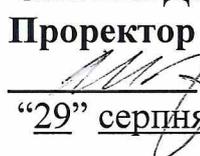


**ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»**

Факультет суспільних і прикладних наук

Кафедра бізнесу та управління

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з методичної роботи
 **Ярослав ШТАНЬКО**
“29” серпня 2025 р.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

Галузь знань:	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність:	D5 Маркетинг
Освітньо-професійна (освітньо-наукова) програма:	«Диджитал-маркетинг»
Освітній рівень:	(перший) бакалаврський
Статус дисципліни:	основна
Мова викладання, навчання та оцінювання:	українська

**Івано-Франківськ
2025**

РОЗРОБНИК:

к.е.н., доцент кафедри
бізнесу та управління



Тарас ВОРОБЕЦЬ

ЗАТВЕРДЖЕНО:

на засіданні кафедри бізнесу та управління,
протокол №1 від 28.08.2025 року
к.е.н., доц., завідувач кафедри
бізнесу та управління



Ірина ПОПАДИНЕЦЬ

УЗГОДЖЕНО:

Гарант ОП
к.е.н., доц. кафедри
бізнесу та управління



Тарас ІВАШКІВ

СХВАЛЕНО:

на засіданні Науково-методичної ради, протокол № 1 від 29.08.2025 року

е-mail	taras.vorobets@ukd.edu.ua
Номер аудиторії чи кафедри	205 <u>Кафедра бізнесу та управління,</u>
Посилання на сайт	https://ukd.edu.ua
Сторінка курсу в СДО	https://online.ukd.edu.ua/

ЗМІСТ

1. ВСТУП.....	4
2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ.....	4
3. СКЛАДОВІ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ.....	5
4. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ.....	7
● тематичний план;.....	7
● зміст та завдання навчальної практики;.....	8
● індивідуальні завдання навчальної практики;.....	10
● підбиття підсумків практики.....	11
5. ОБОВ'ЯЗКИ ТА ПРАВА ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ НА ПРАКТИЦІ.....	12
6. ОБОВ'ЯЗКИ КЕРІВНИКА НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ.....	12
7. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ.....	13
8. ТЕХНІКА БЕЗПЕКИ ПІД ЧАС ПРОХОДЖЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ.....	16
9. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	16

1. ВСТУП

Навчальна практика здобувачів ЗВО «Університет Короля Данила» є обов'язковою складовою освітньо-професійної програми «Диджитал-маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг.

Навчальна практика є наступним етапом після практичних занять, що забезпечує перехід від теоретичного навчання до професійної діяльності. Навчальна практика проводиться в аудиторіях і навчальних лабораторіях та забезпечує виконання освітньо-професійної програми «Диджитал-маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг.

Порядок організації, проведення, підведення підсумків та узагальнення результатів навчальної практики здобувачів освіти визначає «Положення про практичну підготовку здобувачів вищої освіти ЗВО «Університет Короля Данила».

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

Метою навчальної практики є ознайомлення здобувачів освіти зі специфікою майбутнього фаху, отримання ними первинних професійних умінь і навичок із дисциплін, що формують загальні і спеціальні компетентності.

Основними завданнями навчальної практики є:

- безпосередня практична підготовка здобувачів освіти, заохочення до самостійної роботи на посадах фахівців відповідних освітніх рівнів, поглиблення, узагальнення та закріплення теоретичних знань та практичних навичок, уміння працювати з інформацією щодо маркетингу;
- формування професійних компетенцій за спеціальністю «Маркетинг», набуття досвіду організаційної та виховної роботи в колективі.

Спеціалізованими завданнями навчальної практики є:

- закріплення, поглиблення, удосконалення одержаних здобувачами вищої освіти теоретичних знань із маркетингу;
- отримання практичних умінь і навичок за спеціальністю «Маркетинг»;

- виховання потреби систематичного оновлення своїх знань та творчого застосування їх у практичній діяльності;
- підготовка здобувачів до проходження виробничої практики.

3. СКЛАДОВА НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

Вид практики	Курс	Семестр	Тривалість (год.)	Кредити ЄКТС	Форма підсумкового контролю
Навчальна практика (спеціальність D5 Маркетинг)	1	2	180	6	Диференційований залік

Відповідно до ОПП «Диджитал-маркетинг» проходження навчальної практики забезпечує набуття компетентностей та програмних результатів

Назва компетентності	Результати навчання
ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.	PR02 Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. PR 03 Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. PR 06 Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. PR 07 Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. PR 08 Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. PR 09 Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати
ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.	
ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.	
ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.	
ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.	
ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).	
ЗК 13. Здатність працювати в міжнародному контексті.	
СК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.	
СК 4. Здатність впроваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.	

СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.	рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
СК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.	ПР 10 Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
СК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.	ПР11 Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
СК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.	ПР 12 Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
СК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.	ПР 17 Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
СК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.	
СК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.	
СК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.	
СК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.	

4. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

Мета навчальної практики – закріплення теоретичних знань та практичне вивчення специфіки спеціальності D5 Маркетинг; формування управлінських практичних навичок здобувачів та розвиток особистості майбутніх фахівців на основі поглиблення знань теорії маркетингу.

Навчальна практика дає можливість ознайомити майбутніх фахівців зі специфікою майбутньої професійної діяльності, отримати первинні професійні знання і вміння. Майбутній фахівець з маркетингу посилить знання щодо економічних категорій, законів, причинно-наслідкових та функціональних зв'язків, що існують у процесах управління маркетингової діяльністю.

Завдання навчальної практики:

- безпосередня практична підготовка здобувачів освіти до самостійної роботи на посадах майбутніх фахівців, поглиблення, узагальнення та закріплення теоретичних знань та практичних навичок, уміння працювати з інформацією;
- формування професійних компетенцій, набуття досвіду організаційної та виховної роботи в колективі;
- закріплення, поглиблення, удосконалення одержаних здобувачами теоретичних знань;
- отримання практичних умінь і навичок;
- виховання потреби систематичного оновлення своїх знань та творчого застосування їх у практичній діяльності;
- підготовка здобувачів до проходження виробничої практики.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

№	Назва тем, завдань	Кількість годин			Форма поточного контролю
		Всього	Практичні заняття	Самостійна робота	
1	Ознайомлення з програмою практики. Інструктаж з охорони праці і пожежної безпеки.	2	2	-	Усне обговорення

2	Характеристика маркетингових спеціальностей	16	8	8	Усне обговорення
3	Нормативне забезпечення маркетингової діяльності	16	8	8	Усне обговорення
4	Організація здійснення аналізу маркетингових досліджень	16	8	8	Усне обговорення
5	Специфіка роботи маркетолога на підприємствах різних типів та форм власності	16	8	8	Усне обговорення
6	Канали розподілу і ефективність їх діяльності	14	8	6	Усне обговорення
7	Специфіка роботи маркетолога на підприємствах	12	6	6	Усне обговорення
8	Створення нового товару, послуги та нової споживчої цінності товару	12	6	6	Усне обговорення
9	Реклама у маркетингу	16	8	8	Усне обговорення
	Всього	120	62	58	
10	Індивідуальне завдання	60	-	60	Презентація
	Разом	180	62	118	

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

№ теми	Назва теми	К-ть год.	Перелік питань практикуму	Форма поточного контролю
1	Ознайомлення з програмою практики. Інструктаж з охорони праці і пожежної безпеки.	2	Ознайомлення з програмою практики. Інструктаж з охорони праці та попередження травматизму.	Усне індивідуальне опитування
2	Характеристика маркетингових спеціальностей	16	Ознайомлення з різними професійними спрямуваннями спеціальності «Маркетинг» необхідно описати особливості професій категорії «маркетингова діяльність», а саме: Директор з маркетингу, Менеджер з маркетингу-маркетолог, Бренд-	Усне індивідуальне опитування

			<p>мейкер, Інтернет-маркетолог, Маркетолог-аналітик, Маркетолог-економіст, Менеджер з маркетингових досліджень, Продакт-менеджер, Менеджер з продажу, Трейд-маркетолог, Інтерв'юер – дослідник, Промоутер – маркетинговий фахівець, Мерчандайзер, Асистент маркетолога, BTL-менеджер, PR-спеціаліст, рекламний агент, Арт-директор, Кліпмейкер, Копірайтер, Креативний директор, Лобіст (GR-спеціаліст), Медіабайер, Медіапланер, Менеджер по роботі з клієнтами, Регіональний менеджер, Соціолог, Спічрайтер, Супервайзер, ТБ-байер, дилер, брокер, маклер, логістик.</p>	
3	Нормативне забезпечення маркетингової діяльності	16	<p>Ознайомлення з нормативним забезпеченням маркетингу необхідно визначити перелік основних нормативно-правових документів, що регламентують маркетингову діяльність, описати види внутрішньої нормативної документації, що регулює маркетингову діяльність підприємств, описати «Основні положення про маркетингову службу».</p>	Усне індивідуальне опитування
4	Організація здійснення аналізу маркетингових досліджень	16	<p>Слід звернути увагу на систему обробки інформації, наявність комп'ютерних програм, ознайомитись, як вони працюють. Визначити основні методи прогнозування попиту споживачів і розглянути можливості застосування інших методів на підприємстві, що є базою практики.</p>	Усне індивідуальне опитування
5	Специфіка роботи маркетолога на підприємствах різних типів та форм власності	16	<p>Ознайомлення зі специфікою роботи маркетолога у промислових холдингах необхідно охарактеризувати діяльність промислових холдингів, описати організаційну структуру промислового холдингу, описати основні обов'язки спеціалістів маркетологів у промислових холдингах та на промислових підприємствах</p>	Усне індивідуальне опитування

