

Міністерство освіти і науки України
Сумський національний аграрний університет
Факультет економіки і менеджменту
Кафедра маркетингу та логістики

Робоча програма (силабус) освітнього компонента

ОК 22 Маркетинг послуг

Спеціальність	075 «Маркетинг»
Освітня програма	Маркетинг (2024 рік набору)
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)

Розробник: Олена Шумкова Олена ШУМКОВА, к.е.н., доцент, доцент
(підпис) (ім'я та прізвище) (вчений ступінь та звання, посада)

Розглянуто, схвалено та затверджено на засіданні кафедри маркетингу та логістики (назва кафедри)	протокол від 02.06.2026 р. № 19	
	Завідувач кафедри <u>Наталія Макаренко</u> (підпис)	Наталія МАКАРЕНКО (ім'я та прізвище)

Погоджено:

Гарант освітньої програми Наталія Макаренко Наталія МАКАРЕНКО
(підпис) (ім'я та прізвище)

Декан факультету, де реалізується освітня програма Світлана Лукаш Світлана ЛУКАШ
(підпис) (ім'я та прізвище)

Рецензія на робочу програму(додається) надана: Наталія Макаренко Наталія МАКАРЕНКО
(підпис) (ім'я та прізвище)
Вікторія Мусієнко Вікторія МУСІЄНКО
(підпис) (ім'я та прізвище)

Методист відділу якості освіти, ліцензування та акредитації Надія Баранка Надія БАРАНКА
(підпис) (ім'я та прізвище)

Зареєстровано в електронній базі: дата: 17.06 2026 р.

1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

1.	Назва ОК	ОК 22 Маркетинг послуг						
2.	Факультет/кафедра	Факультет економіки і менеджменту, Кафедра маркетингу та логістики						
3.	Статус ОК	Обов'язковий						
4.	Програма/Спеціальність (програми), складовою яких є ОК для	Освітньо – професійна програма «Маркетинг». Першого рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг (D5 «Маркетинг») Галузі знань 07 Управління та адміністрування Кваліфікація: бакалавр з маркетингу						
5.	Рівень НРК	6						
6.	Семестр та тривалість вивчення	6 семестр, 15 тижнів						
7.	Кількість кредитів ЄКТС	5						
8.	Загальний обсяг годин та їх розподіл	Контактна робота(заняття)					Самостійна робота	
		Лекційні		Практичні/ семінарські		Лабораторні		
		Денна 46 год.	Заоч. 14 год.	Денна 30 год.	Заоч. 14 год.	-	Денна 74 год.	Заоч. 122 год.
9.	Мова навчання	Українська						
10.	Викладач/Координатор освітнього компонента	К.е.н., доцент Шумкова Олена Володимирівна						
11.1	Контактна інформація	Шумкова О.В., доцент, ауд.214е, E-mail lena_shumkova@ukr.net						
11.	Загальний опис освітнього компонента	ОК «Маркетинг послуг» є невід'ємною частиною програми підготовки фахівців з маркетингу. Актуальність вивчення даного курсу зумовлено тим, що ринок послуг розвивається швидкими темпами. Сфера послуг охоплює торгівлю і транспорт, фінанси і страхування, культурні, освітні та медичні установи, комунальне господарство та ін. Практично всі організації надають ті чи інші послуги клієнтам. Тому знання особливостей маркетингу у сфері послуг допомагає підприємствам більш ефективно здійснювати маркетингову діяльність, виявляти, які саме послуги необхідно пропонувати на ринку, як отримати прибуток та вдосконалити якість обслуговування.						
12.	Мета освітнього компонента	Мета ОК «Маркетинг послуг» - формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок щодо маркетингової діяльності підприємств сфери послуг, методів вивчення ринку послуг, визначення маркетингових стратегій, шляхів, механізмів та інструментів сфери послуг в сучасних умовах для забезпечення ефективної діяльності підприємств сфери послуг та задоволення потреб споживачів.						
13.	Передумови вивчення ОК, зв'язок з іншими освітніми компонентами ОП	1. Освітній компонент базується на дисциплінах: «Маркетинг», «Менеджмент». 2. Освітній компонент є основою для вивчення дисциплін, «Поведінка споживача», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингові комунікації»						

