

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет економіки та управління
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

нормативного освітнього компонента

ВСТУП ДО ФАХУ

підготовки бакалавра

галузі знань 07 Управління та адміністрування

спеціальності 075 Маркетинг

освітньо-професійної програми Маркетинг

Силабус освітнього компонента ВСТУП ДО ФАХУ підготовки бакалавра у галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг, за освітньо-професійною програмою Маркетинг.

Розробник: ЛЯЛЮК А. М., доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, доцент

Погоджено:

Гарант освітньо-професійної програми:



Алла ЛЯЛЮК

Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри маркетингу протокол №1 від 08.09.2023 р.

Завідувач кафедри



Тетяна САК

I. Опис освітнього компонента

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній ступінь	Характеристика освітнього компонента
Денна форма навчання	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг Маркетинг Бакалавр	Нормативний
Кількість годин/кредитів ECTS 120/4		Рік навчання 1
		Семестр 1
ІНДЗ: немає		Лекції 30 годин
		Практичні 32 год
		Самостійна робота 50 годин
Мова навчання		Консультації 8 годин
Сторінка курсу в MOODLE	Форма контролю: екзамен	
	Українська	
	https://moodle.vnu.edu.ua/course/view.php?id=2500	

II. Інформація про викладачів

Лялюк Алла Миколаївна, к. е. н., доцент, доцент кафедри маркетингу
Дні занять розміщено на: <http://194.44.187.20/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>
Букало Надя Артемівна, к.е.н., доцент кафедри маркетингу,
тел. 0(332)248978, BukaloNadiya@vnu.edu.ua
Дні занять розміщено на <http://94.130.69.82/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>

III. Опис освітнього компонента

1. Анотація освітнього компонента. Освітній компонент «Вступ до фаху» належить до переліку нормативних освітніх компонентів за освітнім ступенем «Бакалавр » передбачений для підготовки здобувачів освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг». У сучасних умовах глобальних зрушень у житті нашої держави актуальним є формування у студентів загального уявлення про структуру, зміст, характер і специфіку їхньої майбутньої професійної діяльності, формування знань щодо базових категорій маркетингу, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів у сучасних умовах, ознайомлення зі змістом та основними формами навчання у вищому закладі освіти, видами і формами перевірки й оцінки знань, умінь та навичок.

Предметом вивчення освітнього компонента є зміст, характер і сфери майбутньої професійної діяльності маркетолога та особливості його підготовки у ВНУ імені Лесі Українки

2. Мета освітнього компонента – передбачає ознайомлення здобувачів освіти із значенням, змістом, специфікою та особливостями обраного ними фаху, сучасним станом і перспективами розвитку обраної спеціальності, показати роль і місце маркетингової служби на підприємствах різної форми власності та видів діяльності.

Завдання: розкрити місце економічної підготовки здобувачів освіти у їх професійній підготовці, шляхи формування культури економічного спілкування; дати уявлення про раціональні форми і методи самостійної роботи з оволодіння спеціальністю, про роль самовиховання у формуванні основ майстерності з маркетингу; ознайомити майбутніх маркетологів з системою вищої освіти в Україні, принципами її побудови; сприяти формуванню особистості майбутнього бакалавра, розвитку його культури, ерудиції; вивчення теоретичних понять категорій маркетингу та сучасних тенденцій; опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності на підприємствах; набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності.

3. Результати навчання (компетентності).

Інтегральна компетентність

Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетенції

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК11. Здатність працювати в команді.

ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо

Фахові компетенції

ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності

Програмні результати навчання

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

ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

4. Структура освітнього компонента.

