

**ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж  
Державного торговельно-економічного університету»**

**Циклова комісія економіки, управління та адміністрування**

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ**

**Маркетингові комунікації**

повна назва навчальної дисципліни

для підготовки  
здобувачів освіти  
ступеня

**фаховий молодший бакалавр**

фаховий молодший бакалавр, молодший бакалавр, бакалавр

галузі знань

**07 Управління та адміністрування**

шифр і назва галузі знань

спеціальності

**075 Маркетинг**

код і найменування спеціальності

освітньо-професійної  
програми

**Комерційна діяльність**

назва освітньо-професійної програми

**Харків, 2024 рік**

Розробник: Болотова Тетяна Миколаївна, викладач циклової комісії економіки, управління та адміністрування, спеціаліст вищої категорії, кандидат економічних наук

Гарант освітньо-професійної програми: Мітяєва Тетяна Леонідівна, викладач циклової комісії економіки, управління та адміністрування, спеціаліст вищої категорії, кандидат економічних наук, доцент

Методичні рекомендації обговорено та схвалено на засіданні циклової комісії економіки, управління та адміністрування, протокол від \_\_\_\_\_ 2024 р. № .

Голова циклової комісії \_\_\_\_\_  
підпис

Марина МЕЛЬНИЧУК  
ім'я та прізвище

Програму розглянуто та затверджено на засіданні методичної комісії, протокол від 01.09.2024 р. № 1.

Голова методичної комісії \_\_\_\_\_  
підпис

Олена ЗОЛОТУХІНА  
ім'я та прізвище

## ЗМІСТ

Вступ	4
1. Загальні положення	6
2. Структура курсової роботи	8
3. Порядок виконання курсової роботи	9
4. Оцінювання якості виконання курсової роботи	13
5. Рекомендовані тематичні напрямки курсових робіт	17
6. Вимоги до оформлення роботи	18
Рекомендована література (основна, допоміжна)	20

## ВСТУП

Для отримання здобувачами глибоких знань і дослідницьких навичок у навчальному процесі використовуються різні форми аудиторної й позааудиторної самостійної роботи. Важливе місце серед них займає написання й захист курсової роботи.

Метою курсової роботи є систематизація, закріплення й розширення теоретичних і практичних знань з навчальної дисципліни «Маркетингові комунікації», а також виявлення ступеня підготовленості здобувачів до самостійної дослідницької роботи. Виконання курсової роботи дає можливість кожному здобувачу самостійно провести наукове дослідження з обраної теми, навчитися ясно й логічно викладати й обґрунтовувати свою думку, робити висновки й узагальнення. Під час захисту курсової роботи здобувачі здобувають досвід проведення наукової дискусії й аргументації своєї позиції. Курсова робота виконується самостійно при консультуванні викладачем протягом вивчення дисципліни відповідно до графіка навчального процесу.

Маркетингові комунікації - це одна з ключових дисциплін, яка дозволяє вирішувати складні завдання в умовах нестабільності ринку, конкурентної боротьби та високих технологічних вимог. Важливим елементом вивчення цієї дисципліни є написання курсової роботи, яка дає можливість здобувачам засвоїти необхідні навички та методи маркетингових комунікацій, а також розкрити актуальні проблеми та перспективи їх вирішення. В цьому контексті методичні рекомендації до написання курсової роботи стають надзвичайно важливим інструментом, який допомагає здобувачам правильно структурувати та виконати своє завдання.

Курсова робота з дисципліни «Маркетингові комунікації» дозволить здобувачам освоїти сучасні теорії та методології, а також виявити їх

можливості та переваги, при виконанні роботи і аналізі окремих аспектів предмета дослідження здобувач повинен використовувати відомості про новітні досягнення в галузі маркетингових комунікацій, підходи до визначення та обґрунтування висновків і рекомендацій. Розкривати зміст теми необхідно, ґрунтуючись на сучасних досягненнях науки в області маркетингових комунікацій.

