркетинг взаємодії і партнерських відносин, Ф7 Методологія та організація економічних наукових досліджень, С1 Маркетинг стартап-проектів.

Назва дисципліни	Здобуті результати навчання
Б1 Соціальна відповідальність бізнесу	ПР2 Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта
Ф1 Маркетингове стратегічне управління	ПР4 Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації 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
Ф4 Маркетинговий менеджмент	ПР1 Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу ПР7 Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта ПР9 Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень
Ф5 Маркетинг взаємодії і партнерських відносин	ПР8 Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу ПР14 Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку
Ф7 Методологія та організація економічних наукових досліджень,	ПР5 Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами
С1 Маркетинг стартап-проектів	СР1 Розроблювати і просувати ідею стартап-проекту, аналізувати ринкові можливості запуску та стратегічного управління високотехнологічним стартап-проектом у площині маркетингової системи сталого розвитку.

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	обсяг	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	60	19	41	60	6	54
практичні	60	38	22	60	6	54
РАЗОМ	120	57	63	120	12	108

5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифр иПР	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових години
	ЛЕКЦІЇ	60
ПР3.1-ФЗ ПР10.1-ФЗ	1. Сутність, види та класифікація маркетингових управлінських рішень	6
	1.1 Сутність, природа та ознаки управлінських рішень	
	1.2 Підходи до прийняття управлінських рішень	
	1.3 Класифікація управлінських рішень	
	1.4 Маркетингові рішення в системі управління компанією	
ПР3.1-ФЗ ПР10.1-ФЗ ПР10.2-ФЗ	2. Процес та методи прийняття маркетингових управлінських рішень	7
	2.1 Фактори, що впливають на ефективність рішень	
	2.2 Етапи процесу прийняття та реалізації управлінського рішення	
	2.3 Методи генерації управлінських ідей та рішень	
ПР3.1-ФЗ ПР15.1-ФЗ	3. Аудит та діагностування маркетингової діяльності підприємства	8
	3.1 Сутність, види, мета та передумови проведення маркетингового аудиту	
	3.2 Етапи маркетингового аудиту	
	3.3 Управлінські рішення за результатами маркетингової діагностики	
ПР13.1-ФЗ ПР13.2-ФЗ ПР15.1-ФЗ	4. Система показників ефективності маркетингової діяльності підприємства	8
	4.1 Сутність, завдання та переваги впровадження системи показників ефективності	
	4.2 Принципи та функції системи показників ефективності	
	4.3 Види та класифікація показників ефективності. Інтеграція показників сталого розвитку в систему економічного обґрунтування маркетингових рішень	
	4.4 Покроковий алгоритм встановлення показників ефективності маркетингової діяльності	
	4.5 Вплив системи показників ефективності маркетингової діяльності на роботу підприємства	
	4.6 Методологія розрахунку показників ефективності маркетингової діяльності підприємства	
ПР3.1-ФЗ ПР6.1-ФЗ ПР13.2-ФЗ	5. Управління ризиками в системі прийняття маркетингових управлінських рішень	7
	5.1 Поняття та види ризиків на підприємстві	
	5.2 Стратегії управління ризиками	
ПР6.1-ФЗ ПР10.1-ФЗ	6. Економічне обґрунтування рішень в сфері управління товарною політикою	6
	6.1 Сутність та види управлінських рішень в сфері управління товарною політикою	
	6.2 Економічне обґрунтування рішень щодо розробки та впровадження нових товарів	
	6.3 Обґрунтування рішень в сфері управління життєвим циклом товару	
	6.4 Управління товарним портфелем та обґрунтування рішень щодо позиціонування торгових марок	
ПР6.1-ФЗ ПР10.1-ФЗ ПР13.2-ФЗ	7. Економічне обґрунтування рішень в сфері ціноутворення	6
	7.1 Обґрунтування рішень щодо визначення рівня ціни та стратегії цінового позиціонування	
	7.2 Економічне обґрунтування управлінських рішень для адаптації цінової політики підприємства в умовах невизначеності та ризику	