6	Канали розподілу і ефективність їх діяльності	14	Розглянути види каналів розподілу, що існують на підприємстві горизонтальні, вертикальні, прямі, побічні, змішані, прямого, зворотного напрямів та ін. Визначити посередників, послугами яких користується фірма, специфіку роботи з ними.	Усне індивідуальне опитування
7	Специфіка роботи маркетолога на підприємствах	12	Ознайомлення зі специфікою роботи маркетолога у торгових фірмах (підприємствах) необхідно охарактеризувати діяльність торгових фірм (підприємств), описати організаційну структуру торгової фірми, описати основні обов'язки спеціалістів маркетологів у торгових фірмах.	Усне індивідуальне опитування
8	Створення нового товару, послуги та нової споживчої цінності товару	12	Ознайомлення з процесом створення нових товарів та послуг необхідно охарактеризувати політику просування товару на ринку, описати етапи створення нового ринкового продукту та життєвий цикл товару.	Усне індивідуальне опитування
9	Реклама у маркетингу	16	Ознайомлення з основами рекламної діяльності необхідно визначити, що таке реклама, охарактеризувати основні її види, описати вплив реклами на покупця.	Усне індивідуальне опитування
	Разом	120		

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

Здобувачі під час проходження навчальної практики виконують індивідуальні завдання у вигляді презентації. Індивідуальні завдання видаються керівником практики від закладу освіти перед початком практики, що презентується здобувачем освіти під час захисту практики.

Індивідуальні завдання видаються здобувачам з метою набуття ними під час навчальної практики умінь та навичок самостійного опрацювання інформації, вирішення навчальних та організаційних питань. Виконання здобувачами індивідуальних завдань активізує їх творче мислення, підвищує ініціативу, здатність самостійно аналізувати та робить проходження навчальної практики більш конкретним та цілеспрямованим.

Індивідуальні завдання мають навчально-дослідний характер. Їх зміст конкретизується і уточнюється керівниками практики під час її проходження.

Презентація індивідуального завдання має бути виконана у форматі Microsoft Power Point (до 10 слайдів). Ілюстративний матеріал повинен супроводжуватися короткою інформативною характеристикою.

ТЕМАТИКА ІНДИВІДУАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ

План індивідуального завдання:

1. Підбір нормативно-правових актів, які регулюють діяльність підприємства (установи, організації) не менше 5 найменувань
2. Складання глосарію (20 фахових термінів)
3. Створення каталогу підприємств м. Івано-Франківськ (або населеного пункту за місцем проживання) за спеціальністю «Маркетинг» (не менше 20 суб'єктів господарювання)
4. Пропозиції перспектив розвитку м. Івано-Франківськ (або населеного пункту за місцем проживання) за спеціальністю.

ПІДБИТТЯ ПІДСУМКІВ ПРАКТИКИ

Після закінчення практики здобувач подає керівнику практики звіт про проходження практики. У разі позитивної оцінки керівника практики здобувач захищає звіт про проходження практики перед комісією.

Навчально-методичним відділом за результатами проходження навчальної практики заповнюється окрема відомість «Навчальна практика».

5. ОБОВ'ЯЗКИ ТА ПРАВА ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ НА ПРАКТИЦІ

Здобувачі вищої освіти під час проходження навчальної практики зобов'язані:

- відвідувати всі заняття практики;
- у повному обсязі виконувати всі завдання, передбачені програмою практики та вказівками її керівників;
- вивчити й суворо дотримуватись правил охорони праці, техніки безпеки і санітарії та внутрішнього розпорядку;
- нести відповідальність за виконану роботу та її результати і показувати приклад свідомого і сумлінного ставлення до праці;
- своєчасно оформити та подати керівнику звітну документацію (звіт, щоденник) практики.

