

Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
в.о. завідувача кафедри маркетингу
Красовська О.Ю. 
18 червня 2024 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Галузь знань	07 Управління і адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Спеціалізації	-
Статус	Обов'язкова
Загальний обсяг .	4 кредити ЄCTS (120 годин)
Форма підсумкового контролю	Іспит
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»
2024

Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинговий менеджмент» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг. Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу. Дніпро: НТУ «ДП», 2024. 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.

Погоджено рішенням науково-методичної комісії спеціальності 075 Маркетинг (протокол № 6 від 18 червня 2024 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	СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ.....	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 ДИСЦИПЛІНИ

В освітньо-професійній програмі «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти 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 – формування компетентностей і системи теоретичних знань щодо маркетингового управління підприємствами на засадах соціальної відповідальності та принципах сталого розвитку.

Реалізація мети вимагає трансформації програмних результатів навчання в дисциплінарні.

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	вміти застосовувати підходи, методи та інструменти управління маркетингом на підприємстві з врахуванням принципів сталого розвитку та соціальної відповідальності
ПР6	ПР6.1-Ф4	вміти планувати, розробляти та впроваджувати маркетингові стратегії та програми 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	вміти 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	вміти обґрунтовувати рішення щодо вибору маркетингових стратегій, формування маркетингових планів та програм із застосуванням сучасних підходів, методів та прийомів маркетингового менеджменту
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 на засадах сталого розвитку та соціальної відповідальності

3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна викладається в 1-му семестрі (1, 2 чвертях) відповідно до навчального плану. Вивчення курсу ґрунтується на знаннях, отриманих на першому (бакалаврському) рівні вищої 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	50	22	28	50	6	44
практичні	70	30	40	70	4	66
РАЗОМ	120	52	68	120	10	110

* Примітка: різниця в кількості годин між денною та заочною формами навчання пов'язана з перерозподілом кредитів (годин), що відведені для вивчення дисципліни «Фізична культура та спорт» в межах навчального плану за заочною формою навчання

5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ПР	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	ЛЕКЦІЇ	50
ПР1.1-Ф4 ПР1.2-Ф4	1. Сутність, значення та завдання маркетингового менеджменту	5
	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	
ПР1.1-Ф4	1.5 Проблеми впровадження маркетингового менеджменту на підприємствах України	6
	2. Організація маркетингового менеджменту на підприємстві	
	2.1 Сутність, цілі, функції та завдання оргструктур маркетингу	

ПР7.1-Ф4	2.2 Еволюція маркетингових оргструктур	5
	2.3 Способи організації маркетингових структур на підприємстві	
	2.4 Сучасні тенденції розвитку оргструктур маркетингу	
	2.5 Принципи, алгоритми та вимоги створення маркетингових структур на підприємстві	
	3. Сутність та система маркетингового планування	
ПР9.1-Ф4 ПР13.1-Ф4	3.1 Сутність маркетингового планування, його цілі та завдання	5
	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	6
	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	6
	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	5
	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	5
	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 підходів в управлінні підприємствами	
ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ		70
ПР1.1-Ф4 ПР1.2-Ф4 ПР6.1-Ф4 ПР6.2-Ф4 ПР7.1-Ф4 ПР9.1-Ф4 ПР10.1-Ф4 ПР13.1-Ф4	1. Особливості впровадження маркетингового управління на українських підприємствах	6
	2. Принципи, алгоритми та вимоги створення маркетингових структур на підприємстві	6
	3. Процес маркетингового планування	8
	4. Маркетингові стратегії на підприємствах	6
	5. Маркетингові стратегії зростання підприємств різного масштабу	6
	6. Стратегічний маркетинговий план	6
	7. Розробка оперативних та тактичних маркетингових планів	6
	8. Розробка програми комплексу маркетингу підприємства	6
	9. Процеси контролінгу та аудиту маркетингової діяльності	8
	10. Управління сталим розвитком підприємства: підходи та інструменти	6

	11. Соціальна відповідальність в системі управління маркетингом на підприємстві	6
РАЗОМ		120

6. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ

Оцінювання досягнень здобувачів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти», <http://surl.li/bgpuz>. Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання здобувачів за дисципліною.