ПР6.1-Ф3 ПР10.1-Ф3	8. Економічне обґрунтування рішень в сфері управління політикою просування	6
	8.1 Сутність та класифікація управлінських рішень в сфері політики просування	
	8.2 Управлінські рішення та економічне обґрунтування проведення рекламної кампанії	
	8.3 Управлінські рішення та економічне обґрунтування проведення PR кампанії	
	8.4 Управлінські рішення в сфері стимулювання збуту	
ПР6.1-Ф3 ПР10.1-Ф3	9. Економічне обґрунтування рішень в сфері управління збутовою політикою	6
	9.1 Сутність та економічні принципи управління збутовою політикою підприємства	
	9.2 Обґрунтування управлінських рішень щодо вибору каналів розподілу та логістичних моделей	
ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ		60
ПР3.1-Ф3 ПР10.1-Ф3	1. Маркетингові рішення в системі управління компанією	3
ПР3.1-Ф3 ПР10.1-Ф3	2. Етапи процесу прийняття та реалізації управлінського рішення	3
ПР3.1-Ф3 ПР10.2-Ф3	3. Методи генерації управлінських ідей та рішень	3
ПР3.1-Ф3 ПР15.1-Ф3	4. Процес проведення маркетингового аудиту	4
ПР3.1-Ф3 ПР15.1-Ф3	5. Прийняття та обґрунтування управлінських рішень за результатами маркетингової діагностики	4
ПР13.1-Ф3 ПР13.2-Ф3 ПР15.1-Ф3	6. Визначення показників ефективності маркетингової діяльності для підприємств різних галузей та сфер діяльності	4
ПР13.1-Ф3 ПР13.2-Ф3 ПР15.1-Ф3	7. Розрахунок показників ефективності маркетингової діяльності підприємства	4
ПР3.1-Ф3 ПР6.1-Ф3 ПР13.2-Ф3	8. Управління ризиками в системі прийняття маркетингових управлінських рішень	3
ПР6.1-Ф3 ПР10.1-Ф3	9. Економічне обґрунтування рішень щодо розробки та впровадження нових товарів	4
ПР6.1-Ф3 ПР10.1-Ф3	10. Управління товарним портфелем та обґрунтування рішень щодо позиціонування торгових марок	4
ПР6.1-Ф3 ПР10.1-Ф3 ПР13.2-Ф3	11. Обґрунтування рішень щодо визначення рівня ціни та стратегії цінового позиціонування	4
ПР6.1-Ф3 ПР10.1-Ф3 ПР13.2-Ф3	12. Економічне обґрунтування управлінських рішень для адаптації цінової політики підприємства в умовах невизначеності та ризику	4
ПР6.1-Ф3 ПР10.1-Ф3	13. Управлінські рішення та економічне обґрунтування проведення рекламної кампанії	4
ПР6.1-Ф3 ПР10.1-Ф3	14. Управлінські рішення та економічне обґрунтування проведення PR кампанії	4
ПР6.1-Ф3 ПР10.1-Ф3	15. Управлінські рішення в сфері стимулювання збуту	4
ПР6.1-Ф3 ПР10.1-Ф3	16. Обґрунтування управлінських рішень щодо вибору каналів розподілу та логістичних моделей	4
РАЗОМ		120

6 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Сертифікація досягнень студентів 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 студента 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) 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 зараховуються, 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/навичок, комунікації, автономії та відповідальності студента за вимогами НРК до 7-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

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

Засоби діагностики, що надаються студентам 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 запитання за кожною темою	відповідь на запитання під час лекцій	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення сумарного результату поточних контролів виконання ККР під час екзамену за бажанням студента
практичні	завдання за кожною темою	виконання завдань під час практичних занять		
	індивідуальне завдання	виконання завдань під час самостійної роботи		

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

Якщо зміст певного виду занять підпорядковано декільком складовим опису кваліфікаційного рівня за НРК, 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 студента шляхом визначення середньозваженого значення поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен студент під час екзамену 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).

Інтегральне значення оцінки виконання ККР може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюється кафедрою для кожної складової 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 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
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;	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

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
♦ 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, 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). <i>Мова:</i> правильна; чиста; ясна; точна; логічна; виразна; лаконічна. <i>Комунікаційна стратегія:</i> – 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
	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

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
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 здобувачі повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom; 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. Можливість використання on-line застосунків Canva, Prezi, X-Mind, Mindmeister, Miro, Kahoot!, Mentimeter, Slido.

8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Базові

1. Воскобоева О.В., Ромашенко О.С. Бізнес-діагностика в маркетингу: навчальний посібник. Київ: Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій, 2025. 164с.
2. Drobyazko S., Krasovska O., Antypenko N. Developing a marketing economic mechanism based on a KPI system: implementation methodology and practical application. *Ефективна економіка*. 2025. № 11. DOI: 10.32702/2307-2105.2025.11.5
3. Красовська О.Ю. Конспект лекцій з дисципліни «Економічне обґрунтування маркетингових рішень» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг. [Електронний ресурс] : уклад.: О.Ю. Красовська. Д. : НТУ «Дніпровська політехніка», 2026. 57 с.
4. Красовська О.Ю. Методи досліджень ефективності маркетингових інструментів // *Економіка та держава : науково-практичний журнал*. 2020. № 5. С. 133–136.
5. 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. DOI: 10.60022/2(5)-35S
6. 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. DOI: 10.60022/2(4)-6S
7. 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](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2026-1(67)-917-934)
8. Прийняття управлінських рішень : навчальний посібник / Ю.Є. Петруня та ін. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2020. 276 с.
9. Прийняття управлінських рішень в економіці та маркетинг: навч. посіб. для студ. спеціальностей: 051 «Економіка», 073 «Менеджмент», 075 «Маркетинг» / уклад.: В.І. Іваненко, Ж.Т. Черноусов. Київ: КПП ім. Ігоря Сікорського, 2020. 62 с.
10. Ромашенко О.С., Дарчук В. Г., Качмала В. І., Снітко А. С. Система показників оцінки ефективності управління маркетинговою діяльністю. *Бізнес Інформ*. 2025. №1. С. 471-479. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2025-1-471-479>
11. Дисципліна «Економічне обґрунтування маркетингових рішень» на платформі Moodle для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг; О.Ю. Красовська, <https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=6000>

