

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Кафедра Економіка та митна справа
(найменування кафедри, яка відповідає за дисципліну)

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан ФБТЕ Олена ВАСИЛЬСВА

« 27 » 08 2026 року

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОК7 Стратегічні рішення в глобальному середовищі
(шифр за відповідною освітньою програмою та назва навчальної дисципліни)

освітня програма (спеціалізація) «Міжнародна економічна та митна діяльність»
(назва освітньої програми (спеціалізації))

спеціальність С1 Економіка та міжнародні економічні відносини (за спеціалізаціями)
(код і найменування спеціальності)

галузь знань С Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини
(код і найменування галузі)

ступінь вищої освіти Магістр
(назва ступеня вищої освіти)

2026 рік

програма з дисципліни Стратегічні рішення в глобальному середовищі
(назва навчальної дисципліни)

спеціальності C1 Економіка та міжнародні економічні відносини (за спеціалізаціями)
(код і найменування спеціальності)

освітня програма (спеціалізація) «Міжнародна економічна та митна діяльність»
(назва освітньої програми (спеціалізації))

Розробник (и): Антонюк К.І., професор кафедри Економіка та митна справа,
д.е.н., проф.
(вказати авторів, їхні посади, наукові ступені та вчені звання)

Програма погоджена:

Завідувач кафедри  Андрій СОКОЛОВ
на якій виконується освітній компонент 25. 08. 2026

Гарант освітньої програми:  Андрій КАРПЕНКО
(імя прізвище) 25. 08. 2026

Схвалено науково-методичною комісією факультету Бізнес-технологій та економіки
(найменування факультету)

Протокол від « 27 » 08 20 26 року № 1

Голова науково-методичної комісії  Олена ВАСИЛЬЄВА
(імя прізвище) 27. 08. 2026

1. Опис навчальної дисципліни

Загальна характеристика

Обов'язковий освітній компонент	
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Ступінь вищої освіти	Магістр
Галузь знань	C Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини
Спеціальність	C1 Економіка та міжнародні економічні відносини (за спеціалізаціями)
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень

Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни	
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів	4	
Модулів	2	-
Змістових модулів	2	2
Семестр	1	1
Загальна кількість годин	120	
з них аудиторних:	48	12
<i>лекції</i>	32	6
<i>практичні</i>	16	6
<i>лабораторні</i>	-	-
<i>семінарські</i>	-	-
з них самостійної роботи:	72	108
Занять на тиждень	2	6
Індивідуальні завдання		
Форма контролю	екзамен	
Курсова робота (проект) (загальний обсяг)	-	

2. Мета навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни є формування у здобувачів вищої освіти знань і практичних навичок щодо аналізу глобального бізнес-середовища та прийняття обґрунтованих стратегічних рішень в умовах міжнародної конкуренції, невизначеності та динамічних змін світової економіки.

3. Завдання вивчення дисципліни

Основне завдання навчальної дисципліни сформувати у студентів здатність приймати обґрунтовані стратегічні рішення на основі комплексного аналізу глобального середовища, конкурентних умов, споживчих ринків та можливостей міжнародної експансії суб'єктів господарювання.

4. Пререквізити і постреквізити навчальної дисципліни

Програма курсу охоплює всі базові знання, необхідні для прийняття стратегічних рішень у глобальному середовищі. Однак для більш успішного та ґрунтовного засвоєння дисципліни бажано мати базові знання з менеджменту, маркетингу та бізнес-адміністрування.

5. Характеристика навчальної дисципліни

Загальні компетентності:

- здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями;
- здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;
- здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

Фахові компетентності:

- здатність приймати обґрунтовані рішення щодо міжнародної економічної та митної діяльності на всіх рівнях їх реалізації;
- здатність визначати й оцінювати прояви економічного глобалізму, виклики та дисбаланси глобального розвитку;
- здатність застосовувати кумулятивні знання, науково-технологічні досягнення, інформаційні технології для виявлення закономірностей та тенденцій розвитку світового господарства;
- здатність застосовувати принципи соціальної відповідальності в діяльності суб'єктів міжнародної економіки та аналізі їхнього впливу на економічний розвиток країни;
- здатність до самонавчання, підтримки належного рівня знань, готовність до опанування знань нового рівня, підвищення своєї фаховості та рівня кваліфікації;
- здатність аналізувати глобальні економічні, екологічні та соціальні виклики, інтегрувати принципи сталого розвитку у практику міжнародної економічної та митної діяльності з урахуванням міжнародних ініціатив та нормативів.

