

Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського
Кафедра економіки та менеджменту

Дидактичне забезпечення самостійної роботи
з навчальної дисципліни “Маркетинг”

Рівень вищої освіти – бакалавр

Галузь знань – 07 Управління та адміністрування

Спеціальність – 073 Менеджмент

Освітня програма – Менеджмент

©Іванова Л.О.

Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1	Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція Історія маркетингу. Філософські аспекти маркетингової концепції. Культурні аспекти маркетингу (коли продавець і покупець належать до різних культур). Маркетингова психологія. Підходи до визначення маркетингу. Протиріччя у вченнях різних шкіл маркетингу.	8	8
2	Тема 2. Класифікація маркетингу Типологізація компаній у залежності від рівня запровадження концепції маркетингу. Маркетинг організацій. Маркетинг особистості. Віртуальний маркетинг. Некомерційний маркетинг.	8	8
3	Тема 3. Маркетингове середовище Аналіз факторів маркетингового середовища конкретного підприємства. Розрахунок частки ринку підприємства і її змін під впливом окремих факторів маркетингового середовища.	8	10
4	Тема 4. Маркетингові дослідження Управління взаємовідносинами з клієнтами. Різновиди CRM-систем для різних сфер діяльності. Автоматизація маркетингових процесів.	11	12
5	Тема 5. Поведінка споживачів Розрахунок рішення споживача про вибір товарів. Компоненти формування ставлення споживача до торгової марки.	8	10
6	Тема 6. Сегментація ринку Подвійна сегментація та побудова функціональних карт. Приклади селективної сегментації.	8	10

7	Тема 7. Маркетингова товарна політика Методи формування товарного асортименту. ABC-аналіз, XYZ-аналіз, відмінності між ними. Наймінг та закони його функціонування.	8	10
8	Тема 8. Маркетингова цінова політика Точка цільового прибутку. Нестабільна ціна, суть, приклади. Стратегія престижних цін.	8	10
9	Тема 9. Маркетингова політика розподілу Види контрактних систем збуту. Оптимізація кількості торгових посередників. Збутова політика ТНК. Логістичні зв'язки.	7	10
10	Тема 10. Маркетингова політика комунікацій Синтетичні засоби комунікацій. Методи просування з посередниками і без них.	8	10
11	Тема 11. Організація та контроль маркетингу Форми управління маркетингом. Ієрархічні рівні управління маркетингом. Порівняння моделей організації служби маркетингу.	8	8
Разом		90	106

Рекомендована література Основна

1. Котлер Ф. Основи маркетингу. Класичне видання. – К.: Наукова думка, 2023. - 622 с.
2. Іванова Л.О. Особливості реалізації інструментів маркетингу в умовах воєнного стану / О. М. Вовчанська, Л. О. Іванова // Журнал «Економіка та суспільство». Випуск № 38, 2022. – С. 21-29.
3. Іванова Л.О. Маркетинг впливу та його особливості в індустрії гостинності / О. М. Вовчанська, Л. О. Іванова // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки», 2021. – Випуск 3(104). – С. 67-77.
4. Іванова Л.О. Сучасний досвід маркетингу вражень в індустрії гостинності / Л.О. Іванова, О.М. Вовчанська // Причорноморські економічні студії». Випуск 65/2021.
5. Маркетинг: Світовий досвід та український вимір. Підручник. За ред. Старостіної А.О. Київ: ТОВ «Видавництво Ліра-К», 2024. 490 с.
6. Мендела І. Я. Маркетинг готельно-ресторанного господарства : навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ : Територія друку, 2022. 217 с.
7. Окландер М.А. Маркетингова товарна політика: підручник / М.А.Окландер, М.В.Кірносова. – К.: Центр навчальної літератури, 2020. – 246 с.
8. Окландер М.А. Маркетингова цінова політика: підручник / М.А.Окландер, О.П.Чукурна. – К.: Центр навчальної літератури, 2020. – 284 с.
9. Ромат Є.В. Маркетингові комунікації: підручник. Вид.2-е, перероб. та доповн. Київ: Студцентр, 2024. – 384 с.

Допоміжна

1. Бергер Й. Заразливий. Психологія вірусного маркетингу. – Харків: Vivat, 2023. – 200 с.