Допоміжні

1. O. Abramova, O. Krasovska, O. Chernyshov. Organizational Components of the Growth of the Role of Corporate Social Responsibility under the Conditions of Social Transformations. *Conferencii*. 2025, Vol. 11(35). P.1-14. URL: [https://conferencii.com/archive/Conferencii_2025_11\(36\).pdf](https://conferencii.com/archive/Conferencii_2025_11(36).pdf)
2. 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. URL: <https://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/5234>
3. Farris P. W., Bendle N. T., Pfeifer P. E., Reibstein D. J. Marketing Metrics: The Manager's Guide to Measuring Marketing Performance. 4th ed. Upper Saddle River : Pearson Financial Times, 2021. 512 p.

4. Kotler P., Keller K. L., Chernev A. Marketing Management. Gobal Edition. 16th ed. London : Pearson Education, 2022. 832 p.
5. Romanenko K., Zborovska O., Krasovska O., Smerichevska S., Pyvovarov S., Uhodnikova O. (2022). Information Technologies and Marketing Communications in Territories Management. *Lecture Notes in Networks and Systems*. 2022. vol 246. Springer. Cham. P 825-833. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-030-81619-3_92
6. Картаджайя Х., Сетьяван А., Котлер Ф. Маркетинг 5.0. Технології для людства. Stone Publishing. 2024. 280 с.
7. Красовська О.Ю. Структурно-функціональна схема моделювання маркетингової діяльності у сфері цифровізації. *Агросвіт*. 2021. № 18. С. 50–55.
8. Красовська О.Ю. Удосконалення форм і методів організації управління маркетинговою діяльністю як умова забезпечення ділової активності підприємства. *Економіка та держава*. 2021. № 4. С. 105–109. URL: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4914&i=17>
9. Красовська О.Ю. Управління маркетинговими інструментами промислового підприємства: теорія, методологія та практика. Монографія. Київ : ТОВ “ДКС центр”, 2020. 290 с.
10. Красовська О. Ю., Куваєва Т. В., Шинкаренко Н. В. Оптимізація міжнародних маркетингових комунікацій: синергія PR-кампаній, медіапланування та маркетингових досліджень. *Економічна парадигма*. 2025. № 2 (7(99)). С. 31–39. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-7-11172>
11. Красовська О. Ю., Метіль Т. К., Беялов Т. Е. Санкції та прийняття маркетингових рішень: зміни цінової еластичності на ринках ЄС. *Інвестиції: практика та досвід*. 2025. № 12. С. 17-25. DOI: 10.32702/2306-6814.2025.12.17
12. 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](https://doi.org/10.60022/3(4)-47S)
13. Красовська О. Ю., Хаустова Є. Б., Петровська С. В., Березовська Л. О. Стратегічний маркетинг як детермінанта сталого розвитку бізнесу. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки»*. 2022. №1. С. 53-60. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-1-7869>
14. Красовська О., Чатченко О., Кирчата І., Антипенко Н. Менеджмент "зелених" інвестицій в умовах нової глобальної архітекτονіки. *Економіка. Фінанси. Право*. 2023. № 12. С. 73-76. DOI: <https://doi.org/10.37634/efp.2023.12.14>
15. Полінкевич О. М., Волинець І.Г. Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків : навч. посіб. Луцьк : ВежаДрук, 2018. 336 с.
16. Прийняття управлінських рішень: Навчально-методичний комплекс дисципліни: навч. посіб. для студ. Спеціальності «Менеджмент і бізнес-адміністрування» / уклад.: М.О. Кравченко, В. Я. Голюк. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2022. 55 с.
17. Сарай Н.І. Бізнес-діагностика в маркетингу. Навчальний посібник для студентів усіх форм навчання. Тернопіль : ТНЕУ, 2015. 165 с.
18. Створення власного бізнесу : навч. посібник / А. М. Колот та ін. — К. : КНЕУ, 2017. 311 с.
19. Теорія прийняття рішень. Підручник. / За заг. ред. Бутка М. П. Київ : «Центр учбової літератури», 2015. 360 с.
20. Швиданенко Г. О., Дмитренко А.І. Бізнес-діагностика: практикум. Київ : КНЕУ ім. Вадима Гетьмана, 2015. 160 с.

Інформаційні ресурси

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](http://www.apu.com.ua)
8. Офіційний сайт Державної статистичної служби України. URL: <https://stat.gov.ua/uk>
9. Офіційний сайт Державної податкової 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
«Економічне обґрунтування маркетингових рішень»

для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти
освітньої програми «Маркетинг»
спеціальності D5 Маркетинг

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, Україна, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19