

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

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ **«МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**

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	1-й семестр, (1,2 чверті)
Мова викладання	українська

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

Дніпро
НТУ «ДП»
2026

Робоча програма навчальної дисципліни **«Маркетинговий менеджмент»** 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. – 15 с.

Розробниця – д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу Красовська О.Ю.

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.

Робоча програма буде в пригоді для формування змісту підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників кафедр університету.

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.....	5
6	ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	7
6.1.	Шкали.....	7
6.2.	Засоби та процедури.....	8
6.3.	Критерії.....	9
7	ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....	12
8	РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	12

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 Ф4 «Маркетинговий менеджмент» віднесено наступні результати навчання:

ПР1	Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу
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
ПР9	Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень
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

Мета дисципліни «Маркетинговий менеджмент» – формування компетентностей щодо маркетингового управління підприємствами на засадах соціальної відповідальності та принципах сталого розвитку.

2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Шифр ПРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	Шифр ДРН	Зміст
ПР1	ПР1.1-Ф4	знати теоретичні засади маркетингового управління підприємствами, зокрема функції, методи та принципи маркетингового управління, особливості побудови маркетингових оргструктур, систему маркетингового стратегічного, оперативного та тактичного планування
	ПР1.2-Ф4	застосовувати підходи, методи та інструменти управління маркетингом на підприємстві з врахуванням принципів сталого розвитку та соціальної відповідальності
ПР6	ПР6.1-Ф4	розробляти та управляти реалізацією маркетингових стратегій, планів та програм на різних рівнях управління підприємством
	ПР6.2-Ф4	застосовувати інструменти маркетингового аналізу, контролю та аудиту задля підвищення ефективності маркетингової діяльності та управління проектами

Шифр ПРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	Шифр ДРН	Зміст
ПР7	ПР7.1-Ф4	аналізувати та вдосконалювати організаційну структуру та систему управління маркетингом на підприємстві
ПР9	ПР9.1-Ф4	розуміти базові принципи маркетингового менеджменту та застосовувати їх на етапі підготовки та прийняття управлінських рішень щодо планування, організації та реалізації маркетингових стратегій та програм
ПР10	ПР10.1-Ф4	обґрунтовувати рішення щодо вибору маркетингових стратегій, формування маркетингових планів та програм із застосуванням сучасних підходів, методів та прийомів маркетингового менеджменту на засадах соціальної відповідальності та принципах сталого розвитку
ПР13	ПР13.1-Ф4	визначати ключові показники для контролінгу маркетингової діяльності, проводити маркетинговий аудит та корегувати стратегічні, оперативні та тактичні плани щодо досягнення цілей підприємства у площині європейського вектору 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	Обсяг, години	Розподіл за формами навчання, години				
		денна		заочна		
		аудиторні заняття	самостійна робота	обсяг	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	60	26	34	60	6	54
практичні	60	26	34	60	4	56
РАЗОМ	120	52	68	120	10	110

5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	ЛЕКЦІЇ	60
ПР1.1-Ф4 ПР1.2-Ф4	1. Сутність, значення та завдання маркетингового менеджменту	6
	1.1 Суть та етапи становлення маркетингового менеджменту	
	1.2 Завдання та цілі маркетингового менеджменту	
	1.3 Функції та методи маркетингового менеджменту	
	1.4 Принципи маркетингового менеджменту	
	1.5 Особливості впровадження маркетингового менеджменту на	