Таблиця 2

Назва змістовних модулів і тем	Формування компетентностей та програмних результатів навчання			Кількість годин					Форма контролю/ Бали
	ЗК	ФК	ПРН	Усього	У тому числі				
					лекції	практичні	самостійна робота	консультації	
Змістовий модуль 1. Підготовка майбутніх маркетологів у ВНУ імені Лесі Українки									
Тема 1. Маркетинг в системі управління підприємством	ЗК6	ФК 1 ФК 2 ФК 12	ПРН 1	6	2	2	2	-	ІРС 4 бали
Тема 2. Організація навчального процесу у ВНУ імені Лесі Українки. Нормативно-правова база	ЗК4 ЗК7 ЗК11	ФК 3 ФК 5	ПРН12.	17	4	2	10	1	ІРС, Р 5 балів

функціонування вищої освіти									
Тема 3. Інформаційно-методичне забезпечення навчального процесу в університеті та науково-дослідницька робота студентів	ЗК4 ЗК7 ЗК11	ФК 3 ФК 5	ПРН12.	19	6	8	4	1	РС, Р, ІРС, 6 балів
Тема 4. Практична підготовка і самостійна робота студента	ЗК4 ЗК7 ЗК11	ФК 3 ФК 5	ПРН12.	18	4	4	8	2	Р/ ІРС/ 5 балів
Разом за модулем 1				60	16	16	24	4	20 балів
Змістовий модуль 2. Зміст, характер і сфери майбутньої професійної діяльності маркетолога									
Тема 5. Професійно-кваліфікаційна характеристика фахівця з маркетингу	ЗК4 ЗК6 ЗК14	ФК 1 ФК 2 ФК 4 ФК 5 ФК 12 ФК 14	ПРН 1 ПРН-16	15	2	4	8	1	ІРС/ 5 балів
Тема 6. Основні напрями і види професійної діяльності фахівця з маркетингу	ЗК4 ЗК6 ЗК14	ФК 1 ФК 2 ФК 4 ФК 5 ФК 12 ФК 14	ПРН 1 ПРН-16	13	2	4	6	1	Р, П /5 балів
Тема 7. Функціонування основних елементів комплексу маркетингу	ЗК4 ЗК6 ЗК14	ФК 1 ФК 2 ФК 4 ФК 5 ФК 12 ФК 14	ПРН 1 ПРН-16	17	6	4	6	1	Т, К, П /5 балів
Тема 8. Маркетингове середовище: структура та його дослідження	ЗК4 ЗК6 ЗК14	ФК 1 ФК 2 ФК 4 ФК 5 ФК 12 ФК 14	ПРН 1 ПРН-16	15	4	4	6	1	Т, К, П /5 бали
Разом за модулем 2				60	14	16	26	4	20 балів
Види підсумкових робіт									
Модульна контрольна робота 1									МКР/ 30 балів
Модульна контрольна робота 2									МКР/ 30 балів
Всього годин / Балів				120	30	32	50	8	max 100 балів

Форма контролю*: Т – тести, К –розв'язування кейсів, ІРС – індивідуальна робота здобувача, РМГ – робота в малих група, МКР – модульна контрольна робота, П – презентація

роботи; Р – реферат.

Види навчальної діяльності, форми і методи навчання розміщені на платформі дистанційного навчання Moodle за посиланням <https://moodle.vnu.edu.ua/course/view.php?id=2500>

5. Завдання для самостійного опрацювання

Самостійна робота полягає в підготовці до контрольного оцінювання за питаннями, підготовленими викладачем на основі лекційного матеріалу та з використанням відповідного навчально-методичного забезпечення. Порядок виконання самостійної роботи викладено у методичних рекомендаціях до самостійної роботи, розміщених за посиланням: <https://moodle.vnu.edu.ua/course/view.php?id=2500>

Таблиця 3

Тема	Питання для самостійної роботи	К-сть год
1	1.1. Етапи еволюції концепцій маркетингу 1.2. Види маркетингу за видами попиту	5
2	2.1. Положення про організацію навчального процесу у Волинському національному університеті імені Лесі Українки. Глосарій. 2.2. Положення про поточне та підсумкове оцінювання знань студентів Волинського національного університету імені Лесі Українки. 2.3. Академічні права здобувачів освіти: 2.4. Переведення, відрахування студентів та надання їм академічної відпустки 2.5. Визнання результатів навчання 2.6. Вільне відвідування 2.7. Формування індивідуальної траєкторії навчання 2.8. Форми навчання 2.9. Форми організації навчального процесу та види навчальних занять 2.10. Оргнізація навчальних занять: лабораторне заняття, індивідуальні заняття, консультація	10
3	3.1 Характеристика маркетингових друкованих видань в Україні	5
4	4.1. Положення про підготовку студентів у ВНУ імені Лесі Українки з використанням дуальної форми здобуття освіти 4.2. Самостійна робота здобувача освіти 4.3. Види і форми індивідуальної роботи студента 4.4. Випускна кваліфікаційна робота	8
5	5.1. Фахові компетентності, якими повинен володіти бакалавр маркетингу	4
6	6.1. Робота фахівців сфери маркетингових комунікацій. 6.2. Основні характеристики професійної діяльності менеджера з продажів.	6
7	7.1. Конкурентоспроможність товару 7.2. Ціна як елемента маркетингового комплексу 7.3. Взаємозв'язок маркетингу і логістики 7.4. Цілі і завдання реклами	6
8	8.1. Дослідження маркетингового середовища підприємства 8.2. Сутність кон'юнктури ринку 8.3. Маркетинг та конкуренція	6
	Разом	50

