

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан економічного факультету

Гельман В.М.



2025

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ

підготовки бакалаврів
денної та заочної форм здобуття освіти
освітньо-професійна програма «Маркетинг»
спеціальності 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

ВИКЛАДАЧ: Линенко Андрій Володимирович, кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри управління персоналом і маркетингу

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри кафедри управління
персоналом і маркетингу

Протокол № 1 від "25" серпня 2025 р.
В.о.завідувача кафедри управління
персоналом і маркетингу

В.В.Малтиз

Погоджено

Гарант освітньо-професійної програми

Н.В.Терент'єва

2025 рік



Зв'язок із викладачем:

E-mail: konf.econom.znu@gmail.com

СЕЗН ЗНУ повідомлення: <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=13431>

Телефон: 0612287649

Інші засоби зв'язку: Telegram, Viber, Zoom за попередньою домовленістю

Кафедра управління персоналом і маркетингу, просп. Соборний, 74, п'ятий корпус
Запорізького національного університету, аудиторія 218-а (другий поверх)

1. Опис навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Оцінка ефективності маркетингових рішень» є необхідною складовою частиною циклу професійної підготовки спеціальності. Вона дає можливість опанувати основні аспекти ухвалення обґрунтованих маркетингових рішень, сформувати систему спеціальних знань у сфері оцінювання ефективності цих рішень, а також розвинути в студентів професійні якості, навички та фахове аналітичне мислення. Навчальна дисципліна «Оцінка ефективності маркетингових рішень» розрахована на студентів третього курсу бакалаврату економічного факультету.

Метою навчальної дисципліни «Оцінка ефективності маркетингових рішень» є надання системних теоретичних знань і формування відповідних практичних навичок щодо оцінки ефективності маркетингових рішень.

Завдання навчальної дисципліни «Оцінка ефективності маркетингових рішень»: з'ясування сутності та методів обґрунтування управлінських рішень у маркетинговій діяльності; вивчення характеру впливу сучасних соціально-економічних процесів на застосування маркетингу; узагальнення зарубіжної та національної практики оцінки ефективності маркетингових рішень; освоєння новітніх методичних підходів до аналізу ефективності маркетингових рішень; пошук можливостей для запровадження та реалізації нового інструментарію сучасного маркетингу; вивчення основних маркетингових ризиків та їхнього впливу на ефективність маркетингових рішень. Предметом навчальної дисципліни «Оцінка ефективності маркетингових рішень» є діяльність щодо аналізу та обґрунтованого оцінювання ефективності маркетингових рішень, а також причинно-наслідкові зв'язки в економічній діяльності, що прямо чи опосередковано впливають на сучасний маркетинг.

Навчальна дисципліна «Оцінка ефективності маркетингових рішень» належить до циклу професійної підготовки спеціальності та ґрунтується на знаннях, отриманих під час здобуття вищої освіти на першому та другому курсі бакалаврату, поглиблюючи їх. Згідно зі структурно-логічною схемою підготовки здобувачів вищої освіти ця навчальна дисципліна вивчається після опанування навчальних дисциплін «Маркетинг», «Маркетинг в фінансових установах», «Маркетинг соціальних мереж», «Міжнародний маркетинг», вона створює необхідне підґрунтя для подальшого вивчення навчальних дисциплін «Маркетингова товарна політика», «Маркетингове ціноутворення», «Міжнародна конкурентоспроможність», «Цифровий маркетинг».

Паспорт навчальної дисципліни

Нормативні показники	Денна форма здобуття освіти	Заочна форма здобуття освіти
Статус дисципліни	Обов'язкова	
Семестр	Шостий	Шостий
Кількість кредитів ECTS	5	5
Кількість годин	150	150

Нормативні показники	Денна форма здобуття освіти	Заочна форма здобуття освіти
Лекційні заняття, годин	28	8
Практичні заняття, годин	28	6
Самостійна робота, годин	94	136
Консультації	Щопонеділка та щочетверга з 15:00 до 16:00, ідентифікатор Zoom 4303684290, код доступу 1234, посилання-запрошення https://cutt.ly/uCh9UcA (дистанційно)	
Вид підсумкового семестрового контролю	Екзамен	
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=13431	

2. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

Компетентності, результати навчання	Методи навчання	Форми і методи оцінювання
ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні ЗК11. Здатність працювати в команді ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й	Репродуктивні методи навчання (лекції, пояснення, робота з навчально-методичними матеріалами) Наочні методи навчання (демонстрації та ілюстрації: алгоритми схеми, графіки) Метод проблемного викладу (постановка проблем і розкриття доказового шляху їхнього вирішення) Дискусійні методи Доповіді з презентаціями Практичні методи (складання схем, таблиць, виконання вправ тощо) Метод навчання з використанням інтернет-технологій (сучасне електронне навчання) Науково-дослідний (частково пошуковий) метод навчання	Оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти магістерського рівня здійснюється за накопичувальною стобальною шкалою, національною шкалою і шкалою ECTS Контрольні заходи: усне та письмове опитування, самостійна робота, практичні роботи, написання есе, тестова перевірка, групові ситуаційні завдання, виступи студентів із презентаціями Поточний контроль проводиться у формі усного опитування або письмового контролю на практичних заняттях, виступів студентів при обговоренні питань на практичних заняттях, а також у формі комп'ютерного тестування



Компетентності, результати навчання	Методи навчання	Форми і методи оцінювання
методичного інструментарію ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня а також особливості поведінки їх суб'єктів ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи	Самостійна робота здобувачів вищої освіти Підготовка проєктів і науково-дослідних робіт, зокрема для участі в студентських конкурсах, олімпіадах	Підсумковий контроль, а саме екзамен, зокрема за допомогою тестування

3. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Обґрунтування ефективних управлінських рішень у маркетинговій діяльності

Тема 1. Обґрунтування управлінських рішень у маркетинговій діяльності. Обґрунтування маркетингових рішень. Стратегічний маркетинг як запорука розвитку бізнесу. Стратегічне планування маркетингової діяльності.

Тема 2. Маркетингові стратегії розвитку бізнесу. Основні маркетингові стратегії розвитку бізнесу. Маркетинговий менеджмент, орієнтований на ефективність. Проєкт-маркетинг та ефективність маркетингових проєктів. Маркетинг-мікс і його ефективність.

Тема 3. Ефективність маркетингових комунікацій бізнесу. Ефективність маркетингових комунікацій. Оцінювання ефективності маркетингової цінової політики. Чинники, що впливають на ефективність маркетингової товарної політики. Маркетингова політика розподілу та забезпечення її ефективності. Ефективна реклама та зв'язки з громадськістю.

Змістовий модуль 2. Оцінка та прогнозування ефективності маркетингових рішень

Тема 4. Формування й управління маркетинговою командою. Ефективне формування й управління маркетинговою командою. Маркетинговий бюджет: обґрунтування розміру, джерел і напрямів. Прогнозування та моделювання ефективності маркетингових рішень.

Тема 5. Оцінювання ефективності маркетингових заходів. Алгоритм оцінювання ефективності маркетингових заходів. Основні етапи оцінювання ефективності маркетингових рішень. Класифікація показників ефективності маркетингової діяльності.

Тема 6. Системний підхід до оцінювання ефективності маркетингу. Системність оцінювання ефективності маркетингу. Види ефективності й ефектів, які досягаються за рахунок маркетингу. Ефект синергії в маркетинговій діяльності. Специфіка оцінювання ефективності маркетингу послуг.

Тема 7. Особливості оцінювання ефективності цифрового маркетингу. Специфіка оцінювання ефективності цифрового маркетингу. Маркетингові дослідження з метою підвищення ефективності маркетингових рішень. Маркетингові ризики та їхній вплив на ефективність маркетингових рішень.