	підприємствах України в сучасних умовах з врахуванням принципів сталого розвитку та соціальної відповідальності	
ПР1.1-Ф4 ПР7.1-Ф4	2. Організація маркетингового менеджменту на підприємстві	7
	2.1 Сутність, цілі, функції та завдання оргструктур маркетингу	
	2.2 Еволюція маркетингових оргструктур	
	2.3 Моделі маркетингових структур на підприємстві	
	2.4 Сучасні тенденції розвитку оргструктур маркетингу	
	2.5 Принципи, алгоритми та вимоги створення маркетингових структур на підприємстві	
ПР9.1-Ф4 ПР13.1-Ф4	3. Сутність та система маркетингового планування	7
	3.1 Сутність маркетингового планування, його цілі та завдання	
	3.2 Принципи і методи маркетингового планування	
	3.3 Процес маркетингового планування	
	3.4 Система маркетингового планування	
	3.5 Маркетинговий план як результат маркетингового планування	
ПР9.1-Ф4 ПР10.1-Ф4	4. Маркетингові стратегії	7
	4.1 Сутність та класифікація маркетингових стратегій	
	4.2 Корпоративні, загальні, портфельні стратегії	
	4.3 Конкурентні, ділові та бізнес-стратегії підприємств	
	4.4 Функціональні маркетингові стратегії	
	4.5 Маркетингові стратегії малих компаній	
	4.6 Стратегії зростання середніх компаній	
	4.7 Маркетингові стратегії зростання великих компаній	
ПР1.1-Ф4 ПР9.1-Ф4 ПР13.1.-Ф4	5. Маркетингове стратегічне планування	7
	5.1 Зміст маркетингового стратегічного планування, його мета та завдання	
	5.2 Етапи маркетингового стратегічного планування	
	5.3. Структура стратегічного маркетингового плану	
ПР1.1-Ф4 ПР13.1-Ф4	6. Маркетингове тактичне і оперативне планування	6
	6.1 Сутність тактичного маркетингового планування	
	6.2 Структура та зміст маркетингового тактичного плану	
	6.3 Сутність та характерні риси маркетингового оперативного планування	
	6.4 Порядок розроблення маркетингових оперативних планів	
ПР6.1-Ф4 ПР9.1-Ф4 ПР10.1-Ф4	7. Маркетингові програми: розробка, управління, реалізація	6
	7.1 Сутність, зміст та основні завдання розроблення маркетингових програм	
	7.2 Алгоритм розроблення програми комплексу маркетингу	
ПР6.2-Ф4 ПР10.1-Ф4 ПР13.1-Ф4	8. Контроль та аналіз маркетингової діяльності підприємства	7
	8.1 Сутність маркетингового контролю, його типи, цілі та методи	
	8.2 Контроль за виконанням річних планів	
	8.3 Контроль прибутковості	
	8.4 Маркетинговий аудит	
ПР1.2-Ф4 ПР13.1-Ф4	9. Сталий розвиток і соціальна відповідальність бізнесу	7
	9.1 Сутність та принципи управління сталим розвитком підприємств	
	9.2 Моделі управління сталим розвитком підприємства	
	9.3 Сутність, основні складові та інструменти реалізації соціально-відповідального підходу в управлінні підприємствами.	
	9.4 Сучасні підходи до вимірювання ефективності управління маркетинговими процесами в контексті сталого розвитку	
	ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	60
ПР1.1-Ф4 ПР1.2-Ф4	1. Особливості впровадження маркетингового управління на українських підприємствах (на прикладах вітчизняних компаній з урахуванням цифровізації та принципів сталого розвитку)	5
ПР1.1-Ф4 ПР7.1-Ф4	2. Принципи, алгоритми та вимоги створення маркетингових структур на підприємстві	5
ПР1.2-Ф4 ПР9.1-Ф4 ПР13.1-Ф4	3. Процес маркетингового планування (з використанням цифрових інструментів та технологій штучного інтелекту)	6

ПР9.1-Ф4 ПР10.1-Ф4	4. Маркетингові стратегії підприємств (на прикладах українських компаній з урахуванням концепції сталого розвитку)	6
ПР9.1-Ф4 ПР10.1-Ф4 ПР13.1.-Ф4	5. Маркетингові стратегії зростання підприємств різного масштабу (з акцентом на соціально відповідальне зростання та екологічну безпеку)	5
ПР1.1-Ф4 ПР9.1-Ф4 ПР13.1.-Ф4	6. Стратегічний маркетинговий план (інтеграція показників ефективності сталого розвитку та ESG-метрик)	6
ПР1.1-Ф4 ПР6.1-Ф4 ПР13.1-Ф4	7. Розробка оперативних та тактичних маркетингових планів	5
ПР6.1-Ф4 ПР7.1-Ф4 ПР10.1-Ф4	8. Розробка програми комплексу маркетингу підприємства (з урахуванням цифрових технологій та ІІІ-інструментів)	6
ПР6.2-Ф4 ПР10.1-Ф4 ПР13.1-Ф4	9. Процеси контролінгу та аудиту маркетингової діяльності (з використанням сучасних цифрових метрик та показників сталого розвитку)	6
ПР1.2-Ф4 ПР13.1-Ф4	10. Управління сталим розвитком підприємства: підходи та інструменти	5
ПР1.2-Ф4 ПР7.1-Ф4 ПР10.1-Ф4	11. Соціальна відповідальність в системі управління маркетингом на підприємстві	5
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
практичні	завдання за кожною темою	виконання завдань під час практичних занять		виконання ККР під час екзамену за бажанням студента
	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	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

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
у галузі та на межі галузей знань	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 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;	95-100

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	– 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 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

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікацій, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	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.