Здобувачі вищої освіти мають право на:

- методичне та організаційне забезпечення практики;
- консультативну допомогу з боку керівника практики від кафедри;
- можливість отримання робочого місця згідно з програмою практики;
- консультування з керівниками практики та провідними фахівцями;
- користування бібліотекою закладу освіти, фондом законодавчих актів, нормативних та інструктивних матеріалів з програмних питань практики;
- здорові, безпечні та належні для роботи умови праці.

6. ОБОВ'ЯЗКИ КЕРІВНИКА НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

Керівник практики здійснює організаційно-методичну допомогу з питань практики та контроль за її проведенням, а саме:

- забезпечує проведення всіх організаційних заходів перед проходженням здобувачів освіти навчальної практики: інструктаж про порядок проходження практики; надання здобувачам освіти необхідних документів (програми, індивідуального завдання, методичних рекомендацій щодо оформлення звітної документації тощо);

- розробляє тематику індивідуальних завдань, яка враховує специфіку спеціальності;
- контролює відвідування здобувачами освіти практичних занять;
- здійснює контроль за виконанням програми практики та термінами її проходження;
- надає методичну допомогу здобувачам освіти під час виконання ними індивідуальних завдань;
- проводить обов'язкові консультації щодо обробки зібраного матеріалу та його використання для звіту про практику;
- інформує здобувачів освіти про порядок надання звітів практичної підготовки;
- бере участь у захисті практики у складі комісії, на підставі чого оцінює результати практики здобувачів освіти, виставляє оцінки в індивідуальні навчальні плани;
- готує звіт за результатами проходження практичної підготовки для обговорення на засіданні кафедри.

7. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

Відповідно до Положення про систему поточного і підсумкового контролю, оцінювання знань та визначення рейтингу здобувачів освіти ЗВО «Університет Короля Данила» від 30.08.2022 року.

Оцінка за практику складається з оцінки:

- 1) керівника від бази практики;
- 2) керівника від кафедри;
- 3) презентації студентом результатів проходження практики під час захисту звіту;
- 4) відповіді на запитання.

Результати практики оцінюються за схемою:

Результати навчальної практики оцінюються за схемою:

Оформлення матеріалів практики	Зміст матеріалів практики	Захист практики	Сума
10 балів	30 балів	60 балів	100

Оформлення матеріалів практики 10 балів

Зміст матеріалів практики 30 балів

Захист практики 60 балів

Сума 100 балів

Кожний блок оцінюється окремо і сумується для виведення підсумкової оцінки. Критерії оцінювання кожного блоку визначаються наскрізними програмами всіх видів практик. Оцінка результатів проходження практики зазначається у відомості за підписами керівника практики від кафедри і членів комісії, створеної для проведення захисту практики.

Переведення результатів оцінювання в національну шкалу та шкалу ECTS здійснюється у порядку, представленому нижче в таблиці:

Шкала в балах	Оцінка шкали ECTS	Національна шкала
90-100 балів	A	5 «відмінно»
83-89 балів	B	4 «добре»
76-82 бали	C	
68-75 бали	D	3 «задовільно»
60-67 балів	E	
35-59 балів	FX	2 «незадовільно»
0-34 бали	F	

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ

Оцінка «відмінно». Звіт з практики є бездоганим. Відповідь здобувача базується на рівні самостійного мислення з елементами творчого підходу. Здобувач у повному обсязі, якісно та своєчасно виконав індивідуальні завдання й усі програмні завдання практичної підготовки, зібрав і засвоїв необхідний матеріал, грамотно та логічно його викладає, правильно обґрунтовує ухвалені рішення, ознайомлений з рекомендованою літературою, оперує фаховими термінами, використовує та уміло поєднує теоретичні

надбання з практикою, його доповідь стисла, логічна, проголошена вільно, відповіді на запитання правильні.

Оцінка «добре». Звіт з практики оформлений за всіма вимогами. Відповідь будується на рівні самостійного мислення. Здобувач у повному обсязі, якісно та своєчасно виконав індивідуальні завдання й усі програмні завдання, зібрав і засвоїв необхідний матеріал, грамотно та логічно його викладає, правильно обґрунтовує ухвалені рішення, ознайомлений з рекомендованою літературою, оперує фаховими термінами, здійснює самостійний аналіз опрацьованого матеріалу, вміло поєднує теоретичні надбання з практикою. Його доповідь стисла, логічна, проголошена вільно, відповіді на запитання правильні. Можливі несуттєві труднощі у відповідях на деякі неосновні питання.

