

Рекомендована література

1. Маркетинг [Електронний ресурс]: навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
2. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посіб Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
3. Маркетинг: робочий зошит [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студентів спеціальності 073 “Менеджмент” / Зозульов О.В., Царьова Т.О., Гавриш Ю.О.; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2024. 96 с.
4. Борисяк Олена, Іванечко Неля. Формування цифрового комунікативного середовища для надання енергетичних послуг на основі кліматично-нейтрального розвитку. *Бізнес Інформ*. Харків, 2021. №3. С. 44–50.
5. Литвиненко О.В. Цифрові стратегії в маркетингу. Київ: Наукова думка, 2020. 280 с.
6. Котлер Філіп. Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які має знати кожен менеджер. Альпіна Паблішер Україна, 2021. 252 с.
7. Метеленко Н.Г., Оглобліна В.О., Голомб В.В., Сіліна І.В., Ткаченко Є.Ю. Маркетинг: навчально-методичний посібник для здобувачів першого ступеня вищої освіти (бакалавра) спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок» освітньо-професійної програми «Фінанси держави та підприємницьких структур». Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2025. 188 с.
8. Оглобліна В.О., Хацер М.В. Маркетинг як ключовий елемент сучасного розвитку аграрної сфери економіки України. Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент: матеріали І міжнарод. наук.–практ. конф. (12-13 лютого 2020р.): у 2 ч. Запоріжжя: ЗНУ, 2020. Ч.1. с. 270–273.
9. Метеленко Н.Г., Оглобліна В.О., Нетяга А.В. Методи цифрового маркетингу промислового підприємства під час війни: ефективність та безпека маркетингових дій. Інженерні інновації та розбудова національної економіки: матеріали І міжнарод. наук.–практ. конф. Інженер. навч.–наук. ін.–ту ім. Ю. М. Потебні ЗНУ (09–10 трав. 2024р., м. Запоріжжя) / наук. ред. Н. Г.Метеленко. Одеса : Олді+, 2024. С. 149–154.
10. Оглобліна В.О., Лисенко А.П., Панас О.Г. Формування маркетингової програми промислового підприємства в умовах цифрової трансформації. Інженерні інновації та розбудова національної економіки: матеріали І міжнарод. наук.–практ. конф. Інженер. навч.–наук. ін.–ту ім. Ю. М. Потебні ЗНУ (09–10 трав. 2024р., м. Запоріжжя) / наук. ред. Н. Г.Метеленко. Одеса : Олді+, 2024. С. 195–199.
11. Окрепкий Р.Б. Упровадження концепції маркетингового управління в діяльність підприємств міського електротранспорту. *Галицький економічний вісник*. 2020. № 1. С. 118–131.
12. Тищенко О.М. Цифровий маркетинг: сучасні інструменти просування бізнесу. Київ: Видавничий дім “КМ-БУКС”, 2020. 248 с.

13. Janch J. Duct Tape Marketing: The World's Most Practical Small Business Marketing Guide. New York: Portfolio, 2021. 304 c.
14. Krasniak M., Zimmerman J., Ng D. Social Media Marketing All-in-One for Dummies. New York: Wiley, 2021. 784 c.
15. Khan M. A. et al. Do institutional quality, innovation and technologies promote financial market development? *European Journal of International Management*. 2024. T. 22. №.3. C.484-507. URL: <https://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/EJIM.2024.136453>
16. Metelenko N.G., Popova A.O., Ogloblina V.O. Business glusterization and marketing during a full-scale war in Ukraine. XLIII International scientific and practical conference «Modern Challenges and Achievements of the Scientific Community of the 21st century» (October 16-18, 2024) Narva, Estonia. International Scientific Unity, 2024. 178 p, 87-91.