14.	Політика академічної доброчесності	Спрямована на наполегливості до навчання та самоопрацюванні поставлених задач. Мінімізувати можливість для плагіату, копіювати роботи попередніх років чи інші опубліковані роботи. Можливість продемонструвати процес самостійного навчання та поступового використання знань під час виконання завдання. Списування під час тестування, заліку та іспиту заборонені, в тому числі, використання мобільних девайсів, комп'ютерних гаджетів. Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин таких, як хвороба, міжнародне стажування, навчання може відбуватись індивідуально, в он-лайн формі за «Погодженням». З погіршення епідеміологічної ситуації та в умовах воєнного стану можливе дистанційне навчання при використанні месенджерів Telegram, Viber, Whatsapp – для створення комунікаційних груп зі студентами, платформи Zoom – для організації онлайн занять, університетської платформи Moodle – для поточного і підсумкового контролю рівня знань студентів.
15.	Ключові слова	Послуга, маркетинг, попиту на послуги, ринок послуг, лояльність, комплекс маркетингу, сфера послуг
16.	Номер курсу на платформі Moodle	https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=2076

2. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ ТА ЇХ ЗВ'ЯЗОК З ПРОГРАМНИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ НАВЧАННЯ

Результати навчання за ОК: Після вивчення освітнього компонента студент очікувано буде здатен...»	Програмні результати навчання, на досягнення яких спрямований ОК (зазначити номер згідно з нумерацією, наведеною в ОП)				Як оцінюється РНД
	ПРН ₁	ПРН ₃	ПРН ₈	ПРН ₁₉	
ДРН 1. Виявити особливості маркетингу послуг як специфічного товару та умов і інструментів використання його в діяльності підприємств сфери послуг.	x		x		Тест множинного вибору
ДРН 2. Використовувати маркетинговий інструментарій у сфері послуг.	x	x	x	x	Вирішення практичних і ситуаційних завдань
ДРН 3. Формувати комплекс маркетингу, використовуючи його різні моделі і комбінації з урахуванням специфіки діяльності підприємств у сфері послуг.	x	x	x		Вирішення практичних і ситуаційних завдань
ДРН 4. Визначати маркетингову діяльність підприємств, які надають різні види послуг.	x	x	x		Презентація з доповіддю

ПРН₁. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

ПРН₃. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПРН₈. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ПРН₁₉. Вміти формувати положення товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики підприємства з використанням інформаційно-комунікаційних фахових технологій; використовувати ІТ – технології при визначенні стратегії розвитку маркетингової діяльності агарних підприємств.

3. ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМОПОНЕНТА (ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

Тема. Перелік питань, що будуть розглянуті в межах теми	Розподіл в межах загального бюджету часу							Рекомендована література
	Аудиторна робота					Самостійна робота		
	Лк		П.з / семін. з		Лаб з.			
	денна	заоч	денна	заоч		денна	заоч	
Тема 1. Основні поняття маркетингу послуг. 1. Поняття і основні характеристики послуги. 2. Маркетингові класифікаційні ознаки послуг. 3. Принципи, функції та концепції маркетингу послуг.	6	4	2	2		8	16	Підручники, посібники: 1,2,3 Методичне забезпечення: 1,2,3,4,5 Інші джерела: 5,7,8,10
Тема 2. Становлення маркетингу послуг 1. Наукові школи маркетингу послуг. 2. Моделі маркетингу послуг. 3. Маркетинг послуг в Україні: сьогодення.	4	2	2	-		6	10	Підручники, посібники: 1,2,3 Методичне забезпечення: 1,2,3,4,5 Інші джерела: 7,10
Тема 3. Маркетингові дослідження у сфері послуг. 1. Особливості та типи маркетингових досліджень у сфері послуг. 2. Дослідження факторів маркетингового середовища підприємств сфери послуг.	6	2	4	2		8	16	Підручники, посібники: 1,2,3 Методичне забезпечення: 1,2,3,4,5 Інші джерела: 5,7
Тема 4. Дослідження попиту на послуги. 1. Особливості споживчого попиту на послуги. 2. Споживча поведінка на ринку послуг. 3. Маркетинг стосунків і стратегія формування лояльних стосунків.	6	2	4	2		8	14	Підручники, посібники: 1,2,3 Методичне забезпечення: 1,2,3,4,5 Інші джерела: 5,7,9,11
Тема 5. Комплекс маркетингу в сфері послуг і його особливості. 1. Моделі «4Р», «7Р», «4С» та їх комбінація.	8	4	4	4		8	14	Підручники, посібники: 1,2,3 Методичне