Очікувані програмні результати навчання:

приймати обґрунтовані рішення в умовах невизначеності, використовуючи креативне мислення, логічні аргументи, аналітичні дані та сучасні підходи;

систематизувати, синтезувати й упорядковувати отриману інформацію, ідентифікувати проблеми, формулювати висновки і розробляти рекомендації, використовуючи ефективні підходи та технології, спеціалізоване програмне забезпечення з метою розв'язання складних задач практичних проблем з урахуванням особливостей суб'єктів міжнародної економіки;

розв'язувати складні задачі у сфері міжнародної економічної та митної діяльності за умов невизначеності та обмежених ресурсів;

оцінювати ступінь складності завдань при плануванні діяльності та опрацюванні її результатів;

оцінювати глобальні економічні виклики, дисбаланси та ризики, розробляти обґрунтовані пропозиції щодо їх подолання;

визначати вплив глобальних тенденцій та викликів на розвиток міжнародної торгівлі та митної політики, інтегрувати принципи сталого розвитку у міжнародну економічну та митну діяльність.

6. Зміст навчальної дисципліни

Тема 1. Вплив глобалізації на прийняття стратегічних рішень.

Сутність поняття «стратегія». Еволюція стратегічних рішень під впливом глобалізації. Маркетинг як інструмент взаємодії із зовнішнім середовищем. Сутність, основні риси та елементи глобального маркетингу. Умови виникнення та етапи еволюції інструментарію взаємодії з глобальним середовищем. Планування та організація маркетингової діяльності.

Тема 2. Дослідження глобального середовища прийняття стратегічних рішень.

Сутність і особливості міжнародних маркетингових досліджень (ММД). Типи ММД. Організація ММД. Етапи ММД. Сутність і класифікація міжнародної маркетингової інформації. Бенчмаркінг.

Тема 3. Зовнішнє середовище опосередкованого впливу в глобальному контексті.

Глобальне ринкове середовище. Правове та політичне середовище. Економічне середовище. Загальна характеристика соціально-культурного середовища. Засоби комунікації та особливості ділового спілкування у глобальному середовищі. Інструментарій дослідження зовнішнього макросередовища: PESTEL-аналіз.

Тема 4. Споживачі як ключовий чинник зовнішнього середовища прямого впливу.

Унікальна торговельна пропозиція. Особливості сегментування споживачів

на світовому ринку. Відбір цільових сегментів зарубіжних ринків. Стратегії охоплення цільових сегментів. Позиціювання. Стратегічний аналіз споживачів: сегментація, таргетування та позиціонування (STP).

Тема 5. Конкурентне середовище в умовах глобалізації.

Міжнародна конкуренція та конкурентоспроможність. Аналіз конкуренції за моделлю 5ти сил М. Портера. Аналіз внутрішнього середовища підприємства. Ситуаційний аналіз (SWOT). Сутність конкурентної переваги. Поняття карти стратегічних груп.

Тема 6. Формування стратегічних рішень у глобальному середовищі.

Базисні стратегії розвитку підприємств. Стратегічні рівні прийняття управлінських рішень. Стратегічні альтернативи міжнародних підприємств. Типи маркетингових стратегій в глобальному середовищі. Елементи міжнародної стратегії. Процес стратегічного управління. Інструменти стратегічного аналізу (матричні, SPACE, GAP та інші).

Тема 7. Способи виходу суб'єктів господарювання на міжнародні ринки.

Умови та етапи виходу підприємств на міжнародні ринки. Експорт як засіб виходу зовнішній ринок. Форми зовнішньої виробничої діяльності. Прямі інвестиції як спосіб виходу на міжнародний ринок. Обґрунтування способу виходу на міжнародний ринок.