6.1. Шкали

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

Шкали оцінювання навчальних досягнень здобувачів 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 за вимогами НРК до 6-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Здобувачі на контрольних заходах мають виконувати завдання, орієнтовані 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

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 виконання контрольних конкретизованих завдань. Практичні заняття оцінюються якістю виконання контрольних та індивідуального 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 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) 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 компетентнісні характеристики, визначені НРК для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (подано нижче).

**Загальні критерії досягнення результатів
навчання для 6-го кваліфікаційного рівня за НРК**

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
Знання		
♦ концептуальні наукові та практичні знання, критичне осмислення теорій, принципів, методів і понять у сфері професійної діяльності та/або навчання	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: - концептуальних знань; - високого ступеню володіння станом питання; - критичного осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	95-100
	Відповідь містить негрубі 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		
♦ поглиблені когнітивні та практичні уміння/навички, майстерність та інноваційність на рівні, необхідному для розв'язання складних спеціалізованих задач і практичних проблем у сфері професійної діяльності або навчання	Відповідь характеризує уміння: - виявляти проблеми; - формулювати гіпотези; - розв'язувати проблеми; - обирати адекватні методи та інструментальні засоби; - збирати та логічно й зрозуміло інтерпретувати інформацію; - використовувати інноваційні підходи до розв'язання завдання	95-100
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності з негрубими 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

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	рівень умінь/навичок незадовільний	<60
Комунікація		
♦ донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень, власного досвіду та аргументації; ♦ збір, інтерпретація та застосування даних; ♦ спілкування з професійних питань, у тому числі іноземною мовою, усно та письмово	Вільне володіння проблематикою галузі. 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	95-100
	Достатнє володіння проблематикою галузі з незначними хибами. Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) з незначними хибами. Доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами	90-94
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)	74-79
	Задовільне володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-73
	Часткове володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)	65-69

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	Фрагментарне володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибамі (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
Відповідальність і автономія		
♦ управління складною технічною або професійною діяльністю чи проектами; ♦ спроможність нести відповідальність за вироблення та ухвалення рішень у непередбачуваних робочих та/або навчальних контекстах; ♦ формування суджень, що враховують соціальні, наукові та етичні аспекти; ♦ організація та керівництво професійним розвитком осіб та груп;	Відмінне володіння компетенціями менеджменту особистості, орієнтованих на: 1) управління комплексними проектами, що передбачає: - дослідницький характер навчальної діяльності, позначена вмінням самостійно оцінювати різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особисту позицію; - здатність до роботи в команді; - контроль власних дій; 2) відповідальність за прийняття рішень в непередбачуваних умовах, що включає: - обґрунтування власних рішень положеннями нормативної бази галузевого та державного рівнів; - самостійність під час виконання поставлених завдань; - ініціативу в обговоренні проблем; - відповідальність за взаємовідносини; 3) відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб, що передбачає: - використання професійно-орієнтованих навичок; - використання доказів із самостійною і правильною аргументацією; - володіння всіма видами навчальної діяльності;	95-100
♦ здатність продовжувати навчання із значним ступенем автономії	4) здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності, що передбачає: - ступінь володіння фундаментальними знаннями; - самостійність оцінних суджень; - високий рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок; - самостійний пошук та аналіз джерел інформації	
	Упевнене володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано дві вимоги)	90-94
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано шість вимог)	74-79
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано сім вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано вісім вимог)	65-69

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	Рівень відповідальності і автономії 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. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник. К.: Знання, 2010. – 386 с.
2. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності. Навч. посібн. Київ: ДУТ, 2019. 146 с.
3. Дудар В. Управління маркетингом: електронний навч. посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2022. – 85 с.
4. Ковшова І.О. Маркетинговий менеджмент: теорія, методологія, практика: монографія. / І.О. Ковшова. Київ. ФОП Вишемирський В.С., 2018. – 516 с.
5. Красовська О.Ю. Управління маркетинговими інструментами промислового підприємства: теорія, методологія та практика. Монографія. Київ: ТОВ “ДКС центр”, 2020. 290 с.
6. 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. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-1-7869>
7. 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>
8. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник / О. С. Борисенко, А. В. Шевченко, Ю. В. Фісун, О. М. Крапко. – К.: НАУ, 2022. – 204 с.