2. Маркетингова продуктова політика у сфері послуг. 3. Маркетингова цінова політика для підприємств сфери послуг. 4. Маркетингова політика надання та розміщення послуг. 5. Маркетингова комунікаційна політика у сфері послуг.								забезпечення: 1,2,3,4,5 Інші джерела: 5,7,8,11
<i>Тема 6. Маркетинг у сфері торгівельного обслуговування населення.</i> 1. Маркетингова діяльність оптових торгівельних підприємств. 2. Особливості маркетингу роздрібного торговельного підприємства. 3. Рівень та якість торговельного обслуговування споживачів.	4	-	4	2	-	10	12	Підручники, посібники: 1,2,3 Методичне забезпечення: 1,2,3,4,5 Інші джерела: 2,5,7
<i>Тема 7. Маркетинг готельних та туристичних послуг.</i> 1. Сутність та особливості маркетингу готельних послуг. 2. Специфіка маркетингу туристичних послуг.	4	-	4	2		8	12	Підручники, посібники: 1,2,3 Методичне забезпечення: 1,2,3,4,5 Інші джерела: 2,4,6,7
<i>Тема 8. Маркетинг послуг громадського харчування.</i> 1. Особливості маркетингу послуг підприємств громадського харчування. 2. Основні показники підприємств громадського харчування.	4	-	2	-		8	14	Підручники, посібники: 1,2,3 Методичне забезпечення: 1,2,3,4,5 Інші джерела: 5,7
<i>Тема 9. Маркетинг у сфері фінансових послуг.</i> 1. Особливості маркетингу банківських послуг. 2. Особливості маркетингу страхових послуг.	4	-	4	-		10	14	Підручники, посібники: 1,2,3 Методичне забезпечення: 1,2,3,4,5 Інші джерела: 1,3,7
Всього	46	14	30	14		74	122	

4. МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

ДРН	Методи викладання (робота, що буде проведена викладачем <u>під час аудиторних занять, консультацій</u>)	Методи навчання (які види навчальної діяльності має виконати <u>студент самостійно</u>)
ДРН 1. Виявити особливості маркетингу послуг як специфічного товару та умов і інструментів використання його в діяльності підприємств сфери послуг.	<i>Словесні методи:</i> навчальна лекція, бесіда, пояснення, навчальна дискусія <i>Наочні методи:</i> презентація <i>Практичні методи:</i> ситуаційні вправи, практичні завдання	Метод готових знань. Аналітичні методи навчання; пошук інформації. Метод формування умінь і навичок.
ДРН 2. Використовувати маркетинговий інструментарій у сфері послуг.	<i>Словесні методи:</i> навчальна лекція, бесіда, пояснення, навчальна дискусія <i>Наочні методи:</i> презентація <i>Практичні методи:</i> ситуаційні вправи, практичні завдання	Метод готових знань. Аналітичні методи навчання; пошук інформації. Метод формування умінь і навичок. Проблемно-пошуковий метод
ДРН 3. Формувати комплекс маркетингу, використовуючи його різні моделі і комбінації з урахуванням специфіки діяльності підприємств у сфері послуг.	<i>Словесні методи:</i> навчальна лекція, бесіда, пояснення, навчальна дискусія <i>Наочні методи:</i> презентація <i>Практичні методи:</i> ситуаційні вправи, практичні завдання	Метод готових знань. Аналітичні методи навчання; пошук інформації. Метод формування умінь і навичок. Проблемно-пошуковий метод
ДРН 4. Визначати маркетингову діяльність підприємств, які надають різні види послуг.	<i>Словесні методи:</i> навчальна лекція, бесіда, пояснення, навчальна дискусія <i>Наочні методи:</i> презентація <i>Практичні методи:</i> ситуаційні вправи, практичні завдання	Метод готових знань. Проблемно-пошуковий метод. Методи перевірки і оцінювання знань, умінь і навичок

5. ОЦІНЮВАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ

5.1. Діагностичне оцінювання (зазначається за потреби)

5.2. Сумативне оцінювання

5.1.1. Для оцінювання очікуваних результатів навчання передбачено

№	Методи сумативного оцінювання	Бали / Вага у загальній оцінці	Дата складання
1	Теоретичний зріз знань (тест множинного вибору – 2 модулі по 10 балів)	20 балів / 20%	8,14 тижні
2	Вирішення практичних і ситуаційних завдань за темами курсу	20 балів / 20%	2,4,6,8 тижні
3	Розрахункове завдання (сформувати комплекс маркетингу, використовуючи його різні моделі і комбінації)	20 балів / 20%	10 тиждень
4	Презентація з доповіддю (маркетингова діяльність підприємств, які надають різні види послуг)	10 балів / 10%	11,13 тиждень

	Разом	70 балів / 70 %	15 тиждень
5	Екзамен (письмово, 2 теоретичних питання, 1 практичне завдання)	30 балів / 30%	згідно розкладу сесії
	Всього	100 балів /100%	

5.1.2. Критерії оцінювання

Компонент	Незадовільно	Задовільно	Добре	Відмінно
Теоретичний зріз знань (тест множинного вибору, за кожну правильну відповідь 1 бал)	<5 балів	6 балів	7-8 балів	9-10 балів
	Студент володіє окремими теоретичними елементами курсу. Цілісність розуміння теоретичного матеріалу відсутня.	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни, які є мінімально допустимими. Розуміє основні положення, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок.	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі дисципліни, але допускає окремі неточності.	Студент демонструє повні й міцні знання навчального теоретичного матеріалу в обсязі, що відповідає програмі курсу.
Вирішення практичних і ситуаційних завдань за темами курсу	<12 балів	12-15 балів	15-18 балів	18-20 балів
	Завдання виконано частково і неякісно	Завдання розв'язані, але містять грубі помилки; завдання розв'язані не у повному обсязі та допущено значні помилки; не сформульовані висновки за результатами розрахунків	Завдання виконані повністю але при розв'язуванні допущені незначні помилки; не обґрунтовано викладений матеріал; у висновках містяться помилки та недоречності	Завдання розв'язані повністю і правильно, містять пояснення до розрахунків; показано вміння самостійно формулювати висновки за результатами проведеного дослідження
Розрахункове завдання 1	<12 балів	12-15 балів	15-18 балів	18-20 балів
	Завдання виконано частково і неякісно	Завдання розв'язані, але містять грубі помилки; завдання розв'язані не у повному обсязі та допущено значні помилки; не сформульовані	Завдання виконані повністю але при розв'язуванні допущені незначні помилки; не обґрунтовано викладений матеріал; у	Завдання розв'язані повністю і правильно, містять пояснення до розрахунків; показано вміння самостійно формулювати висновки за результатами