Тема 8. Формування маркетингової політики в глобальному середовищі.

Комплекс маркетингових інструментів. Етапи його інтернаціоналізації. Види та властивості товарів на світовому ринку. Особливості ЖЦТ на міжнародному ринку. Типи та види глобальної товарної стратегії. Світові ціни: сутність, види, джерела. Стратегії ціноутворення на зарубіжних ринках. Глобальна політика розподілу: сутність та етапи. Канали розподілу та товарорух. Глобальна політика комунікації: загальна характеристика, елементи, канали, стратегії. Планування реалізації стратегічних рішень у глобальному середовищі.

7. Орієнтовний розподіл навчального часу

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	Денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		лк	пр	лаб	інд	с.р.		лк	пр	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
МОДУЛЬ 1												
Тема 1. Вплив глобалізації на прийняття стратегічних рішень.	15	4	2			9	14	0,5	0,5			13
Тема 2. Дослідження глобального середовища прийняття стратегічних рішень.	13	2	2			9	12	0,5	0,5			11
Тема 3. Зовнішнє середовище опосередкованого впливу в глобальному контексті.	15	4	2			9	15	1	1			13
Тема 4. Споживачі як ключовий чинник зовнішнього середовища прямого впливу.	15	4	2			9	15	1	1			13
Разом за модулем 1	58	14	8			36	56	3	3			50
МОДУЛЬ 2												
Тема 5. Конкурентне середовище в умовах глобалізації.	15	4	2			9	14,5	0,5	1			13
Тема 6. Формування стратегічних рішень у глобальному середовищі.	17	6	2			9	18,5	1	0,5			17
Тема 7. Способи виходу суб'єктів господарювання на міжнародні ринки.	13	2	2			9	12	0,5	0,5			11
Тема 8. Формування маркетингової політики в глобальному середовищі.	17	6	2			9	19	1	1			17
Разом за модулем 2	62	18	8			36	64	3	3			58
Усього годин	120	32	16			72	120	6	6			108

8. Види навчальних занять та їх орієнтовний зміст

№ з/п	Тема	Вид занять	Орієнтовний зміст
1	Аналіз сучасних тенденцій розвитку глобальних ринків.	практичні	Есе, опитування, доповідь, обговорення
2	Планування процесу прийняття стратегічних рішень у глобальному середовищі.	практичні	Опитування, обговорення, доповідь
3	Інструментарій дослідження зовнішнього макросередовища: PESTEL-аналіз.	практичні	Опитування, обговорення, доповідь
4	Стратегічний аналіз споживачів: сегментація, таргетування та позиціонування (STP).	практичні	Опитування, обговорення, доповідь, тести
5	Оцінювання конкурентного середовища та конкурентних переваг (модель Портера, КСГ, SWOT-аналіз).	практичні	Опитування, обговорення, доповідь
6	Методи обґрунтування стратегічних рішень: матриці McKinsey, GAP та SPACE.	практичні	Опитування, обговорення, доповідь
7	Обґрунтування способу виходу на міжнародний ринок.	практичні	Опитування, обговорення, доповідь, тести
8	Планування реалізації стратегічних рішень у глобальному середовищі.	практичні	Опитування, обговорення, доповідь, презентація

Самостійна робота.

Окремі питання кожної теми курсу відведені для самостійного опанування, загальною кількістю 72 години для студентів денної форми навчання та 108 годин для студентів заочної форми навчання. Значна частина цього часу буде присвячена розробленню індивідуального стратегічного плану дій в глобальному середовищі, крок за кроком, відповідно до питань, що розглядалися на лекціях та практичних заняттях.

Метою самостійної роботи є засвоєння в повному обсязі навчальної програми та послідовне формування у здобувачів вищої освіти самостійності як риси характеру, що відіграє суттєву роль у формуванні сучасного фахівця вищої кваліфікації.

9. Форми та методи контролю

Форми контролю: вхідний, поточний, проміжний (рубіжний) та підсумковий (семестровий).

Методи контролю: усне опитування, перевірка письмових робіт, тестування, презентація матеріалу, доповідь, самоконтроль.