4. Структура навчальної дисципліни

Вид заняття, роботи	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом (денна)
		денна	заочна	
Лекція	Тема 1. Обґрунтування управлінських рішень у маркетинговій діяльності	2	2	Щотижня, тиждень 1
Практичне заняття	Тема 1. Обґрунтування управлінських рішень у маркетинговій діяльності Перелік питань, завдань: обґрунтування маркетингових рішень; стратегічний маркетинг як запорука розвитку бізнесу	2		Щотижня, тиждень 1
Самостійна робота	Тема 1. Обґрунтування управлінських рішень у маркетинговій діяльності Завдання для виконання: розв'язання вправ і практичних задач, кейси, презентація власних досліджень	6	8	
Лекція	Тема 1. Обґрунтування управлінських рішень у маркетинговій діяльності	2		Щотижня, тиждень 2
Практичне заняття	Тема 1. Обґрунтування управлінських рішень у маркетинговій діяльності Перелік питань, завдань: стратегічний маркетинг як запорука розвитку бізнесу; стратегічне планування маркетингової діяльності	2	2	Щотижня, тиждень 2
Самостійна робота	Тема 1. Обґрунтування управлінських рішень у маркетинговій діяльності Завдання для виконання: розв'язання вправ і практичних задач, кейси, презентація власних досліджень	8	10	
Лекція	Тема 2. Маркетингові стратегії розвитку бізнесу	2		Щотижня, тиждень 3
Практичне заняття	Тема 2. Маркетингові стратегії розвитку бізнесу Перелік питань, завдань: основні маркетингові стратегії розвитку бізнесу; маркетинговий менеджмент, орієнтований на ефективність	2		Щотижня, тиждень 3



Вид заняття, роботи	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом (денна)
		денна	заочна	
Самостійна робота	Тема 2. Маркетингові стратегії розвитку бізнесу Завдання для виконання: розв'язання вправ і практичних задач, кейси, презентація власних досліджень	6	10	
Лекція	Тема 2. Маркетингові стратегії розвитку бізнесу	2	2	Щотижня, тиждень 4
Практичне заняття	Тема 2. Маркетингові стратегії розвитку бізнесу Перелік питань, завдань: проєкт-маркетинг та ефективність маркетингових проєктів; маркетинг-мікс і його ефективність	2		Щотижня, тиждень 4
Самостійна робота	Тема 2. Маркетингові стратегії розвитку бізнесу Завдання для виконання: розв'язання вправ і практичних задач, кейси, презентація власних досліджень	8	10	
Лекція	Тема 3. Ефективність маркетингових комунікацій бізнесу	2		Щотижня, тиждень 5
Практичне заняття	Тема 3. Ефективність маркетингових комунікацій бізнесу Перелік питань, завдань: ефективність маркетингових комунікацій; оцінювання ефективності маркетингової цінової політики	2		Щотижня, тиждень 5
Самостійна робота	Тема 3. Ефективність маркетингових комунікацій бізнесу Завдання для виконання: розв'язання вправ і практичних задач, кейси, презентація власних досліджень	6	10	
Лекція	Тема 3. Ефективність маркетингових комунікацій бізнесу	2	2	Щотижня, тиждень 6
Практичне заняття	Тема 3. Ефективність маркетингових комунікацій бізнесу Перелік питань, завдань: чинники, що впливають на ефективність маркетингової товарної політики; маркетингова політика розподілу та забезпечення її ефективності; ефективна реклама та зв'язки з	2		Щотижня, тиждень 6



Вид заняття, роботи	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом (денна)
		денна	заочна	
	громадськістю			
Самостійна робота	Тема 3. Ефективність маркетингових комунікацій бізнесу Завдання для виконання: розв'язання вправ і практичних задач, кейси, презентація власних досліджень	6	10	
Лекція	Тема 4. Формування й управління маркетинговою командою	2		Щотижня, тиждень 7
Практичне заняття	Тема 4. Формування й управління маркетинговою командою Перелік питань, завдань: ефективне формування й управління маркетинговою командою; маркетинговий бюджет: обґрунтування розміру, джерел і напрямів	2		Щотижня, тиждень 7
Самостійна робота	Тема 4. Формування й управління маркетинговою командою Завдання для виконання: розв'язання вправ і практичних задач, кейси, презентація власних досліджень	8	10	
Лекція	Тема 4. Формування й управління маркетинговою командою	2		Щотижня, тиждень 8
Практичне заняття	Тема 4. Формування й управління маркетинговою командою Перелік питань, завдань: маркетинговий бюджет: обґрунтування розміру, джерел і напрямів; прогнозування та моделювання ефективності маркетингових рішень	2	2	Щотижня, тиждень 8
Самостійна робота	Тема 4. Формування й управління маркетинговою командою Завдання для виконання: розв'язання вправ і практичних задач, кейси, презентація власних досліджень	6	10	
Лекція	Тема 5. Оцінювання ефективності маркетингових заходів	2		Щотижня, тиждень 9
Практичне заняття	Тема 5. Оцінювання ефективності маркетингових заходів Перелік питань, завдань: алгоритм оцінювання ефективності	2		Щотижня, тиждень 9