Методичні рекомендації мають на меті допомогти здобувачам в написанні курсової роботи з дисципліни. Вони охоплюють всі аспекти підготовки та написання курсової роботи, починаючи від вибору теми і закінчуючи захистом роботи. Крім того, вони містять конкретні поради та рекомендації, які допоможуть здобувачам правильно структурувати свою роботу та виконати її відповідно до вимог викладача та наводяться практичні дані щодо конкретного досліджуваного підприємства.

Виконання курсової роботи суттєво підвищує якість підготовки, прищеплює навички самостійного вирішення важливих науково-практичних завдань. Ця форма атестації здобувача є вагомим фактором активізації самостійної роботи, в яку впроваджуються елементи наукового дослідження.

Науковий рівень завдань, грамотність викладення матеріалу, правильність оформлення, вміння здобувача в процесі захисту обґрунтувати і довести правомірність наведених у роботі тверджень покликані розкрити рівень сформованості загальних (ключових) та професійних компетенцій, набутих здобувачем у процесі опанування навчального матеріалу.

## РОЗДІЛ 1

### ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Курсова робота – це робота, яка містить результати теоретичних узагальнень, аналітичних досліджень та виконується з фундаментальних або фахових навчальних дисциплін.

Метою курсової роботи є систематизація, закріплення і розширення теоретичних і практичних знань з дисципліни «Маркетингові комунікації», вміння застосовувати їх у разі вирішення конкретних наукових, технічних, економіко-комерційних, соціальних і виробничих завдань.

Підготовка курсової роботи передбачає виконання здобувачами таких завдань:

- поглиблення та узагальнення теоретико-методологічних засад з обраного напрямку дослідження;
- розвиток вмінь застосовувати знання та навички, які здобувачі одержують в процесі навчання, при комплексному вирішенні конкретних наукових і практичних проблем фахової спрямованості;
- формування вмінь самостійно працювати з навчальною і науковою літературою, а також використовувати довідкову, нормативну та статистичну джерельну базу;
- сприяння використанню сучасних інформаційних засобів та технологій;
- розвиток творчої ініціативи, самостійності, вміння формулювати і аргументувати власну позицію;
- підготовку до підсумкової атестації.

Практична значущість написання курсової роботи полягає в забезпеченні реальності її результатів для потреб практики. Реальною

вважається робота, результати якої повністю або частково можуть бути впроваджені в практику діяльності якогось підприємства.

У процесі виконання курсової роботи, разом з теоретичними знаннями, отриманими в процесі навчання, здобувач повинен продемонструвати здібності та вміння творчо мислити, навчитися вирішувати актуальні науково-прикладні задачі.

Виконання курсової роботи складається з таких основних етапів:

- 1) визначення напрямку дослідження та вибір і затвердження теми та плану курсової роботи;
- 2) опрацювання фахових літературних джерел та проведення дослідження;
- 3) оформлення курсової роботи згідно встановлених вимог;
- 4) підготовка до публічного захисту та захист роботи.

## РОЗДІЛ 2

### СТРУКТУРА КУРСОВОЇ РОБОТИ

Якість виконання курсової роботи залежить не лише від вдалого добору необхідних матеріалів, але й від їх вмілого використання, систематичності та послідовності викладення.

Курсова робота повинна бути логічно побудованою, послідовно викладеною та завершеною. Виконуючи курсову роботу, здобувач має чітко розуміти її структуру (композицію) та основний зміст, уявлення про які формуються під час вивчення літературних джерел та уточнення проблематики дослідження. Всі частини курсової роботи повинні бути взаємопов'язані та логічно доповнювати одна одну.

Курсова робота повинна мати чітку та логічну структуру з такими складовими [4]:

- титульний аркуш;
- завдання;
- зміст;
- перелік умовних позначень, символів, одиниць, скорочень і термінів (за необхідності);

- вступ ;
- основна частина;
- висновки;
- список використаних джерел;
- додатки (за необхідності).