IV. Політика оцінювання

Оцінювання відбувається згідно Положення про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів вищої освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки від 30.08.2023 р. https://vnu.edu.ua/sites/default/files/2023-09/2023_Polozh_pro_otzin.pdf

Політика щодо зарахування результатів формальної, неформальної та інформальної освіти.

Визнання результатів навчання, отриманих у формальній освіті, можливе: під час переведення

здобувача освіти з іншого закладу вищої освіти; під час поновлення здобувача освіти на навчання до ВНУ імені Лесі Українки; за результатами навчання в рамках програм академічної мобільності, програм «Подвійний диплом»; за результатами вступу на перший (бакалаврський) рівень на базі освітнього рівня «фаховий молодший бакалавр», освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»; за результатами навчання, здобутими з використанням елементів дуальної освіти; під час навчання здобувача освіти у двох і більше закладах освіти або ОПП.

Під час вивчення освітнього компонента передбачена можливість визнання отриманої здобувачем неформальної освіти як оцінку з окремих тем згідно Положення про визнання результатів навчання, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті у Волинському національному університеті імені Лесі Українки від 29.06.2022 р.

https://ed.vnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/08/2022_%D0%92%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D1%80%D0%B5%D0%B7%D1%83%D0%BB_%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B2_%D0%92%D0%9D%D0%A3_i%D0%BC_%D0%9B.%D0%A3_%D1%80%D0%B5%D0%B4.pdf.

Здобувачі освіти мають право на визнання результатів навчання в неформальній та інформальній освіті (курси навчання в центрах освіти, курси інтенсивного навчання, семінари, конференції, олімпіади, конкурси наукових робіт, літні чи зимові школи, бізнес-школи, тренінги, майстер-класи, наукові публікації, науково-дослідна робота, робота у наукових гуртках, індивідуальні завдання, що поглиблюють навчальний матеріал освітньої компоненти, навчання на таких платформах як: Prometheus, Coursera, edEx, edEra, FutureLearn та інших) в обсязі, що загалом не перевищує 10 % від загального обсягу кредитів, передбачених ОП. На бакалаврському рівні це не більше ніж 6 кредитів. Для ОК «Вступ до фаху» це 0,4 кредити, тобто 12 годин.

Визнанню можуть підлягати такі результати навчання, отримані в неформальній освіті, які за тематикою, обсягом вивчення та змістом відповідають як освітньому компоненту в цілому, так і його окремому розділу, темі (темам), індивідуальному завданню, контрольній роботі тощо, які передбачені силабусом освітнього компонента: 5 балів до екзамену за сертифікат курсу «Маркетинг: розробка та продаж пропозиції цінності» на платформі відкритих онлайн-курсів Prometheus» (https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+MARKETING101+2015_T2), на платформі відкритих онлайн-курсів Coursera (напр. The Art of Sales: Mastering the Selling Process <https://www.coursera.org/specializations/the-art-of-sales-mastering-the-selling-process>), або інших ресурсах - 10 балів до оцінки за екзамен.

Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті, визнаються шляхом валідації та відбувається в семестрі, що передує семестру початку вивчення освітнього компонента, або під час вивчення ОК, але довший термін, наприклад, не пізніше 01 грудня та 01 травня, враховуючи ймовірність непідтвердження здобувачем результатів такого навчання.