Вид заняття, роботи	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом (денна)
		денна	заочна	
	маркетингових заходів; основні етапи оцінювання ефективності маркетингових рішень			
Самостійна робота	Тема 5. Оцінювання ефективності маркетингових заходів Завдання для виконання: розв'язання вправ і практичних задач, кейси, презентація власних досліджень	6	10	
Лекція	Тема 5. Оцінювання ефективності маркетингових заходів	2		Щотижня, тиждень 10
Практичне заняття	Тема 5. Оцінювання ефективності маркетингових заходів Перелік питань, завдань: основні етапи оцінювання ефективності маркетингових рішень; класифікація показників ефективності маркетингової діяльності	2		Щотижня, тиждень 10
Самостійна робота	Тема 5. Оцінювання ефективності маркетингових заходів Завдання для виконання: розв'язання вправ і практичних задач, кейси, презентація власних досліджень	8	10	
Лекція	Тема 6. Системний підхід до оцінювання ефективності маркетингу	2		Щотижня, тиждень 11
Практичне заняття	Тема 6. Системний підхід до оцінювання ефективності маркетингу Перелік питань, завдань: системність оцінювання ефективності маркетингу; види ефективності й ефектів, які досягаються за рахунок маркетингу	2	2	Щотижня, тиждень 11
Самостійна робота	Тема 6. Системний підхід до оцінювання ефективності маркетингу Завдання для виконання: розв'язання вправ і практичних задач, кейси, презентація власних досліджень	6	10	
Лекція	Тема 6. Системний підхід до оцінювання ефективності маркетингу	2		Щотижня, тиждень 12

Вид заняття, роботи	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом (денна)
		денна	заочна	
Практичне заняття	Тема 6. Системний підхід до оцінювання ефективності маркетингу Перелік питань, завдань: ефект синергії в маркетинговій діяльності; специфіка оцінювання ефективності маркетингу послуг	2		Щотижня, тиждень 12
Самостійна робота	Тема 6. Системний підхід до оцінювання ефективності маркетингу Завдання для виконання: розв'язання вправ і практичних задач, кейси, презентація власних досліджень	6	10	
Лекція	Тема 7. Особливості оцінювання ефективності цифрового маркетингу	2		Щотижня, тиждень 13
Практичне заняття	Тема 7. Особливості оцінювання ефективності цифрового маркетингу Перелік питань, завдань: специфіка оцінювання ефективності цифрового маркетингу; маркетингові дослідження з метою підвищення ефективності маркетингових рішень	2		Щотижня, тиждень 13
Самостійна робота	Тема 7. Особливості оцінювання ефективності цифрового маркетингу Завдання для виконання: розв'язання вправ і практичних задач, кейси, презентація власних досліджень	8	8	
Лекція	Тема 7. Особливості оцінювання ефективності цифрового маркетингу	2	2	Щотижня, тиждень 14
Практичне заняття	Тема 7. Особливості оцінювання ефективності цифрового маркетингу Перелік питань, завдань: маркетингові дослідження з метою підвищення ефективності маркетингових рішень; маркетингові ризики та їхній вплив на ефективність маркетингових рішень	2		Щотижня, тиждень 14
Самостійна робота	Тема 7. Особливості оцінювання ефективності цифрового маркетингу Завдання для виконання: розв'язання вправ і практичних	6	10	



Вид заняття, роботи	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом (денна)
		денна	заочна	
	задач, кейси, презентація власних досліджень			