2. Годін Сет. Це маркетинг. - К.: Видавництво Art Huss, 2024. – 224 с.
3. Дайновський Ю. А. Маркетингові прийоми : навчальний посібник / Ю. А. Дайновський. – Львів : вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2022. – 185 с.
4. Джонсон М., Гуман П. Вплив брендів. Таємна сила нейронауки в маркетингу. Харків : Vivat, 2023. 384 с.
5. Іванова Л.О. Детермінанти активізації розвитку усвідомленого споживання в контексті соціально-етичного маркетингу /О.М.Вовчанська, Л.О.Іванова //Науково-практичний журнал з економічних наук «Науковий погляд: економіка та управління» №1 (81) 2023. – Видавничий дім «Гельветика», 2023. – 210 с. – С. 15-25.
6. Іванова Л.О. Маркетингові технології персоналізації в туризмі на основі штучного інтелекту /Л.О.Іванова, О.М.Вовчанська //Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Електронне наукове фахове видання. Випуск №2 (39), 2023. – 119с. – С. 23-29.
7. Іванова Л.О. Мобільна реклама: нові реалії та перспективи / О.М. Вовчанська, Л.О. Іванова // Сучасний маркетинг: тренди, інновації, інструменти: монографія / [Ромат Є. В., Бабаченко Л. В., Багорка М. О., Білоткач І. А. та ін.] ; за заг. ред. Є. В. Ромата та С. Ф. Смерічевського. К: Студцентр, 2021.- 308 с. - С. 259-275.
8. Іванова Л.О. Тактильні технології в маркетингу/ Л. О. Іванова, О. М. Вовчанська // Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст (частина II) : Монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. Н.В. Карпенко. – Полтава: ПУЕТ. – 2021. – 250 с. - С.16-30.
9. Іванова Л.О. Сучасні технології мобільного маркетингу / О. М. Вовчанська, Л. О. Іванова //Науковий вісник Хмельницького національного університету. Серія "Економічні науки". - Хмельницький, Хмельницький, 2021, № 6, Том 2 (300). - С. 176-184.
10. Іванова Л.О. Використання ChatGPT для підвищення стійкості індустрії гостинності та туризму / О.М.Вовчанська, Л.О.Іванова, А.О.Шамов // Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (17-19 квітня 2024 р., м. Київ) Електронне видання у 2 т. / відп. ред. та упоряд. В. В. Храпкіна, К. В. Пічик – Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2024. Т.2. – 422 с. – С.336-339.
11. Іванова Л.О. Роль соціальних медіа в маркетингу підприємств індустрії гостинності / Л.О.Іванова, О.М.Вовчанська, А.О.Шамов // тези доп. VI Міжнародної науково-практичної конференції "Економіко-соціальні відносини в галузі фізичної культури та сфері обслуговування" (9-10 травня 2024 р.) / за заг. ред. Н. Павленчик. – Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2024. – 352 с. – С. 88-92.
12. Іванова Л.О. Інноваційні маркетингові рішення на основі штучного інтелекту / Л.О.Іванова, О.М.Вовчанська // Інноваційні технології маркетингу і менеджменту в умовах трансформаційних змін : тези доп.

- Міжнар. наук.-практ. конф. (27–29 квітня 2023 р., м. Хмельницький). – Хмельницький : ХНУ, 2023. – 199 с. – С. 38-43.
13. Іванова Л.О. Інтеграція штучного інтелекту в готельний бізнес для задоволення потреб гостей /Л. О. Іванова, О. М. Вовчанська, А. О. Шамов // Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. тез доп. IV Міжнар. наук.-практ. конф. (12 жовтня 2023 року, м. Львів). – Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2023. – 384 с. -С. 58-61.
 14. Кей Райт. Побудування бренду: не мовчіть у галасливому світі. – Харків: Vivat, 2023. – 304 с.
 15. Котлер Ф., Амстронг Г. Основи маркетингу. К.: Наукова думка, 2022. – 879 с.
 16. Котлер Ф. Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які варто знати кожному менеджеру / Ф. Котлер. – К. : Альпіна Паблішер Україна, 2021. – 252 с.
 17. Ларіна Я.С. Маркетинговий аудит: навч. посіб. /Я.С.Ларіна, Н.М.Антофій. – Одеса: Олді-Плюс, 2021. – 330 с.
 18. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навч. посіб. / Петруня Ю. Є. – [3-ге вид., перероб. і доп.]. – К.: Центр навчальної літератури, 2020. – 351 с.
 19. Світвуд А. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними. Київ : Наш Формат, 2019. 152 с.
 20. Хелліген Б. Вхідний маркетинг. Приваблюйте, залучайте і радуйте клієнтів онлайн / Б. Хелліген, Д. Шах. – Харків : Фабула, 2020. – 240 с.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Законодавство України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Електронний каталог ЛДУФК імені Івана Боберського [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://3w.ldufk.edu.ua>
3. Електронний репозитарій ЛДУФК імені Івана Боберського [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://repository.ldufk.edu.ua/>
4. Електронні ресурси Львівської наукової бібліотеки ім. Стефаника НАН України. Електронний режим доступу: <http://www.lsl.lviv.ua/e-resources.htm>.
5. Електронні ресурси Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. Електронний режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/e-resources>.
6. Електронний каталог Львівської обласної універсальної бібліотеки. Електронний режим доступу: http://lounb.ddns.net:4321/cgi-bin/irbis64r_11/cgiirbis_64.exe.
7. Сервіс для пошуку наукових джерел Google Scholar. Електронний режим доступу: <https://scholar.google.com.ua>.
8. Інтернет-портал про маркетинг, рекламу і ПР: <http://sostav.ua/section/advindustry/advcommunications/pr>.
8. Інтернет-портал про маркетинг, рекламу і ПР: <http://www.proreklam.com>.
9. Діджиталізація: як не втратити конкурентну перевагу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/notes/digital-innovation.html>

10. Маркетинг в Україні. Науковий журнал Української асоціації маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uam.in.ua/ukr/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
11. Українська асоціація маркетингу (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uam.in.ua/ukr/>
12. Об'єднання маркетологів України (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://omu.marketing/>