Методи контролю за його формами:

поточний контроль: усне опитування, захист практичних робіт та індивідуального завдання;

рубіжний контроль: тестування за темами модуля 1, модуля 2;

підсумковий контроль – іспит – форма підсумкового контролю, яка полягає в оцінці засвоєння студентом навчального матеріалу з дисципліни на підставі результатів виконання запланованих видів робіт.

10. Критерії оцінювання результатів навчання

Система оцінювання курсу.

Оцінка знань студентів здійснюється за кредитно-модульною системою. Для забезпечення вимірюваності критеріїв оцінювання поточного та проміжного контролю застосовується бальна шкала. Навчальний семестр складається з двох модулів. Кожен змістовний модуль оцінюється за 50-бальною шкалою. Підсумковий контроль визначається як сума двох контролів за змістовний модуль.

Результати навчання здобувача (підсумковий результат) оцінюються за стобальною шкалою:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Визначення
90 – 100	Повно та ґрунтовно засвоїв всі теми навчальної програми, повністю виконав усі завдання з кожної теми.
85-89	Недостатньо повно та ґрунтовно засвоїв окремі питання програми дисципліни, отримав не менше 85% максимальної кількості балів за обов'язкові види робіт з кожної теми.
75-84	Недостатньо повно та ґрунтовно засвоїв окремі питання програми дисципліни, отримав не менше 75% максимальної кількості балів за обов'язкові види робіт з кожної теми.
70-74	Недостатньо повно та ґрунтовно засвоїв окремі питання програми дисципліни, отримав не менше 70% максимальної кількості балів за обов'язкові види робіт з кожної теми.
60-69	Недостатньо повно та ґрунтовно засвоїв окремі питання програми дисципліни, отримав не менше 60% максимальної кількості балів за обов'язкові види робіт з кожної теми.
35-59	Не засвоїв більшості тем навчальної програми, отримав не менше 35% максимальної кількості балів за обов'язкові види робіт з кожної теми.
1-34	Не засвоїв більшості тем навчальної програми, отримав менше 35% максимальної кількості балів за обов'язкові види робіт з кожної теми.

Отримання позитивної оцінки передбачає отримання позитивних оцінок за всіма визначеними силабусом (програмою освітнього компонента) обов'язковими видами поточного та проміжного контролю. Позитивною оцінкою з кожного обов'язкового виду поточного та проміжного контролю є результат не менший 60 % від максимальної кількості балів за відповідний вид контролю.

Поточний контроль									
Модуль 1					Модуль 2				
Змістовний модуль 1					Змістовний модуль 2				
T1	T2	T3	T4	МК1	T5	T6	T7	T8	МК2
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10

Робота на практичних заняттях та/або письмове виконання поточних завдань з кожної теми оцінюється за 10-бальною шкалою:

Бали	Критерії оцінювання
9-10	Відмінне розуміння матеріалу, глибокі аргументовані відповіді. Повністю самостійне, логічне, структуроване та глибоко обґрунтоване виконання. Відсутність помилок, дотримання академічної доброчесності.
7-8	Добре розуміння матеріалу, правильні аргументовані відповіді. Самостійне виконання, логічна структура, хороше обґрунтування, незначні неточності, дотримання академічної доброчесності.
5-6	Базове розуміння матеріалу, правильні, але поверхневі відповіді. Виконання з елементами самостійності, загалом логічна відповідь, окремі помилки, дотримання академічної доброчесності.
3-4	Фрагментарне розуміння, слабкі та недостатньо аргументовані відповіді. Низька самостійність, слабка структура та обґрунтування, багато помилок, дотримання академічної доброчесності..
1-2	Поверхнєве або відсутнє розуміння, неправильні відповіді. Відсутність самостійності (списування), нелогічна відповідь, грубі помилки, значні порушення академічної доброчесності.

Система оцінювання студентів заочного відділення.

Під час підсумкового контролю враховуються наступні види робіт та відповідні критерії:

- підготовка та захист контрольної роботи – 60 балів;
- складання підсумкового тестування – 40 балів.