5. Види і зміст контрольних заходів

Вид заняття, роботи	Вид контрольного заходу	Зміст контрольного заходу	Критерії оцінювання та термін виконання	Усього балів
Поточний контроль				
Практичне заняття 1	Розв'язання вправ і практичних задач, зокрема із сучасним програмним забезпеченням, прикладні кейси, презентація результатів власних досліджень	Результати оформити за допомогою презентації, підготувати виступ із аргументами на користь обраної позиції, проаналізувати програми	Обґрунтовані рішення оцінюватимуться в 3 бали, вміння презентувати власні результати – 3 бали, здатність аргументовано переконувати на свою користь – 3 бали	9
Практичне заняття 2	Розв'язання вправ і практичних задач, зокрема із сучасним програмним забезпеченням, прикладні кейси, презентація результатів власних досліджень	Результати оформити за допомогою презентації, підготувати виступ із аргументами на користь обраної позиції, проаналізувати програми	Обґрунтовані рішення оцінюватимуться в 3 бали, вміння презентувати власні результати – 3 бали, здатність аргументовано переконувати на свою користь – 2 бали	8
Практичне заняття 3	Розв'язання вправ і практичних задач, зокрема із сучасним програмним забезпеченням, прикладні кейси, презентація результатів власних досліджень	Результати оформити за допомогою презентації, підготувати виступ із аргументами на користь обраної позиції, проаналізувати програми	Обґрунтовані рішення оцінюватимуться в 3 бали, вміння презентувати власні результати – 3 бали, здатність аргументовано переконувати на свою користь – 3 бали	9
Практичне заняття 4	Розв'язання вправ і практичних задач, зокрема із сучасним програмним забезпеченням, прикладні кейси, презентація результатів власних досліджень	Результати оформити за допомогою презентації, підготувати виступ із аргументами на користь обраної позиції, проаналізувати програми	Обґрунтовані рішення оцінюватимуться в 3 бали, вміння презентувати власні результати – 3 бали, здатність аргументовано переконувати на свою користь – 2 бали	8
Практичне	Розв'язання вправ і	Результати оформити	Обґрунтовані рішення	9

Вид заняття, роботи	Вид контрольного заходу	Зміст контрольного заходу	Критерії оцінювання та термін виконання	Усього балів
заняття 5	практичних задач, зокрема із сучасним програмним забезпеченням, прикладні кейси, презентація результатів власних досліджень	за допомогою презентації, підготувати виступ із аргументами на користь обраної позиції, проаналізувати програми	оцінюватимуться в 3 бали, вміння презентувати власні результати – 3 бали, здатність аргументовано переконувати на свою користь – 3 бали	
Практичне заняття 6	Розв'язання вправ і практичних задач, зокрема із сучасним програмним забезпеченням, прикладні кейси, презентація результатів власних досліджень	Результати оформити за допомогою презентації, підготувати виступ із аргументами на користь обраної позиції, проаналізувати програми	Обґрунтовані рішення оцінюватимуться в 3 бали, вміння презентувати власні результати – 3 бали, здатність аргументовано переконувати на свою користь – 2 бали	8
Практичне заняття 7	Розв'язання вправ і практичних задач, зокрема із сучасним програмним забезпеченням, прикладні кейси, презентація результатів власних досліджень	Результати оформити за допомогою презентації, підготувати виступ із аргументами на користь обраної позиції, проаналізувати програми	Обґрунтовані рішення оцінюватимуться в 3 бали, вміння презентувати власні результати – 3 бали, здатність аргументовано переконувати на свою користь – 3 бали	9
Усього за поточний контроль				60
Підсумковий контроль				
Екзамен	Теоретичний підсумковий контроль як усна відповідь на екзамені, що передбачає розгорнуте висвітлення питань і розв'язання тестових завдань	Перелік питань міститься на сторінці навчального курсу «Оцінка ефективності маркетингових рішень» у СЕЗН ЗНУ: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=13431	Усна відповідь на екзамені, що передбачає розгорнуте висвітлення питань (максимум 20 балів) та розв'язання 10 тестових завдань (максимум 10 балів)	30
	Підсумкове практичне завдання щодо розв'язання задач	Типові задачі містяться на сторінці навчального курсу «Оцінка ефективності маркетингових рішень» у СЕЗН ЗНУ: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=13431	За розв'язання 2 задач передбачається 10 балів (максимум 5 балів за кожную)	10



Вид заняття, роботи	Вид контрольного заходу	Зміст контрольного заходу	Критерії оцінювання та термін виконання	Усього балів
		ua/course/view.php?id=13431		
Усього за підсумковий контроль				40

Шкала оцінювання ЗНУ: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90-100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85-89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75-84 (добре)		
D	70-74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60-69 (достатньо)		
FX	35-59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1-34 (незадовільно – з обов’язковим повторним курсом)		