Політика викладача щодо здобувача освіти ґрунтується на засадах ефективної співпраці. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. Здобувачі освіти зобов'язані дотримуватись термінів, визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом, заздалегідь повідомляти викладача про відсутність на занятті. Про відсутність з поважних причин здобувачі освіти зобов'язані доводити до відома викладача заздалегідь. Пропущені заняття відпрацьовувати під час консультацій. Через об'єктивні причини (наприклад, хвороба, міжнародне стажування, індивідуальний план навчання) навчання може відбуватись в онлайн формі з використанням системи Moodle, Office 365 (Teams) за погодженням із керівником курсу.

Під час вивчення освітньої компоненти при поточному контролі оцінюванню підлягають результати навчання, що виявляються через продемонстровані здобувачем знання та набуті уміння й навички, а саме:

- за роботу на практичних заняттях;
- за виконання модульних контрольних робіт;
- за виконання завдання самостійної роботи.

Під час проведення модульних контрольних робіт передбачене оцінювання результатів навчання, які здобувач набув після опанування навчального матеріалу змістового модуля. Передбачено 2 модульні контрольні роботи, які можуть бути проведені в синхронному режимі (як аудиторна контрольна робота) або асинхронному режимі (наприклад, засобами платформи Moodle

або Teams).

Політика щодо додаткових (бонусних) балів.

За рішенням кафедри здобувачам освіти, які брали участь у роботі конференцій, підготовці наукових публікацій, в олімпіадах, конкурсах студентських наукових робіт, спортивних змаганнях, мистецьких конкурсах тощо й досягли значних результатів, може бути присуджено додаткові (бонусні) бали, які зараховуються як результати поточного контролю з відповідного ОК. Систему бонусних балів погоджує науково-методична комісія факультету (https://vnu.edu.ua/sites/default/files/2023-09/2023_Polozh_pro_otzin.pdf).

Додаткові (бонусні) бали, які за тематикою відповідають освітньому компоненту, зараховуються за такі види робіт:

- опублікована наукова стаття у фахових виданнях України чи рецензованих закордонних журналах – 10 балів;
- публікація тез – з виступом на конференції 5 балів, без виступу – 3 бали;
- підготовка та участь у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт, конкурсі дипломних і магістерських робіт – 7 балів;
- перемога у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт, конкурсі дипломних і магістерських робіт – 15 балів;
- подача проектних заявок на участь в студентських програмах обміну, стипендійних програмах, літніх та зимових школах тощо – 7 балів.

Політика щодо академічної доброчесності.

Процес вивчення освітнього компонента здійснюється за умов дотримання здобувачами освіти та викладачем Кодексу академічної доброчесності Волинського національного університету імені Лесі Українки від 30.10.2020 р. <http://ra.vnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/03/Kodeks-akademichnoyi-dobrochesnosti.pdf>. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату. Списування під час контрольних робіт та заліку заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.

Політика щодо дедлайнів та перескладання.

Терміни виконання практичних робіт, самостійної роботи викладач повідомляє на перших заняттях або прописує на інтернет-платформі курсу. Письмові роботи, які виконуватимуться з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-2 бали). Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний). Терміни ліквідації академічної заборгованості визначає розклад заліково-екзаменаційної сесії.

Письмові роботи, у вигляді модульних контрольних робіт, що не виконані здобувачем, можуть бути виконані у години консультацій за погодженням з керівником курсу.

V. Підсумковий контроль

Підсумковий контроль проводиться у формі усного семестрового екзамену згідно затвердженого розкладу.

Підсумкова семестрова оцінка з освітнього компоненту (за 100-бальною шкалою) визначається двома способами як сума трьох складових: 40 балів за поточне оцінювання і 60 балів за модульні контрольні роботи або 40 балів за поточне оцінювання та 60 балів за іспит.

Підсумкова семестрова оцінка виставляється без складання іспиту, якщо здобувач освіти успішно виконав усі завдання, передбачені силабусом освітнього компоненту, і набрав при цьому 75 балів і більше. Така оцінка виставляється у день проведення екзамену за умови обов'язкової присутності здобувача освіти. У разі незадовільної підсумкової семестрової оцінки, або за бажання підвищити рейтинг, здобувач освіти складає екзамен (60 балів), а його результат за модульні контрольні роботи анулюється.