Допоміжні

1. I.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). pp.1-14. [https://conferencii.com/archive/Conferencii_2025_11\(36\).pdf](https://conferencii.com/archive/Conferencii_2025_11(36).pdf)
2. Безус Р.М. Маркетинговий менеджмент у smm / Р.М. Безус, Л.С. Крючко, С.М. Перерва. Інвестиції: практика та досвід. №21, 2021, с. 66–71. <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=7675&i=9>
3. I. Koshkalda, O. Krasovska, O. Dankeyeva, A. Riasnianska, V. Myroshnychenko. 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]: vol.21.2023. pp. 2421-2432 (Scopus) <https://refpress.org/ref-vol21-a257/>

4. Кравченко О.М., Кравченко О.А. Шуба А.А. Формування системи маркетингового менеджменту підприємства. Економіка та суспільство. Вип. 27, 2021. <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. О. Красовська, О. Чатченко, І. Кирчата, Н. Антипенко. Менеджмент "зелених" інвестицій в умовах нової глобальної архітектури // Економіка. Фінанси. Право. 2023. № 12. С. 73-76.
8. 15. 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, Volume 39, Issue 5, pp. 1-10. (Scopus) <https://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/5234>
9. Крикавський Є.В. Маркетинговий менеджмент: навч. Посібник / Є.В. Крикавський, І.О. Дейнега, О.В. Дейнега, І.Ф. Лорві. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 380 с.
10. Майовець Євген. Маркетинг: теорія та методологія : навч. посіб. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 450 с.
11. Райс Е., Траут Дж. Маркетингові війни. К.: Фабула, 2019. 240 с.
12. Kotler, Ph., Keller, K.L. (2016) Marketing Management. 15 Global Edition. Pearson. 812 p.
13. Torsten Tomczak, Sven Reinecke, Alfred Kuss (2018). Strategic Marketing: Market-Oriented Corporate and Business Unit Planning, Springer, 261 p.

Інформаційні ресурси

1. Аналітика ринків - Trends.google.com, marketfinder.thinkwithgoogle.com
2. Аналітичні інструменти компанії Google - Google analytics, Google ads , Google search console
3. Бенчмарк ключових метрик - Worldstat.com, Adstage.io
4. Верховна Рада України. URL: www.rada.gov.ua
5. Державна служба статистики. URL: <http://ukrstat.gov.ua>
6. Законодавчий сайт Верховної Ради України. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua>
7. Інформаційно-пошукова правова система «Нормативні акти України (НАУ)». URL: <http://www.nau.ua>
8. Кабінет Міністрів України. URL: www.kmu.gov.ua
9. ЛігаБізнесІнформ. URL: <http://www.liga.net.com.ua>
10. Міністерство економічного розвитку та торгівлі України. URL: www.me.gov.ua
11. Національна парламентська бібліотека України. URL: www.nplu.kiev.ua
12. Національний банк України. URL: www.nbu.gov.ua
13. Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <http://www.niss.gov.ua>
14. Офіційна сторінка Національної бібліотеки України ім. В. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua>
15. Офіційний сайт Аудиторської палати України. URL: <http://www.apu.com.ua>
16. Офіційний сайт Державної статистичної служби України. URL: www.ukrstat.gov.ua
17. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України. URL: <http://sfs.gov.ua>
18. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <http://www.minfin.gov.ua>
19. Офіційний сайт Міністерства юстиції України. URL: <http://www.minjust.gov.ua>
20. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <http://www.bank.gov.ua>
21. Офіційний сайт Президента України. URL: www.president.gov.ua
22. Офіційний сайт Української Асоціації Маркетингу. URL: <http://www.uam.in.ua>
23. Представництво Європейської комісії в Україні. URL: www.delukr.cec.eu.in
24. Представництво ООН в Україні. URL: www.un.kiev.ua

25. Ресурси наукової бібліотеки Національного технічного університету «Дніпровська політехніка». URL: <http://lib.nmu.org.ua/>.
26. Центр перспективних соціальних досліджень. URL: <http://www.cpsr.org.ua>

Навчальне видання

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Маркетинговий менеджмент»
для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньої
програми «Маркетинг», спеціальності 075 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