6. Основні навчальні ресурси

1. Burnett J. Introducing Marketing. 2019. 291 p. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi64/0047434.pdf>.
2. Doole I., Lowe R., Kenyon A. International Marketing Strategy: Analysis, Development and Implementation. 9th ed. Andover : Cengage, 2022. 511 p. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi71/0052042.pdf>.
3. Lynenko A., Kasian S., Kaplun V. Development of logistics and effective marketing communications of holding companies on international markets. *Економічний вісник державного вищого навчального закладу «Український державний хіміко-технологічний університет»*. 2023. № 2. С. 93–99.
4. Principles of Marketing. Minneapolis : University of Minnesota Libraries Publishing, 2021. 519 p. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi64/0047435.pdf>.
5. Promotion and Marketing Communications / edited by U. Ayman, A. K. Kaya. London : IntechOpen, 2020. 193 p. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi72/0052811.pdf>.
6. Зозульов О. В., Царьова Т. О., Гавриш Ю. О. Маркетинг: навчально-методичний комплекс : навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 298 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi73/0053868.pdf>.
7. Линенко А. В., Білобородько Я. П., Солоненко І. Р. Проблеми оцінювання ефективності маркетингових рішень у розрізі кризи воєнного стану. *Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності* : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. м. Запоріжжя, 10-11 травня 2023 р. Запоріжжя : Запорізька політехніка, 2023. С. 245–247.
8. Линенко А. В., Дяченко О. А. Особливості оцінювання маркетингових рішень у банківській діяльності. *Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності* : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. м. Запоріжжя, 10-11 травня 2023 р. Запоріжжя : Запорізька політехніка, 2023. С. 247–249.
9. Линенко А. В., Жижома Я. І. Problems and prospects for the development of

marketing communications in financial institutions in the wake of digitalization in the minds of the russian-Ukrainian war. *Majesty of Marketing* : матеріали XIX міжнар. наук.-практ. конф. м. Дніпро, 7 грудня 2023 р. Дніпро : Дніпровська політехніка, 2023. С. 251–252.

10. Маркетинг : навч. посіб. / А. В. Гевчук, Н. В. Поліщук, А. М. Танасійчук та ін. Вінниця : Меркьюрі-Поділля, 2019. 290 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi73/0053866.pdf>.

11. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник / за заг. ред. Н. Є. Летуновської, Л. М. Хоменко. Суми : Сумський державний університет, 2021. 259 с.

12. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / за ред. О. П. Косенко. Харків : Оберіг, 2023. 1155 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi71/0052013.pdf>.

13. Маркетингові комунікації : підручник / Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва та ін. ; під заг. ред. Н. В. Попової. Харків : Факт, 2020. 315 с. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi64/0047901.pdf>.

14. Новосельчук Н. Є. Зовнішня реклама у міському просторі – проблемні питання та рекомендації щодо розташування. Науковий вісник будівництва. 2020. № 2 (100). С. 65–72. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/2021/NVB/NVB2020n2/12.pdf>.

15. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика : підручник. Луцьк : Волиньполіграф, 2022. 408 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi71/0052126.pdf>.

16. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посіб. Львів : Львівський нац. ун-т ім. Івана Франка, 2020. 347 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi73/0053867.pdf>.

17. Янчук Т. В., Любінчак К. Р. Прямий маркетинг в Україні: основні проблеми та перспективи розвитку. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 43. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1768>.

Інформаційні ресурси

1. Ukrainian Association of Direct Marketing. URL: <http://www.uadm.com.ua> (дата звернення: 25.08.2025).

2. Єдина платформа для маркетингу та продажів. URL: <https://sendpulse.ua> (дата звернення: 25.08.2025).

3. Законодавство України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/index> (дата звернення: 25.08.2025).

4. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 25.08.2025).

5. Українська асоціація маркетингу. URL: <https://uam.in.ua/ukr> (дата звернення: 25.08.2025).

6. Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua> (дата звернення: 25.08.2025).

7. Яким повинен бути ефективний маркетинг. URL: <https://www.s-media.com.ua/articles/entry/yakim-povinen-buti-efektivniy-marketing> (дата звернення: 25.08.2025).

7. Регуляції і політики курсу

Відвідування занять і регуляція пропусків

Відвідування всіх занять є обов'язковим. Ліквідація студентами заборгованості з пропущених занять здійснюється за окремим графіком або під час консультацій.