Екзаменаційна оцінка визначається в балах від 0 до 60 за результатами виконання екзаменаційних завдань. Здобувачу освіти пропонується дати відповідь на 2 питання, кожне з яких оцінюється в 15 балів, вирішити ситуацію, яка оцінюється в 30 балів

Перелік питань на екзамен

1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція.
2. Маркетинг як філософія бізнесу.
3. Історія університету імені Лесі Українки.
4. Принципи академічної доброчесності.
5. Положення про організацію навчального процесу.
6. Університетська нормативно-правова база організації навчального процесу.
7. Навчальний час студента.
8. Права здобувачів освіти.
9. Обов'язки здобувачів освіти.
10. Академічна мобільність студентів.
11. Рівні вищої освіти.
12. Спеціальності та освітні програми, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти.
13. Види освіти. Мова викладання. Види навчальних дисциплін.
14. Види навчальних занять. Лекція. Практичне заняття. Семінарське заняття.
15. Практична підготовка.
16. Самостійна робота.
17. Індивідуальна робота студента.
18. Поточний контроль. Підсумковий контроль.
19. Державна атестація студента. Державний іспит.
20. Положення про формування індивідуальної освітньої траєкторії у ВНУ імені Лесі Українки
21. Вимоги на ринку праці до сучасного маркетолога. Програмні результати навчання за освітньою програмою Бакалавр.
22. Загальні компетентності, яким має володіти бакалавр.
23. Нормативні освітні компоненти ОП Маркетинг для підготовки першого (бакалаврського) рівня підготовки у ВНУ імені Лесі Українки.
24. Професія маркетолог: спеціальність і посада.
25. Маркетингові професії.
26. Характеристика 7 ключових soft skills маркетолога.
27. Товар як засіб задоволення потреб споживачів.
28. Товарна марка і товарний знак.
29. Ціноутворення у маркетингу.
30. Розповсюдження як один із елементів комплексу маркетингу.
31. Чинники, які визначають тип і структуру каналів розповсюдження.
32. Інтегровані маркетингові комунікації.
33. Чинники маркетингового середовища підприємства.
34. Маркетингова інформація і маркетингові дослідження.
35. Дослідження купівельної поведінки споживачів.
36. Етапи еволюції концепцій маркетингу.
37. Види маркетингу за видами попиту.
38. Положення про організацію навчального процесу у Волинському національному університеті імені Лесі Українки. Глосарій.
39. Положення про поточне та підсумкове оцінювання знань студентів Волинського національного університету імені Лесі Українки.
40. Академічні права здобувачів освіти.
41. Переведення, відрахування студентів та надання їм академічної відпустки.
42. Визнання результатів навчання.
43. Вільне відвідування.
44. Формування індивідуальної траєкторії навчання.
45. Форми навчання.
46. Форми організації навчального процесу та види навчальних занять.
47. Організація навчальних занять: лабораторне заняття, індивідуальні заняття, консультація.
48. Характеристика маркетингових друкованих видань в Україні.
49. Положення про підготовку студентів у ВНУ імені Лесі Українки з використанням дуальної

форми здобуття освіти.

50. Самостійна робота здобувача освіти.
51. Види і форми індивідуальної роботи студента.
52. Випускна кваліфікаційна робота.
53. Фахові компетентності, якими повинен володіти бакалавр маркетингу.
54. Робота фахівців сфери маркетингових комунікацій.
55. Основні характеристики професійної діяльності менеджера з продажів.
56. Конкурентоспроможність товару.
57. Ціна як елемент маркетингового комплексу.
58. Взаємозв'язок маркетингу і логістики.
59. Цілі і завдання реклами.
60. Дослідження маркетингового середовища підприємства.
61. Сутність кон'юнктури ринку.
62. Маркетинг та конкуренція.