		висновки за результатами розрахунків	висновках містяться помилки та недоречності	проведеного дослідження
Презентація з доповіддю	<6 балів	7 балів	8 балів	9-10 балів
	Вимоги щодо завдання не виконано	Більшість вимог виконано, але окремі складові відсутні або недостатньо розкрити, відсутній аналіз інших підходів до питання	Виконано усі вимоги завдання	Виконано усі вимоги завдання, продемонстровано, креативність, вдумливість, запропоновано власне вирішення проблеми, присутній творчий підхід
Екзамен (письмово, 2 теоретичних питання, 1 практичне завдання)	<18 балів	18-23	23-28 балів	30 балів
	Студент взагалі не відповів на питання, або його відповідь є неправильною, Аргументація відсутня взагалі або ж є абсолютно безсистемною чи алогічною. Задача розв'язана невірно. Відповідь на ситуативне завдання є необґрунтованою та алогічною.	Студент дав відповідь на поставлене питання, однак допустив суттєві помилки як змістовного характеру, так і при оформленні відповіді на питання, у роботі багато грубих орфографічних помилко; порушено алгоритм розв'язку задачі і/або присутні помилки при розрахунках, відсутні висновки; обґрунтування відповіді до ситуаційного завдання є слабко аргументованим і/або в окремих аспектах алогічним.	Студент дав досить змістовну відповідь на поставлене питання, але відповідь недостатня повнота, незначні неточності чи прогалини при поясненні того чи іншого аспекту питання; відповідь на ситуаційне завдання є недостатньо аргументованою; алгоритм розв'язку задачі є вірним, однак допущені помилки при розрахунках.	Відповідь студента містить повний, розгорнутий, правильний виклад матеріалу з поставленого питання; демонструє знання основних понять і категорій та взаємозв'язку між ними, вірно розуміння змісту основних теоретичних положень; вказує на вміння давати змістовний та логічний аналіз матеріалу з поставленого питання; містить послідовний та аргументований розв'язок задачі (завдання); вірно зроблені розрахунки до задачі.

5.3. Формативне оцінювання:

Для оцінювання поточного прогресу у навчанні та розуміння напрямів подальшого удосконалення передбачено

№	Елементи формативного оцінювання	Дата
1	Теоретичне опитування (питання / тести)	3,8,12,14 тижні
2	Вирішення практичних і ситуаційних завдань	На кожному занятті
3	Обговорення самостійно виконаних домашніх завдань студентів	На кожному занятті
4	Усне обговорення презентації з доповіддю протягом занять	Протягом 1 тижня після подання на перевірку

6. НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ (ЛІТЕРАТУРА)

6.1. Основні джерела

6.1.1. Підручники, посібники

1. Аракелова І. О. Маркетинг послуг. Навчальний посібник. Київ: МДУ, 2024. 217 с. URL: <http://repository.mu.edu.ua/jspui/handle/123456789/6048>

2. Іванова Л.О., Семак Б.Б., Вовчанська О.М. Маркетинг послуг: навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с. URL: https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/11841/1/Marketing_poslyg_30.01.2018_PЕД.pdf

3. Шумкова О.В., Шумкова В.І. Маркетинг послуг. Навчальний посібник для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання. Суми, 2024. 188 с. (Бібліотека СНАУ)

6.1.2. Методичне забезпечення

1. Шумкова О.В., Шумкова В.І. Маркетинг послуг. Навчальний посібник для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання. Суми, 2024. 188 с.

2. Шумкова О.В. Маркетинг послуг. Конспект лекцій для студентів 4 курсу спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеня «Бакалавр» денної та заочної форм навчання Суми, 2022. 108 с. (Протокол № 4 від 12.05.2022 р.)

3. Шумкова О.В. Маркетинг послуг. Робочий зошит (методичні рекомендації) для проведення практичних занять для студентів 4 курсу спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеня «Бакалавр» денної та заочної форм навчання Суми, 2022. 31 с. (Протокол № 4 від 12.05.2022 р.)

4. Шумкова О.В. Маркетинг послуг. Методичні вказівки для виконання самостійної роботи для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форми навчання. Суми, 2023. 30 с. (Протокол № 8 від 30.03.2023 р.)