Політика академічної доброчесності

Студенти, що вдалися до списування, плагіату чи інших проявів недоброчесної поведінки за написання есе, отримують нуль балів відповідно до Кодексу академічної доброчесності Запорізького національного університету:

https://www.znu.edu.ua/docs/kodeks_akadem_chnoyi_dobrochesnost____.pdf

Використання комп'ютерів і мобільних телефонів на занятті

Під час занять користуватися мобільними телефонами, ноутбуками, планшетами та іншими персональними гаджетами дозволяється виключно за умови застосування їх в навчальних цілях. Під час виконання контрольних заходів (наприклад, тестів) використання гаджетів дозволяється виключно за умови застосування їх для налагодження комунікації із викладачем. У разі порушення цієї заборони відповідний вид контрольного заходу оцінюється у нуль балів.

Комунікація

Комунікація викладача зі студентами здійснюється за допомогою повідомлень у СЕЗН ЗНУ, на електронну пошту викладача, в месенджерах Telegram і Viber. Викладач відповідатиме на запити студентів у термін до трьох робочих днів. Запитання студентів мають стосуватися вивчення курсу «Дослідження міжнародних ринків» і бути чіткими та лаконічними.

Визнання результатів неформальної та інформальної освіти

Право на визнання результатів навчання у неформальній, інформальній освіті поширюється на здобувачів вищої освіти всіх рівнів:

https://sites.znu.edu.ua/navchalnyj_viddil/normatyvna_basa/polozhennya_znu_pro_porya_dok_viznannya_rezul_tat_v_navchannya.pdf

За наявності сертифіката (свідоцтва, програми тощо) про проходження онлайн-курсу, тренінгу, вебінару, курсу підвищення кваліфікації та ін. з тематики (однієї з тем, змістового модуля) навчальної дисципліни залежно від кількості прослуханих годин (здобутих кредитів) здобувачу може бути нараховано до 35 балів. Дотичність тематики, відповідність досягнутих результатів навчання та кількість додаткових балів визначаються викладачем. Документи, що підтверджують участь здобувача у відповідних заходах, мають бути подані викладачу до початку сесії.

Додаткова інформація

Графік освітнього процесу 2025-2026 навчального року доступний за адресою:

<https://surl.li/vlweoj>

Навчальний процес та забезпечення якості освіти. Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь (атестації, заліки, іспити та інші форми контролю) є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до Положення про організацію та методику проведення поточного та підсумкового семестрового контролю навчання студентів ЗНУ:

<https://surl.li/wdzjrl>

Повторне вивчення дисциплін, відрахування. Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (в тому числі проходження практики чи виконання курсової роботи) за результатами однієї екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне вивчення зазначених навчальних дисциплін. Порядок повторного вивчення визначається Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ:

<https://surl.lu/hfjbya><https://surl.lu/hfjbya>

Вирішення конфліктів. Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, регламентуються Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ:

<https://surl.li/qgacqa><https://surl.li/qgacqa>

Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ:

<https://surl.li/unwzzm><https://surl.li/unwzzm>

Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ:

<https://surl.lu/xkxmuz><https://surl.lu/xkxmuz>

Психологічна допомога. Телефон довіри практичного психолога Марті Ірини Вадимівни 0612281584, 0992537873 (щоденно з 9:00 до 21:00).

Уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції Запорізького національного університету Банах Віктор Аркадійович, гаряча лінія 0612271276, факс 0612271288, v_banakh@znu.edu.ua

Рівні можливості та інклюзивне освітнє середовище. Центральні входи усіх навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Якщо вам потрібна спеціалізована допомога, будь ласка, зателефонуйте 0612287511 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ:

<https://surl.li/ivcwih><https://surl.li/ivcwih>

Ресурси для навчання

Наукова бібліотека

<http://library.znu.edu.ua>

Графік роботи абонементів: понеділок-п'ятниця з 8:00 до 16:00.

Система електронного забезпечення навчання ЗНУ:

<https://moodle.znu.edu.ua>

Якщо забули пароль або логін, надішліть листа з темою «Забув пароль/логін» за адресою:

moodle.znu@znu.edu.ua

У листі вкажіть: прізвище, ім'я, по батькові українською мовою, шифр групи, електронну адресу.

Якщо ви вказували електронну адресу в профілі СЕЗН ЗНУ, то використовуйте посилання для відновлення паролю:

<https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015>

Центр інтенсивного вивчення іноземних мов:

<http://sites.znu.edu.ua/child-advance>