Критерії оцінювання контрольної роботи (заочна форма)

Бали	Критерії оцінювання контрольної роботи
50-60	Контрольна робота виконана самостійно на високому рівні. Відповіді повні, логічні, структуровані, містять обґрунтовані висновки та демонструють глибоке розуміння тематики дисципліни. Фактичні та методичні помилки відсутні або поодинокі й несуттєві. Дотримано вимог академічної доброчесності та оформлення роботи.
35-49	Контрольна робота виконана самостійно, відповіді загалом логічні та послідовні.

	Продemonстровано належний рівень знань і розуміння основних положень дисципліни. Окремі аспекти розкрито недостатньо повно. Наявні незначні фактичні або методичні помилки, що не впливають суттєво на загальний зміст роботи. Вимоги до оформлення та академічної доброчесності дотримано.
20-34	Робота містить базове розкриття теми, однак окремі положення викладено поверхово або недостатньо аргументовано. Простежуються порушення логіки викладу чи недостатня структурованість матеріалу. Аналіз проведено частково або формально. Наявні окремі фактичні, методичні чи стилістичні помилки. Допущено незначні недоліки в оформленні, однак ознаки академічної недоброчесності відсутні.
1-19	Робота виконана на низькому рівні: відповіді фрагментарні, нелогічні або не відповідають змісту завдання. Відсутній самостійний аналіз та обґрунтування висновків. Допущено значну кількість фактичних і методичних помилок. Не дотримано вимог до оформлення роботи або виявлено ознаки академічної недоброчесності.

Оцінювання результатів навчання (поточний контроль) здійснюється на основі виконання індивідуального стратегічного проєкту, який передбачає послідовне застосування інструментів аналізу глобального середовища, оцінювання стратегічних альтернатив та обґрунтування рішень щодо міжнародної діяльності суб'єкта господарювання за темами практичних занять (до 80 балів). Проміжний контроль здійснюється у формі тестування за кожним змістовим модулем (по 10 балів).

Для здобувачів денної та заочної форм навчання допускається перезарахування результатів навчання, здобутих у межах неформальної та інформальної освіти. Зокрема, передбачено визнання результатів навчання на освітніх платформах Coursera, Prometheus, EdEra тощо або запропонованих здобувачем (представлених сертифікатом, дипломом, іншим) в якості самостійної роботи за темами курсу залежно від кількості кредитів ECTS.

11. Політика курсу

Політика курсу базується на Положенні про систему забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти НУ «Запорізька політехніка». http://www.zntu.edu.ua/uploads/dept_nm/Polozhennia_pro_zabezpechennia_yakosti.pdf.

Політика щодо академічної доброчесності. Під час вивчення курсу політика дотримання академічної доброчесності визначається Кодексом академічної доброчесності Національного університету «Запорізька політехніка» https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/Nakaz_N253_vid_29.06.21.pdf

Під час навчання студенти зобов'язані дотримуватися академічної доброчесності:

- самостійно виконувати навчальні завдання, завдання поточного та підсумкового контролю; надавати для оцінювання лише результати власної роботи

- дотримуватися норм законодавства про авторське право;
- приймати активну участь у навчальному процесі;
- не запізнюватися на заняття, не пропускати заняття без поважних причин;
- самостійно і своєчасно вивчати матеріал пропущеного заняття;
- давати достовірну інформацію про результати власної навчальної діяльності;
- не вдаватися до кроків, що можуть нечесно покращити власні результати чи погіршити/покращити результати інших студентів;
- бути терпимим і доброзичливим до однокурсників та викладачів.

Політика дотримання прав та обов'язків здобувачів вищої освіти.

Кожен здобувач освіти повинен дотримуватись Статуту (<https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/Statut-ZPNU.pdf>) і Правил внутрішнього розпорядку університету, а також Положення про організацію освітнього процесу в НУ «Запорізька політехніка» (https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2026/01/%D0%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D0%BF%D1%80%D0%BE_%D0%9E%D0%9F_28.01.2025.pdf).