Вступ за обсягом не повинен перевищувати 2-3 сторінки. У ньому обґрунтовується актуальність обраної теми, її теоретичне й практичне значення. Необхідно визначити мету й завдання курсової роботи.

Основна частина роботи повинна складатися з двох розділів, у яких висвітлюються ключові питання обраної теми дослідження. Розділи повинні бути логічно пов'язані між собою й можуть включати підрозділи, пункти й підпункти.

Висновки до курсової роботи (1-2 сторінки) є узагальненням автора курсової роботи за всіма ключовими питаннями теми. Висновки повинні бути лаконічними, чіткими й у стислій формі відобразити суть проблеми, яка досліджується.

Список використаних джерел повинен включати всі літературні джерела, які були використані при написанні роботи.

У додатки можуть бути включені матеріали, що є копією документів, звітів, або розрахункові таблиці, узагальнюючі схеми чи діаграми. При наявності кількох додатків оформлюється окрема сторінка з назвою "ДОДАТКИ".

### **РОЗДІЛ 3**

#### **ПОРЯДОК ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ**

Виконання курсової роботи охоплює такі етапи:

- 1) Ознайомлення з запропонованим базовим переліком рекомендованих тем курсових робіт, вибір та затвердження теми дослідження;
- 2) Добір та аналіз літератури за обраною темою, складання попереднього плану курсової роботи з подальшим його коригуванням;
- 3) Написання та оформлення курсової роботи згідно з вимогами;
- 4) Подання роботи на перевірку керівнику;

5) Ознайомлення з зауваженнями викладача, виправлення помилок (за їх наявності), повторне подання курсової роботи;

б) захист курсової роботи.

Вибір теми курсової роботи здійснюється здобувачем самостійно або тема призначається керівником згідно з базовим переліком рекомендованої тематики робіт.

Зазначений перелік не є вичерпним, здобувач може самостійно сформулювати тему курсової роботи та з відповідним обґрунтуванням згодити її з науковим керівником і головою циклової комісії. При цьому обов'язковою умовою є актуальність запропонованої теми та її практичне значення.

Затвердження обраної теми курсової роботи охоплює погодження теми з науковим керівником, закріплення її за здобувачем і затвердження головою циклової комісії. Коригування обраної теми може здійснюватися лише керівником курсової роботи, а заміна обраної теми на іншу може проводитися тільки з дозволу керівника та за наявності підстав для нього. Важливим на даному етапі виконання курсової роботи є розробка попереднього плану дослідження з наступним його коригуванням.

Підбір літератури й складання плану здійснюється таким чином: здобувач самостійно або за допомогою керівника підбирає літературу за темою. Не слід обмежуватись тільки списком літератури, що рекомендується, наведених у даних методичних рекомендаціях. Цей список доцільно використати для попереднього ознайомлення з розглянутою проблемою. При підборі літератури доцільно використати систематичні й тематичні каталоги бібліотек, списки опублікованих за окремі роки матеріалів у періодичних виданнях з питань економіки й маркетингу, які публікуються в останніх номерах цих видань. Після попереднього аналізу джерел та відповідно до рекомендованої структури курсової роботи необхідно уточнити план роботи,

який подається на перевірку та узгодження керівникові. Вдало складений план значно полегшує виконання курсової роботи, дозволяє логічно пов'язати проблеми, що виявлені в ході дослідження.

Вимоги до оформлення курсової роботи наведені у ДСТУ 3008:2015 «Інформація та документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлення» [6]. Оформлення списку використаних джерел курсової роботи здійснюється згідно з ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання» [7].

Подання роботи на перевірку викладачу здійснюється здобувачем відповідно до графіка захисту курсових робіт. До перевірки приймається робота, виконана та оформлена згідно з вимогами. За результатами перевірки керівником готується висновок, де вказуються всі зауваження щодо змісту, структури та оформлення роботи й зазначається її попередня оцінка.