Оцінка «задовільно» виставляється, якщо здобувач виконує роботи з порушенням терміну, припускає неточності в оформленні матеріалів практики, орієнтується в програмних завданнях практичної підготовки, але не може без сторонньої допомоги зробити на їх основі висновки, індивідуальні завдання виконані з допущенням помилок, не може пов'язати теоретичні узагальнення з практикою, відчуває значні труднощі в стислому та логічному викладі проблем, не всі його відповіді на запитання правильні або повні.

Оцінка «незадовільно» виставляється у випадку, коли здобувач, навіть маючи непоганий письмовий варіант звіту з практики, не виконав певний вид програмних завдань практичної підготовки, не виконав індивідуальні завдання або виконав їх з нехтуванням встановлених вимог, не може відповісти на запитання щодо сутності досліджених питань, не виконав календарний план проходження навчальної практики.

8. ТЕХНІКА БЕЗПЕКИ ПІД ЧАС ПРОХОДЖЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

Навчальна практика здобувачів проводиться на базі ЗВО «Університет Короля Данила», відповідає вимогам нормативно-правових актів з охорони праці.

Обов'язковою умовою допущення здобувачів до проходження практики є проходження ними вступного інструктажу з охорони праці і первинного інструктажу на місці проходження практики та оформлення його в журналі реєстрації з підписами особи, яка проводила інструктаж та особи, яку інструктували.

Здобувачу-практиканту повинні бути забезпечені нормальні умови проходження практики.

9. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Буднікевич, І.М., 1965-, автор, редактор. Маркетинг у галузях і сферах діяльності : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / І. Буднікевич, О. Баранник, О. Кифяк, І. Немцева [та 2 інших] ; за ред. І.М. Буднікевич. - Київ : Центр учбової літератури, 2020. - 535 с.

2. Добрянська В.В. «Маркетингові дослідження» для студентів спеціальності 075 «Маркетинг». Навчальний посібник/ В.В. Добрянська., О.А. Івасенко, М.Б. Чижевська, А.С. Скрильник – Полтава: ПолтНТУ, 2024. – 218 с.

3. Іваненко Л.М., Боєнко О.Ю. Маркетинг: навчальний посібник. Вид. 3-є, доп. і перероб. Вінниця: Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2022. 362 с.

4. Квятко Т.М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Бабко Н.М., Романюк І.А., Вітковський Ю.П., Микитась А.В. Маркетингові дослідження: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с.

5. Кібік О.М., Котлубай В.О., Хаймінова Ю.В., Нестерова К.С., Калмикова Н.Ю. Маркетинг: навч.-метод. посібник. Одеса, 2020. 68 с.

6. Котлер Ф. Маркетинг: від А до Я. Альпіна Паблішер Україна. 2021. 252 с.
7. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с.
8. Маркетинг: навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин та ін.; за ред. Н.Р. Іванечко. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с.
9. Маркетинг: теоретичні основи маркетингу : навчально-методичний комплекс [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студентів спеціальності 075 «Маркетинг»/ Зозульов О.В., Царьова Т.О.; КПП ім. Ігоря Сікорського. – Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2021. – 100 с.
10. Палига Є.М., Гірняк О.М., Лазановський П.П. Маркетинг: підручник. Львів: Українська академія друкарства, 2020. 352 с.
11. Сенишин О.С. Маркетинг: навч. посібник / О.С. Сенишин, О.В. Кривешко. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, Простір-М, 2020. 437 с.
12. Сирохман І.В. Товарознавство продовольчих товарів: Підручник. – К.: Вид-во «Знання», 2022. – 471 с.
13. Слободяник А.М., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digitalмаркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. К.: КиМУ, 2022. 228 с.
14. Софієнко А.В., Шукліна В.В., Набока Р.М. Теоретичний маркетинг: Навчальний посібник / А. В. Софієнко. В. В. Шукліна, Р. М. Набока. 2-е вид., переробл. і допов. Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021. 494 с.
15. Стройко Т.В., Глубоченко К.О. Маркетинг : Навчальний посібник-практикум для інтерактивних практичних занять під час дистанційного та змішаного навчання — Дніпро: Середняк Т. К., 2022, – 115с.