Політика щодо відвідування занять: Студентам рекомендується відвідувати заняття, оскільки на них викладається теоретичний матеріал та розвиваються навички, необхідні для виконання семестрових завдань. Відвідування лекцій, семінарських занять, а також відсутність на них, не оцінюється. Самостійну роботу студент може виконати у системі дистанційного навчання (<https://moodle.zp.edu.ua/course/view.php?id=4156>) з подальшим захистом. В умовах впровадження дистанційної форми навчання за наявності об'єктивних причин (наприклад, лікарняні, індивідуальний графік, знаходження на карантині, стажування, мобільність тощо) та за узгодженням з викладачем, освоєння навчальної дисципліни здобувачами вищої освіти може здійснюватися самостійно, на засадах академічної доброчесності. При цьому раз на 2 тижні здобувач вищої освіти має звітувати через електронну пошту або через систему дистанційного навчання Moodle про стан виконання завдань та раз на місяць – за графіком консультацій - виходити на онлайн-консультацію.

Політика щодо виконання завдань пізніше встановленого терміну:

Здобувач вищої освіти зобов'язаний дотримуватись крайніх термінів (дата для аудиторних видів робіт або час в системі дистанційного навчання Moodle), до яких має бути виконано певне завдання. Якщо контрольні заходи пропущені з поважних причин (хвороба або вагомі життєві обставини відповідно до інформації, яку надано деканатом), студент має право на складання індивідуального графіку вивчення окремих тем дисципліни.

Політика щодо оскарження результатів контрольних заходів.

Студенти мають можливість підняти будь-яке питання, яке стосується процедури контрольних заходів та очікувати, що воно буде розглянуто.

Студенти мають право оскаржити результати контрольних заходів, але обов'язково аргументовано, пояснивши з яким критерієм не погоджуються.

Політика конфіденційності та захисту персональних даних. Обмін персональними даними між викладачем і студентом в межах вивчення дисципліни, їх використання відбувається на основі закону України «Про захист персональних даних» (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text>). Стаття 10, п. 3.

12.Методичне забезпечення

Лекційний та методичний матеріал з дисципліни «Стратегічні рішення в глобальному середовищі» - <https://moodle.zp.edu.ua/course/view.php?id=4156>.

13.Перелік навчальної, наукової та довідкової літератури

1. Стратегічний маркетинг: навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів. Верлока В. С., Коноваленко М. К., Сиволовська О. В. Харків: УкрДАЗТ, 2017. 289 с.
2. Ларіна Я. С., Бабічева О. І., Боняр С. М., Гальчинська Ю. М. Стратегічний маркетинг: Навчальний посібник (видання 2-ге, доповнене і перероблене). Одеса: Олді+, 2025. 360 с.
3. Лабурцева О. І., Яцишина Л. К., Бондаренко О. С., Янковець, Т. М. Стратегічний маркетинг / за ред. А. А. Мазаракі. Київ : Державний торговельно-економічний університет. 2023. 248 с.
4. Міжнародний маркетинг : підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. Київ : Київ. нац. торг.-екон.ун-т, 2018. 448 с.
5. Стратегічний менеджмент: підручник; Сидоров О. А., Фісуненко Н. О., Альошина Т. В., Фоменко А. Є. Дніпро: Арт-Прес, 2024. 352 с.
6. Сумець О. М. Стратегічний менеджмент : підручник / О. М. Сумець ; МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ, Кременч. льот. коледж. Харків : ХНУВС, 2021. 208 с.
7. Keegan W. J. Global Marketing Management. Pearson, 2013. 480 p.
8. Kotler Ph., Keller K. L., Chernev A. Marketing Management, Global Edition. (16th edition). Longman (Pearson Education) 2022. 607 p.

14.Рекомендовані інформаційні джерела

1. Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
2. Бібліотека ім. В.Г. Короленко. URL: <http://korolenko.kharkov.com/>
3. Електронна бібліотека. URL: <http://lib.meta.ua/>
4. Студентська електронна бібліотека URL: <http://www.lib.ua-ru.net/>
5. Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>
6. Українська асоціація маркетингу. URL: <https://uam.in.ua/ukr/>
7. Американська асоціація маркетингу <https://www.ama.org>