У разі позитивного висновку керівника курсова робота допускається до захисту. Ознайомлення з зауваженнями викладача, виправлення помилок (за їх наявності), повторне подання курсової роботи. Якщо подана на перевірку робота потребує виправлень, уточнень і не може бути допущена до захисту, її повертають безпосередньо здобувачеві на доопрацювання. Повторно після доопрацювання курсова робота подається на перевірку обов'язково з первісним висновком керівника.

До захисту курсової роботи здобувач повинен підготувати коротку доповідь щодо мети, змісту і результатів дослідження, обґрунтувати висновки і пропозиції, а також презентацію. Якщо в рецензії керівника містяться зауваження та вказуються недоліки виконаної роботи, необхідно дати відповіді на зауваження керівника та виправити недоліки.

Захист курсової роботи відбувається на засіданні комісії. У процесі захисту роботи здобувач коротко (7-10 хвилин) повідомляє основні положення

та результати дослідження, дає пояснення по суті зауважень, відповідає на запитання комісії.

Процедура захисту дозволяє виявити, наскільки глибоко здобувачем було проведено дослідження, дає можливість визначити рівень обґрунтованості рекомендацій та висновків.

За підсумками захисту комісією після обговорення рівня виконання та захисту курсової роботи виставляється остаточна оцінка. Оцінка курсової роботи здійснюється з урахуванням повноти розкриття досліджуваної проблеми, обґрунтованості висновків і пропозицій, оформлення результатів дослідження, повноти та точності відповідей здобувача на запитання.

## РОЗДІЛ 4

### ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

У процесі захисту курсової роботи оцінюється глибина знань здобувача в досліджуваній галузі, його вміння вести дискусію, обґрунтовувати та відстоювати власну точку зору, відповідати на запитання. Узагальнені критерії оцінювання захисту курсової роботи та деталізовані бальні шкали наведено в таблиці 4.1.

Таблиця 4.1 – Параметри та критерії оцінювання курсової роботи

Параметри оцінювання	Діапазон оцінки, балів	Критерії оцінювання за бальною шкалою
<b>Оцінювання якості курсової роботи</b>	<b>0 - 60</b>	
1. Відповідність змісту курсової роботи темі та затвердженому плану	0-10	0 – зміст жодного з параграфів курсової роботи не відповідає затвердженому плану
		2 – зміст одного параграфу курсової роботи відповідає затвердженому плану
		5 – зміст двох параграфів курсової роботи відповідає затвердженому плану
		10 – зміст усіх параграфів курсової роботи відповідає затвердженому плану
2. Ступінь розкриття теоретичних аспектів проблеми, обраної для дослідження, та коректність використання понятійного апарату	0-10	0 – понятійний апарат не сформовано; теоретичні аспекти проблеми не розкриті
		2 – понятійний апарат сформовано, але теоретичні аспекти проблеми не розкриті
		5 – понятійний апарат сформовано, теоретичні аспекти проблеми розкриті частково
		10 – понятійний апарат сформовано, теоретичні аспекти проблеми розкриті
3. Наявність критичних співставлень та узагальнень різних підходів до постановки та розв'язання питання	0-10	0 – критичні співставлення та узагальнення відсутні
		5 – критичні співставлення наявні, але узагальнення відсутні або некоректні
		10 – критичні співставлення наявні та супроводжені коректними узагальненнями

## Продовження таблиці 4.1

Параметри оцінювання	Діапазон оцінки, балів	Критерії оцінювання за бальною шкалою
4. Ступінь використання фактологічного матеріалу; висвітлення особливостей прояву та розв'язання досліджуваного питання у практиці вітчизняних підприємств	0-10	0 – фактологічний матеріал не використаний
		5 – залучений фактологічний матеріал, особливості прояву та розв'язання проблеми на вітчизняних підприємствах не висвітлені
		10 – залучений фактологічний матеріал, досвід вітчизняних підприємств висвітлений
5. Обсяг та адекватність використаних при написанні роботи першоджерел та дотримання етики посилань	0-10	0 – залучені матеріали лише навчальних підручників та посібників (до 10 джерел), етика посилань не дотримана
		5 – залучені матеріали навчальних підручників та посібників, періодичних видань (11-15 джерел), етика посилань дотримана частково
		10 – залучені матеріали навчальних підручників та посібників, монографій, статистичних збірників та довідників, періодичних видань та мережі Internet (більше 15 джерел), етика посилань дотримана
6. Відповідність оформлення курсової роботи встановленим вимогам	0-10	0 – текст курсової роботи оформлено з суттєвими порушеннями встановлених вимог
		5 - текст курсової роботи оформлено з незначними порушеннями встановлених вимог
		10 - текст курсової роботи оформлено у відповідності до встановлених вимог
<b>Оцінювання захисту курсової роботи</b>	<b>0 – 40</b>	
1. Вміння чітко та стисло викласти основні результати дослідження	0-15	0 – здобувач неспроможний чітко та стисло викласти основні результати дослідження
		10 – здобувач невпорядковано викладає основні результати дослідження
		15 – здобувач спроможний чітко та стисло викласти основні результати дослідження

## Закінчення таблиці 4.1

Параметри оцінювання	Діапазон оцінки, балів	Критерії оцінювання за бальною шкалою
2. Використання роздаткового ілюстративного матеріалу	0-10	0 – роздатковий ілюстративний матеріал не використано
		10 – доповідь супроводжена роздатковим ілюстративним матеріалом
3. Повнота, глибина, обґрунтованість відповідей на питання	0-15	0 – здобувач неспроможний надати відповіді на поставлені питання
		10 – здобувач надає неповні, поверхові, необґрунтовані відповіді на поставлені питання
		15 – здобувач надає повні, глибокі, обґрунтовані відповіді на поставлені питання

Остаточне оцінювання рівня виконання, презентації та захисту курсової роботи здійснюється за 100-бальною шкалою, що враховує:

- 1) попереднє оцінювання якості курсової роботи науковим керівником – 0-60 балів;
- 2) оцінювання захисту курсової роботи – 0-40 балів.

Після чого дані 100-бальної шкали ВСП «ХТЕФК ДТЕУ» оцінювання переводяться в шкалу за системою ECTS за критеріями, наведеними в таблиця 4.2.

Таблиця 4.2 – Критерії оцінювання знань здобувачів

Визначення	За шкалою ВСП «ХТЕФК ДТЕУ»
Відмінно – відмінне виконання роботи або відповідь без помилок	90-100
Дуже добре – виконання роботи з незначними помилками (до 5%)	82-89
Добре – взагалі правильна робота, відповідь з кількома незначними помилками (до 10%)	75-81

Закінчення таблиці 4.2

Визначення	За шкалою ХТЕІ КНТЕУ
Задовільно – непогано, але з певною кількістю помилок, які не заважають достатньо повному висвітленню питання, відповіді (до 25%)	69-74
Достатньо – виконання робіт задовольняє мінімальні критерії для позитивної оцінки (до 40%)	60-68
Незадовільно – потрібно доопрацювати матеріал для отримання позитивної оцінки	35-59
Незадовільно – необхідна подальша робота для отримання позитивної оцінки	1-34

Рішення щодо оцінки курсової роботи оголошується в той самий день, після чого оцінка записується на титульному аркуші курсової роботи та проставляється в екзаменаційну відомість та індивідуальний план здобувача.

Здобувач, який не був допущений до захисту курсової роботи або без поважної причини вчасно не подав курсову роботу / не з'явився на захист у визначений термін, не допускається до складання екзамену з навчальної дисципліни на сесії.

Перевірка курсової роботи на академічний плагіат здійснюється засобами, визначеними у Положенні про дотримання академічної доброчесності педагогічними працівниками та здобувачами освіти Коледжу [5].

## РОЗДІЛ 5

### РЕКОМЕНДОВАНІ ТЕМАТИЧНІ НАПРЯМКИ КУРСОВИХ РОБІТ

Тематика курсових робіт з дисципліни «**Маркетингові комунікації**» для здобувачів спеціальності 075 Маркетинг освітньо-професійної програми «Комерційна діяльність» відповідає запланованим результатам навчання, наведеним у робочій програмі навчальної дисципліни та містить наступні теми:

1. Реклама та зв'язки з громадськістю на промисловому ринку.
2. Особливості сегментації промислового ринку.
3. Особливості дослідження поведінки корпоративних споживачів.
4. Основні елементи реалізації процесу просування товарів виробничого призначення.
5. Основні елементи реалізації процесу просування споживчих товарів.
6. Аналіз напрямків та методів маркетингових досліджень на промисловому підприємстві.
7. Основні чинники, що впливають на формування комплексу просування підприємства.
8. Інтерактивні комунікативні технології в маркетингу.
9. Реклама як основний інструмент маркетингової комунікації на споживчому ринку.
10. Місце публік рілейшнз в комплексі просування.
11. Особливості здійснення персональних продажів.
12. Комунікативний інструментарій створення іміджу підприємства (товару).
13. Організація виставково-ярмаркової діяльності промислових підприємств.
14. Управління торговим персоналом у процесі персональних продажів.

15. Ефективність виставкової діяльності і способи її оцінювання.
16. Оцінка ефективності комунікаційної політики підприємства.
17. Особливості здійснення стимулювання збуту на різних етапах життєвого циклу товару.
18. Спонсорство як елемент комунікаційної політики підприємства.
19. Зв'язки з громадськістю як важлива складова формування іміджу підприємства.
20. Брендинг як сучасний засіб маркетингової комунікації.
21. Процес здійснення BTL-акцій.
22. Процес підготовки та проведення заходів стимулювання збуту.
23. Методи визначення бюджету маркетингових комунікацій підприємства.
24. Процес планування інтегрованих маркетингових комунікацій підприємства.
25. Оцінка ефективності маркетингових комунікацій підприємства

## **РОЗДІЛ 6**

### **ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ РОБОТИ**

Поряд з перерахованими вимогами робота повинна бути написана грамотно, ясно, з дотриманням логічної послідовності викладу. Стил написання – науковий. Не слід повторюватися й уживати загальні фрази, що не мають конкретного значеннєвого навантаження в контексті розглянутої проблеми, а також довільно скорочувати слова.

### **Загальні вимоги**

Роботу подають у вигляді тексту, ілюстрацій, таблиць, формул або їхньої комбінації (залежно від особливостей змісту) із застосуванням інших елементів оформлення, передбачених чинним стандартом.

Зміст роботи викладається на аркушах білого паперу формату А4 (210 X 297 мм) з одного боку аркуша. Робота може бути виконана машинним способом (за допомогою комп'ютерної техніки) або написана від руки.

При виконанні роботи з використанням комп'ютерної техніки сторінки заповнюються текстом з розрахунку 30 – 33 рядки на сторінці за умови її рівномірного заповнення (без пропусків рядків) з використанням гарнітури шрифту "Times New Roman" розміром знаків (кегель), рівним "14" у списку розмірів шрифту. Міжрядковий інтервал визначає відстань між рядками тексту в абзацах тексту по вертикалі. Його варто встановлювати, використовуючи множник 1,3-1,5 см.

Текст на сторінці необхідно розміщати рівномірно по ширині, дотримуючись таких розмірів полів, які визначають відстані від країв сторінки до розташованого на ній тексту: ліве – не менше 30 мм; верхнє і нижнє – не менше 20 мм; праве – не менше 10 мм. Абзацний відступ де він необхідний повинен бути однаковим по всій роботі й дорівнювати п'яти текстовим знакам (= 1,25 мм.). Приклад розміщення тексту показаний на рис. 1.

Сторінки необхідно нумерувати арабськими цифрами, дотримуючись наскрізної нумерації по всьому тексту роботи. Номер сторінки про- ставляють у правому верхньому куті сторінки без крапки наприкінці.

Титульний аркуш включають у загальну нумерацію сторінок роботи. Номер сторінки на титульному аркуші не ставлять.

Щільність, контрастність і чіткість відображення тексту повинна бути рівномірною по всій роботі, тобто всі букви, цифри, знаки й лінії повинні бути однаково чорними.

Прізвища, назви установ, організацій, фірм, літературних джерел і інші власні назви в роботі наводять мовою оригіналу. Допускається перекладати власні назви й наводити їх мовою роботи, додаючи оригінальну назву при їхньому першому згадуванні.

Скорочення слів у роботі допускаються тільки загальноприйняті відповідно до чинних стандартів бібліотечної й видавничої справи.

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА (ОСНОВНА, ДОПОМІЖНА)

### Основна література

1. Маркетингові комунікації: Навч. посібник / О. І. Зоріна, О. В. Сиволовська, Т. В. Нескуба та ін.; за ред. О. І. Зоріної. – Харків: УкрДУЗТ, 2022. 227 с.
2. Попова Н. В. Маркетингові комунікації : підручник / Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т. А. Муха ; під загальною редакцією Н. В. Попової. Харків: «Факт», 2020.
3. Маркетингові комунікації [Електронний ресурс]: конспект лекцій для студентів освітнього ступеня «бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання / Н.П. Скригун, К.Ю. Семененко, С.Б. Розумей та ін. – К.: НУХТ, 2018.
4. Положення про курсову роботу (проєкт) у ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж Державного торговельно-економічного університету». URL: <http://surl.li/gbdqvw>
5. Положенні про дотримання академічної доброчесності педагогічними працівниками та здобувачами освіти Коледжу. URL: <http://surl.li/jpqhcr>
6. ДСТУ 3008:2015 «Інформація та документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлення». URL: [https://science.kname.edu.ua/images/dok/derzhstandart\\_3008\\_2015.pdf](https://science.kname.edu.ua/images/dok/derzhstandart_3008_2015.pdf)

7. ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання». URL: <https://msu.edu.ua/library/wp-content/uploads/2019/02/pryklady-oformlennja-bibliohrafichnoho-opysu-zhidno-dstu-8302.pdf>

### **Допоміжна література**

8. Тенденції 2023 в управлінні маркетинговими комунікаціями : аналітичний звіт. Factum Group.

9. Пахуча Е.В. Маркетингові комунікації: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг» / Е.В. Пахуча / Державний біотехнологічний університет. Х., 2022.

10. Король І. В. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник/ Укл. І. В. Король. – Умань : ВПЦ «Візаві», 2017., 151 с.

11. Яловега Н. І. Маркетингові комунікації в умовах війни: виклики й шляхи просування товарів. Наук. зап. Льв. ун-ту бізнесу та права. 2023. № 37.

12. Войтович Н. В., Терещук О. Ю. Особливості маркетингової стратегії в умовах цифрової трансформації. Соціальна економіка. 2021. № 62

13. Лихолат С.М. Аналіз реалізації принципів корпоративної соціальної відповідальності в практичній діяльності підприємств. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична. 2022. №34

14. Попко О., Філатов В. Персоналізація в сучасному маркетингу та її вплив на лояльність клієнтів. Економіка та суспільство, (58). 2023.

15. Терехов Д. Управління онлайн-репутацією підприємства з використанням сучасних інструментів контент-маркетингу. Сталий розвиток економіки, 1(48), 2024.