8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Базові

1. Буняк Н.М. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. Луцьк: Волинський національний університет імені Лесі України, 2022. 180с.
2. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності: навч. посіб. Київ : ДУТ, 2019. 146 с.
3. Дудар В. Управління маркетингом: електронний навч. посібник. Тернопіль : Західноукраїнський національний університет, 2022. 85 с.
4. Дисципліна «Маркетинговий менеджмент» 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>
5. Ковшова І.О. Маркетинговий менеджмент: теорія, методологія, практика: монографія. Київ : ФОП Вишемирський В.С., 2018. 516 с.
6. Красовська О.Ю. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетинговий менеджмент» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг. [Електронний ресурс] : уклад.: О.Ю. Красовська. Д. : НТУ «Дніпровська політехніка», 2026. 63 с.
7. 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>
8. 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)
9. 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)
10. Красовська О. Ю., Лорич В. В., Шевченко В. М. Кризові сценарії у маркетингу: адаптація цінкових стратегій та управлінських рішень в умовах санкцій. *Актуальні проблеми сталого розвитку*. 2025. № 2(4). С.51-59. DOI: 10.60022/2(4)-6S [https://doi.org/10.60022/2\(4\)-6S](https://doi.org/10.60022/2(4)-6S)
11. 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>
12. Красовська О.Ю. Управління маркетинговими інструментами промислового підприємства: теорія, методологія та практика : монографія. Київ : ТОВ “ДКС центр”, 2020. 290 с.
 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.Ю. Удосконалення форм і методів організації управління маркетинговою діяльністю як умова забезпечення ділової активності підприємства. *Економіка та держава*. 2021. № 4. С. 105–109. <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4914&i=17>
 15. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник / О. С. Борисенко та ін. К.: НАУ, 2022. 204 с.
 16. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. / Н.Замкова та ін. Вінниця : Ред.-вид. від. ВТЕІ ДТЕУ, 2024. 292 с.

Допоміжні

1. Abramova O., Krasovska O., Chernyshov O. 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://doi.org/10.51586/2025_11_36
2. Безус Р.М., Крючко Л.С., Перерва С.М Маркетинговий менеджмент у SMM. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. №21. С. 66–71. URL: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=7675&i=9>
3. Koshkalda I., Krasovska O., Dankeyeva O., Riasnianska A., Myroshnychenko V. Formation of the Professional and Pedagogical Image of a University Teacher as a Condition for Education for Sustainable Development. *Review of Economics and Finance* [ref]. 2023. Vol.21. P. 2421-2432 URL: <https://refpress.org/ref-vol21-a257/>
4. Кравченко О.М., Кравченко О.А. Шуба А.А. Формування системи маркетингового менеджменту підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 27. URL: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/450/432/>
5. Красовська О.Ю. Структурно-функціональна схема моделювання маркетингової діяльності у сфері цифровізації. *Агросвіт*. 2021. № 18. С. 50–55.
6. Красовська О.Ю. Методи досліджень ефективності маркетингових інструментів. *Економіка та держава: науково-практичний журнал*. 2020. № 5. С. 133–136.
7. 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](https://doi.org/10.60022/2(5)-35S)
8. О. Красовська, О. Чатченко, І. Кирчата, Н. Антипенко. Менеджмент "зелених" інвестицій в умовах нової глобальної архітекτονіки. *Економіка. Фінанси. Право*. 2023. № 12. С. 73-76.
9. 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>
10. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник / Є.В. Крикавський та ін. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. 380с.
11. Майовець Є. Маркетинг: теорія та методологія : навч. посіб. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 450 с.
12. Маркетинг у підприємстві, біржовій діяльності та торгівлі в smart-суспільстві: управлінський, інноваційний та методичний виміри : колективна монографія / За наук. ред. І. В. Перезової. Львів : Видавець Кошовий Б.-П.О., 2023. 869 с.
13. Райс Е., Траут Дж. Маркетингові війни. К. : Фабула, 2019. 240 с.
14. Kotler, Ph., Keller, K.L. Marketing Management. 15 Global Edition. Pearson, 2016. 812 p.
15. Torsten Tomczak, Sven Reinecke, Alfred Kuss. Strategic Marketing: Market-Oriented Corporate and Business Unit Planning, Springer, 2018. 261 p.,

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>
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
«Маркетинговий менеджмент»

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