5. Курс «Маркетинг послуг» в системі MOODLE. / Автор: О.В. Шумкова URL: <https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=2076>

6.1.3. Інші джерела

1. Безус Р.М., Курбацька Л.М., Кадирус І.Г., Донських А.С., Воловик Д.В. Маркетинг у банках: навчальний посібник. Дніпро: Журфонд, 2019. 320 с. URL: <http://dspace.dsau.dp.ua/jspui/handle/123456789/2858>

2. Давидова О. Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: підручник. Харків: Вид-во Іванченка І.С., 2018. 488 с.

3. Журавка О. С., Бухтіарова А.Г., Пахненко О.М. Страхування: навчальний посібник. Суми: Сумський державний університет, 2020. 350 с.

4. Летуновська Н. Є., Люльов О. В. Маркетинг у туризмі: підручник. Суми: Сумський державний університет, 2020. 270 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream->

download/123456789/77338/3/Letunovska_Marketynh.pdf;jsessionid=5E37D54BA1DD6A0D249C9921E0E54F10

5. Опорний конспект лекцій з курсу «Маркетинг послуг». Укл.: к.е.н., доц.. Н.М. Голда, к.е.н., доц. І. Л.Піняк, к.е.н. доц. Якимишин Л.Я. Тернопіль, 2018, 70 с. URL: <https://ua-referat.com/uploaded/konspekt-lekcij-z-kursu--marketing-poslug-dlya-studentiv-denno/index1.html>

6. Соколенко А.С. Організація ресторанного господарства: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальності 242 – Туризм / А. С. Соколенко, І. С. Баландіна ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 120 с.
<http://eprints.kname.edu.ua/61768/1/Соколенко%2C%20КЛ%2C%20pdf.pdf>

8. Шумкова О.В., Лишенко М.О, Шумкова В.І. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник для студентів 4 курсу спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеня - «Бакалавр» денної та заочної форм навчання. Суми: ФОП Литовченко Є.Б., 2020. 250 с.

9. Шумкова О.В. Особливості сегментації споживачів на ринку медичних послуг. Приазовський економічний вісник. 2020. Вип.4 (21). С.76-80. Електронне наукове фахове видання Класичного приватного університету. URL: <http://pev.kpu.zp.ua/vyusk-4-21>

10. Шумкова О.В., Шумкова В.І. Особливості міжнародної маркетингової сертифікації послуг. Економічний простір. Збірник наукових праць. 2022. № 179 С.86-90. URL: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1086>

11. Шумкова О.В., Нечипоренко В.В., Шумкова В.І. Менеджмент формування соціально-інноваційного іміджу підприємства сфери послуг. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. 2024. Випуск 19. С. 266-273 URL: <http://tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/issue/view/19>

12. Шумкова О.В. Ціноутворення у сфері послуг як фактор впливу на попит. *Інфраструктура ринку*. 2026. Випуск 88. С. 149-154. URL: <https://www.market-infr.od.ua/uk/archive>

6.2. Додаткові джерела

1. Офіційний сайт організації Українська асоціація маркетингу. URL: <http://www.uam.kneu.kiev.ua>

2. Маркетинг в Україні. Науковий журнал Української асоціації маркетингу. URL: <http://uam.in.ua/ukr/projects/marketing-in-ua/arhive.php>

3. Офіційний сайт організації International Institute of Marketing Professionals. URL: <http://www.theiimp.org/marketing-international-association>

4. Офіційний сайт організації American Marketing Association URL: <https://www.ama.org>

6.3. Програмне забезпечення

1. Сайт дистанційного навчання: <https://cdn.snau.edu.ua/moodle/>

2. Сайт бібліотеки СНАУ: <https://library.snau.edu.ua/>

3. Використання стандартних пакетів Microsoft: Word, Excel, PowerPoint

4. Використання платформ Zoom, Google Meet, Microsoft Teams, Viber для організації онлайн-занять.