VI. Шкала оцінювання

Таблиця 4

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка	Оцінка за шкалою ECTS	
		оцінка	пояснення
90–100	Відмінно	A	відмінне виконання
82–89	Дуже добре	B	вище середнього рівня
75–81	Добре	C	загалом хороша робота
67–74	Задовільно	D	непогано
60–66	Достатньо	E	виконання відповідає мінімальним критеріям
1–59	Незадовільно	Fx	необхідне перескладання

VII. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна література

1. Павлова О., Лялюк А., Букало Н. Вступ до спеціальності: курс лекцій. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2022. 84 с.
2. Лялюк А.М. Вступ до фаху : методичні рекомендації до самостійної роботи. Луцьк: Вид-во КП ІА «Волиньенергософт», 2023 61 с. (протокол науково-методичної ради № 4 від 20.12.23 р.), 2023 61 с. (протокол науково-методичної ради № 4 від 20.12.23 р.)
3. Павлов К.В., Лялюк А.М., Павлова О.М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Рекомендовано до друку, Гриф ВНУ імені Лесі Українки, рішення Вченої Ради (протокол № 7 від 26.05.22 р.) Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.
4. Про освіту : Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VIII. Голос України. 2017. 27 верес. (№ 178-179) 2. Волинський національний університет імені Лесі Українки : веб-сайт URL: <https://vnu.edu.ua/uk> 3. Статут Волинського національного університету імені Лесі Українки : веб-сайт URL: <https://vnu.edu.ua/uk/statut-snu-imeni-lesi-ukrayinki>
5. Стратегія розвитку Волинського національного університету імені Лесі Українки : вебсайт URL: <https://vnu.edu.ua/uk/strategiya-rozvitku-shidnoievropeyskogo-nacionalnogo-universitetuimeni-lesi-ukrayinki>
6. Програма реалізації стратегії Волинського національного університету імені Лесі Українки протягом 2020-2024рр.: веб-сайт URL: <https://vnu.edu.ua/uk/programa-rozvitkushidnoievropeyskogo-nacionalnogo-universitetu-imeni-lesi-ukrayinki-na-2020-2024>

7. Кодекс академічної доброчесності Волинського національного університету імені Лесі Українки: веб-сайт URL: <https://ra.vnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/Kodeks-akademichnoyidobrochesnosti.pdf>
8. Положення «Про Комітет етики з наукових досліджень ВНУ імені Лесі Українки»: вебсайт URL: <https://ra.vnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/Komitet-z-etyky-naukovyh-doslidzhen-.pdf>
9. Положення «Про систему запобігання та виявлення академічного плагіату у науководослідній діяльності науково-педагогічних працівників ВНУ імені Лесі Українки» : веб-сайт URL: <https://ra.vnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/11/Polozhennya-Antyplagiat.pdf>
10. Положення «Про індивідуальний навчальний план студента» : веб-сайт URL: https://ed.vnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/Induvid_navj_plan_stud.pdf
11. Положення «Про формування порядку формування індивідуальної траєкторії навчання студентів ВНУ імені Лесі Українки» : веб-сайт URL: <http://surl.li/keef>
12. Кармінська-Белоброва М.В. Конспект лекцій з дисципліни «Вступ до спеціальності» для студентів денної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг». Х.: НТУ «ХПІ», 2018 р. 128 с.
13. Писаренко Л., Царьова Т.А., Кофанов Є. Маркетинг. Вступ до спеціальності: навчально-методичний комплекс дисципліни: навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», перший (бакалаврський) рівень вищої освіти. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 82 с.

Додаткова література

14. Котлер Ф. Армстронг Г. Котлер Ф. Маркетинг [пер. з англ.]. Київ: Науковий світ, 2022. Видавничий дім Вільямс, 2001. 608 с.
15. Котлер Ф. Основи маркетингу. Видавничий дім «Вільямс». 2019. 496 с.

Інформаційні ресурси

1. Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua/>
2. Бібліотека ім. В.Г. Короленко. URL: <http://korolenko.kharkov.com/>
3. Студентська електронна бібліотека URL: <http://www.lib.ua-ru.net/>
4. Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>
5. Державний служба статистики Офіційний сайт URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії бібліотеки ВНУ імені Лесі Українки. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua>
7. Кабінет Міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua/>.
8. Українська Асоціація Маркетингу (УАМ) Офіційний сайт URL: <https://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/archive.php>
9. Онлайн-дослідження Kantar Україна. URL: <http://uam.in.ua/upload/iblock/84c/14.pdf>
10. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії бібліотеки ВНУ імені Лесі Українки. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua>