

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач випускової кафедри

Тетяна КНЯЗЄВА

“ ” 2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВР
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ»

Тема: «Розроблення стратегії онлайн-маркетингу компанії (на прикладі АТ
«Київська кондитерська фабрика «Рошен»»)

Виконавець: Сорока Марія Романівна

Керівник: к.держ.упр., доцент Хороших Вікторія Валеріївна

Нормоконтролер: фахівець Кіреєва Надія Владиславівна

КИЇВ 2023

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет економіки та бізнес-адміністрування
Кафедра маркетингу
Спеціальність: 075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма: «Електронний маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач випускової кафедри
_____ Тетяна КНЯЗЄВА
« ____ » _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ
на виконання кваліфікаційної роботи
_____ Сороки Марії Романівни _____
(П.І.Б. здобувача)

1. Тема роботи «Розроблення стратегії онлайн-маркетингу компанії (на прикладі АТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен»»)» затверджена наказом ректора від 30.03.2023 року № 433/ст
2. Термін виконання роботи: з 22.05.2023 року по 25.06.2023 року
3. Вихідні дані роботи: статистичні дані, електронні інформаційні джерела, матеріали періодичних видань
4. Зміст пояснювальної записки: вступ; теоретико-методичні основи розвитку інструментів онлайн-маркетингу в Україні; аналіз діяльності компанії «ROSHEN» та пропозиції щодо розроблення стратегії онлайн-маркетингу; висновки
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: Сегментація ринку кон.виробів між виробниками(%), обсяги споживання кондитерської продукції з цукру в цілому і на душу населення в країнах світу в 2020 р., кг, матриця БКГ для продукції АТ Київська кондитерська фабрика "Рошен", SWOT-аналіз АТ Київська кондитерська фабрика "Рошен", характеристика цільових сегментів АТ Київська кондитерська фабрика «Рошен», психографічний портрет потенційного споживача продукції бренду АТ Київська кондитерська фабрика "Рошен", пости які використовувались для аналізу коментарів в Instagram, сторінка pekaridze_ в Instagram, сторінка hectorjimenezbr в Instagram, сторінка ptuxerman в Instagram, сторінка stefy.shady в Instagram, сторінка kruchkov в TikTok, сторінка yummy.lera в TikTok.

6. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1	Видача завдання	22.05.2023	
2	Збір та обробка статистичної інформації	23.05.2023- 24.05.2023	
3	Вивчення стану проблем, опрацювання джерел	25.05.2023- 26.05.2023	
4	Написання теоретичної частини	27.05.2023- 29.05.2023	
5	Написання аналітичної частини	30.05.2023- 02.06.2023	
6	Написання вступу та висновків	03.06.2023- 04.06.2023	
7	Оформлення пояснювальної записки, наочного та графічного матеріалу, підготовка доповіді	05.06.2023	
8	Перевірка на плагіат	06.06.2023- 07.06.2023	
9	Проходження нормоконтролю	08.06.2023- 11.06.2023	
10	Передзахист, оформлення документів до захисту, рецензування роботи, подання роботи на кафедру	12.06.2023- 14.06.2023	

7. Дата видачі завдання: 22.05.2023 р.

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Вікторія ХОРОШИХ
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв(ла) до виконання _____ Марія СОРОКА
(підпис керівника) (П.І.Б.)

АНОТАЦІЯ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи «Розроблення стратегії онлайн-маркетингу компанії (на прикладі АТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен»»)» 116 с., 17 рис., 3 табл., 50 літературних джерел, 35 додатків.

СТРАТЕГІЯ ОНЛАЙН-МАРКЕТИНГУ, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, SEO.

Об'єктом дослідження є АТ Київська кондитерська фабрика "Рошен" а предметом – стратегія онлайн-маркетингу компанії.

Метою кваліфікаційної роботи є аналіз діяльності компанії АТ Київська кондитерська фабрика "Рошен" і розроблення рекомендацій щодо стратегії онлайн-маркетингу.

Методи дослідження включають аналіз даних, вивчення літератури, спостереження та опитування.

Методологічну основу дослідження склали теоретичні основи маркетингу, Інтернет-маркетинг, аналіз ринку, соціальні мережі.

Значущість виконаної роботи та висновки полягають у можливості покращення маркетингової діяльності компанії АТ Київська кондитерська фабрика "Рошен" в мережі Інтернет та збільшення її конкурентоспроможності.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у виявленні особливостей онлайн-маркетингу та розробка рекомендацій для компанії АТ Київська кондитерська фабрика "Рошен".

Рекомендації щодо використаних результатів включають впровадження інтернет-маркетингових інструментів, залучення цільової аудиторії через соціальні мережі, моніторинг та аналіз результатів.

Сектор застосування і ступінь впровадження матеріалів кваліфікаційної роботи орієнтовані на використання результатів у сфері маркетингу та онлайн-присутності компанії АТ Київська кондитерська фабрика "Рошен".

Прогнозні припущення про розвиток об'єкту і предмету дослідження стосуються розвитку компанії АТ Київська кондитерська фабрика "Рошен" в онлайн-середовищі та використання рекомендацій з онлайн-маркетингу.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ІНСТРУМЕНТІВ ОНЛАЙН-МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ	8
1.1. Сутність, роль та значення онлайн-маркетингу для сучасних підприємств.....	8
1.2. Використання інструментів та каналів онлайн-маркетингу при розробці стратегії розвитку підприємств	12
1.3 Аналіз ефективності використання онлайн-маркетингу в діяльності підприємства.....	17
Висновки до першого розділу.....	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ АТ КИЇВСЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА "РОШЕН" ТА ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО РОЗРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ОНЛАЙН-МАРКЕТИНГУ	21
2.1. Загальна характеристика компанії АТ Київська кондитерська фабрика «Рошен».....	21
2.2 Сучасний стан ринку кондитерських виробів в Україні	28
2.3 Аналіз маркетингової діяльності компанії АТ Київська кондитерська фабрика "Рошен"	38
2.4. Аналіз соціальних мереж та ефективності веб-сайту компанії АТ Київська кондитерська фабрика "Рошен"	46
2.5. Визначення цільової аудиторії підприємства та аналіз її поведінки в мережі Інтернет	54
2.6. Аналіз стратегії розвитку компанії АТ Київська кондитерська фабрика "Рошен"	63
2.7 Рекомендації щодо подальшого розвитку маркетингової діяльності компанії в мережі Інтернет.....	65
2.8. Рекомендації по розробленню стратегії онлайн-маркетингу компанії АТ Київська кондитерська фабрика "Рошен"	70
Висновки до другого розділу	73
ВИСНОВКИ	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	76
ДОДАТКИ	82

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному світі онлайн-маркетинг стає все більш важливим і необхідним інструментом для підприємств у всіх галузях. За допомогою онлайн-каналів та інструментів маркетингу компанії можуть досягти більшої ефективності, залучити нових клієнтів, підвищити свою видимість та збільшити продажі. АТ Київська кондитерська фабрика "Рошен" є провідною українською компанією у сфері кондитерських виробів, і розвиток онлайн-маркетингу може стати вагомим фактором для зміцнення її позиції на ринку та збільшення конкурентоспроможності.

При розробленні стратегії онлайн-маркетингу для компанії АТ Київська кондитерська фабрика "Рошен", було враховано досвід і дослідження кількох видатних науковців як з України, так і з-за кордону: Петренко І.А. (Україна): В своїх дослідженнях він акцентує увагу на важливості розроблення іміджу компанії в онлайн-середовищі та впровадження інтерактивних маркетингових стратегій, Котлер Ф. (США): Як один з провідних світових маркетингологів, Котлер висвітлює важливість використання цифрових каналів комунікації та інтернет-маркетингу для досягнення конкурентних переваг, Чаффі М.А. та Елліс-Чадвік А. (Велика Британія): У своїх дослідженнях вони наголошують на важливості стратегічного планування та впровадження ефективних онлайн-маркетингових підходів та Райс Е. (США): Вона досліджує та розробляє стратегії інтернет-маркетингу, зокрема, залучення цільової аудиторії через соціальні мережі та оптимізацію веб-сайту.

Мета і завдання виконання кваліфікаційної роботи. Метою даної кваліфікаційної роботи є розроблення стратегії онлайн-маркетингу для компанії АТ "Київська кондитерська фабрика "Рошен". Основні завдання включають аналіз поточного стану маркетингової діяльності компанії, визначення цільової аудиторії та її поведінки в інтернеті, оцінку ефективності

соціальних мереж та веб-сайту, а також розроблення конкретних рекомендацій щодо використання онлайн-маркетингових інструментів.

Об'єкт дослідження. Об'єктом дослідження є процес розвитку маркетингової діяльності компанії АТ Київська кондитерська фабрика "Рошен" в контексті онлайн-маркетингу. Цей процес породжує проблемну ситуацію, яка вимагає розроблення стратегії та впровадження нових підходів для досягнення успіху на цифровому ринку.

Предмет дослідження. Предметом дослідження є конкретні інструменти та підходи, які входять до складу стратегії онлайн-маркетингу компанії АТ Київська кондитерська фабрика "Рошен". Це включає в себе аналіз соціальних мереж, ефективність веб-сайту, оптимізацію пошукової видимості, використання електронної комерції та інші інструменти, які допоможуть компанії просувати свою продукцію та залучати нових клієнтів.

Методи дослідження. У цій кваліфікаційній роботі будуть використовуватися різноманітні методи дослідження, включаючи аналітичний метод для збору та обробки даних про маркетингову діяльність компанії також методи статистичного аналізу та опитування для отримання об'єктивних даних про цільову аудиторію та її поведінку в інтернеті.

Основним завданням. Є дослідження різноманітних інструментів та каналів онлайн-маркетингу, їх застосування на практиці і визначення найбільш ефективних з них.

Крім того, кваліфікаційна робота передбачає аналіз ефективності використання онлайн-маркетингу в діяльності АТ Київська кондитерська фабрика "Рошен", оцінку результатів застосування стратегії онлайн-маркетингу та визначення перспектив розвитку онлайн-маркетингу для компанії. Результати дослідження будуть використані для розробки конкретних рекомендацій та заходів, що дозволять компанії поліпшити свою онлайн-стратегію та підвищити ефективність своєї діяльності в Інтернеті.

ВИСНОВКИ

Онлайн-маркетинг є невід'ємною частиною маркетингових стратегій сучасних підприємств. Він грає важливу роль у досягненні різних цілей, таких як залучення нових клієнтів, підвищення упізнаваності бренду, збільшення продажів і лояльності клієнтів.

Ринок кондитерських виробів в Україні є конкурентним і динамічним. Попит споживачів на високоякісні та інноваційні продукти зростає, а вони стають все більш вимогливими і орієнтуються на якість, смак та естетичний вигляд продукції.

Компанія АТ Київська кондитерська фабрика "Рошен" має сильну присутність на ринку кондитерських виробів в Україні і успішно використовує різні канали маркетингу, включаючи телевізійну рекламу та спонсорські заходи.

Для подальшого розвитку маркетингової діяльності компанії АТ Київська кондитерська фабрика "Рошен" важливо покращити їх присутність в соціальних мережах та активність взаємодії зі споживачами. Також потрібно оновити та оптимізувати їх веб-сайт для забезпечення зручності користування та залучення відвідувачів.

Рекомендації для компанії АТ Київська кондитерська фабрика "Рошен" включають використання різних інструментів онлайн-маркетингу, таких як соціальні медіа, електронна пошта, оптимізація пошукової видимості та платна реклама, для просування їх продуктів і залучення нових клієнтів.

Загалом, успішне використання онлайн-маркетингу є важливим для розвитку позицій компанії АТ Київська кондитерська фабрика "Рошен" на ринку кондитерських виробів в Україні. Це дозволить їм збільшити популярність і збут своєї продукції, залучити нових клієнтів і підтримувати взаємодію зі споживачами через соціальні мережі та інші онлайн-канали.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 1. Швець М. Що таке інтернет-маркетинг – повний огляд для новачків + основні інструменти і стратегії просування – ITstatti.in.ua. IT статті - інформаційний блог | Заробіток в інтернеті, інвестиції, бізнес, фінанси, реклама та інтернет – ITstatti.in.ua. URL: <https://itstatti.in.ua/internet-marketing/51-shcho-take-internet-marketing-povnij-oglyad-dlya-novachkiv-osnovni-instrumenti-i-strategiji-prosuvannya.html>.
2. Традиційний маркетинг або цифровий маркетинг: що краще? - Economy-Wiki.com. Economy-Pedia.com. URL: <https://uk.economy-pedia.com/11030741-traditional-marketing-or-digital-marketing-which-is-better>.
3. Інтернет-маркетинг і його переваги. <https://hosting.in.ua/ua/articles/marketing/internet-marketing-i-yogo-perevagi/>. URL: <https://hosting.in.ua/ua/articles/marketing/internet-marketing-i-yogo-perevagi/>.
4. Кононенко О. 11 маркетингових каналів для отримання клієнтів у 2022 році | IAMPM. IAMPM. URL: <https://iampm.club/ua/blog/11-marketingovih-kanaliv-dlya-otrimannya-klijentiv-u-2022-roczy/>.
5. Що таке SEO просування сайтів: SEO оптимізація сайту покроково – Serpstat Blog. Serpstat – Growth Hacking Tool for SEO, PPC and Content Marketing. URL: <https://serpstat.com/uk/blog/sho-take-seo-prosuvannya-sajtiv/#:~:text=Абревіатура%20розшифровується%20як%20Search%20Engine,позичій%20сайту%20в%20пошуковій%20видачі>.
6. Що таке SEO і чому це важливо: пояснюємо простою мовою. AG Marketing. URL: <https://ag.marketing/blog/shcho-take-seo/>.
7. Що таке SEO оптимізація сайту? Пояснюю простими словами!. Bevisible. URL: <https://bevisible.com.ua/blog/scho-take-seo/>.
8. Що таке контент-маркетинг: визначення, рекомендації | SendPulse Україна. SendPulse. URL: <https://sendpulse.ua/support/glossary/content-marketing>.

9. Що таке Контент-Маркетинг та чому він необхідний бізнесу?.
URL: <https://rozkrutka.site/kontent-marketing/>.
10. Електронна комерція. Platon. URL:
<https://platon.ua/faq/elektronnaya-kommertsiya>.
11. E-Commerce: що це таке та як працює електронна комерція в Інтернеті. IT-компанія повного циклу розробки програмних продуктів WEZOM - Київ, Україна. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/elektronnaya-kommertsiya>.
12. Aweb. Маркетинг в соціальних мережах. SMM агенство. CASES. URL: <https://cases.media/article/marketing-v-socialnikh-merezhakh-smm-agenstvo>.
13. Ганна Б. SMM-маркетинг: що це таке і як робити маркетинг у соціальних мережах – Elit-Web. elit-web.ua. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/smm-marketing>.
14. Email-маркетинг. Що це? Цілі та елементи інструменту, особливості та переваги. Webpromo. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/email-marketing-hto-eto-celi-i-elementy-instrumenta-osobennosti-i-preimushestva/#perevagi-email-marketingu>.
15. 15 Ways to Grow your Website Traffic. Benchmark Email. URL: <https://www.benchmarkemail.com/blog/increase-website-traffic/>.
16. What is a conversion? Definition- Omnicontvert. Omnicontvert. URL: <https://www.omnicontvert.com/what-is/conversion/>.
17. Радченко Г. А. МАРКЕТИНГОВА ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА В УМОВАХ СУЧАСНИХ ЕКОСИСТЕМ СПОЖИВАННЯ [Електронний ресурс] / Г. А. Радченко, О. О. Казанська, В. В. Хороших // ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ – Режим доступу до ресурсу: http://market-infr.od.ua/journals/2021/55_2021/23.pdf.
18. Про мережу Фірмових магазинів компанії ROSHEN. Фірмовий магазин Roshen. URL: <https://roshenstores.com/about>.

19. Про компанію. ROSHEN Corporation. URL: <https://roshen.com/ua/ua/pro-roshen>.
20. Про продукцію. ROSHEN Corporation. URL: <https://roshen.com/pro-roshen/pro-produktsiyu>.
21. Цукерки в коробках. ROSHEN Corporation. URL: <https://roshen.com/pro-roshen/pro-produktsiyu/tsukerky-v-korobkakh>.
22. Шоколадні плитки і батончики ROSHEN Corporation. URL: <https://roshen.com/pro-roshen/pro-produktsiyu/shokoladni-plytky-i-batonchyky>.
23. Карамель і цукерки ROSHEN Corporation. URL: <https://roshen.com/pro-roshen/pro-produktsiyu/karamel-i-tsukerky>.
24. Печиво і вафлі ROSHEN Corporation. URL: <https://roshen.com/pro-roshen/pro-produktsiyu/pechyvo-i-vafli>.
25. Бісквіти та рулети ROSHEN Corporation. URL: <https://roshen.com/pro-roshen/pro-produktsiyu/biskvity-ta-rulety>.
26. Торти [ROSHEN Corporation. URL: <https://roshen.com/pro-roshen/pro-produktsiyu/torty>.
27. Мережа Фірмових магазинів ROSHEN URL: <https://roshenstores.com/about>.
28. Історія мережі Фірмових магазинів ROSHEN. *Фірмовий магазин Roshen*. URL: <https://roshenstores.com/history>
29. «Організація ефективної операційної діяльності ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/29648?locale=uk>
30. НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО». – 2019. Режим доступу до ресурсу: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/29648/1/Kovale_nko_bakalavr.pdf.
31. АНАЛІЗУВАННЯ РИНКУ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ УКРАЇНИ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ [Електронний ресурс] //

ПРИЧОРНОМОРСЬКІ ЕКОНОМІЧНІ СТУДІЇ – Режим доступу до ресурсу:
http://bses.in.ua/journals/2021/71_2021/15.pdf.

32. Сатир Л. М. ТОВАРОЗНАВЧА ЕКСПЕРТИЗА ПІД ЧАС ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ БОРОШНЯНИМИ КОНДИТЕРСЬКИМИ ВИРОБАМИ: АНАЛІЗ І ПЕРСПЕКТИВИ / Л. М. Сатир, В. М. Кепко, Л. І. Стаднік–URL:

https://rep.btsau.edu.ua/bitstream/BNAU/5394/1/tovarovnavcha_ekspertyza.pdf.

33. Тренди світового ринку кондитерських виробів з цукру // Дія Бізнес – URL: <https://export.gov.ua/industry/review/25>.

34. Тренди світового ринку шоколадних виробів // Дія Бізнес – URL: <https://export.gov.ua/industry/review/26>.

35. Бенько В. В. АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА РИНКУ КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ / В. В. Бенько // Таврійський державний агротехнологічний університет – URL: <https://ena.lpnu.ua:8443/server/api/core/bitstreams/c748b8b6-a0e7-4c92-bd54-f0fae9ac309d/content>.

36. Єдиний експортний веб-портал. *Експортний напрям Дія.Бізнес*. URL: <https://export.gov.ua/industry/review/25>

37. ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ [Електронний ресурс] // ecolabel – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ecolabel.org.ua/zhittevij-tsikl>.

38. Смачна імпровізація у кожній коробці URL: <https://banda.agency/roshen/>.

39. 7 фактів про український Facebook. *Новини України та Світу. Головні і останні новини - НВ (Новое Время)*. URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/7-faktiv-pro-ukrajinskij-facebook-2077859.html>

40. Facebook [Електронний ресурс] // Вікіпедія URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Facebook>.

41. КУДРЯШОВА В. Кількість користувачів Instagram в Україні зменшилася майже на 2,5 мільйони. В чому причина [Електронний ресурс] / ВІКТОРІЯ КУДРЯШОВА // The Village. – 21.07. 2022– URL: <https://www.the->

village.com.ua/village/business/news/328389-kilkist-koristuvachiv-instagram-v-ukrayini-zmenshilasya-mayzhe-na-2-5-milyoni-v-chomu-prichina#

42. Instagram [Електронний ресурс] // Вікіпедія – URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Instagram>.

43. Сомова О. Статистика TikTok: все, що потрібно знати про додаток (оновлюється) [Електронний ресурс] / Ольга Сомова // Webpromo. – 16.08.2022 – URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/statistika-tiktok-vse-cho-nuzhno-znat-o-prilozhenii-obnovlyaetsya/>.

44. TikTok [Електронний ресурс] // Вікіпедія – URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/TikTok>.

45. Аналіз українського ринку цукерок. KOLORO - дизайн упаковки і етикетки, создание бренда, позиционирование, брендинг. URL: <https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/Analiz-ukrainskogo-rynka-konfet.html>

46. Князева Т. В. МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ [Електронний ресурс] / Т. В. Князева, О. О. Казанська // ЕКОНОМІКА ТА СУСПІЛЬСТВО. – 2022. – URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2028/1957>.

47. СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙ [Електронний ресурс] // craftinnovations – URL: <https://www.craftinnovations.com.ua/innovation-strategy#:~:text=>

48. Артеменко І. А. ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ [Електронний ресурс] / І. А. Артеменко, Н. М. Книш // Економіка, організація і управління підприємством – URL: <http://journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/viewFile/450/457#:~:text=>

49. Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи для здобувачів ОС «Бакалавр» та ОС «Магістр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» ОПП «Маркетинг», «Електронний маркетинг», «Міжнародний маркетинг». / Уклад.: Т.В. Князева, О.В. Полоус, А.В. Шевченко, Г.А. Радченко, І.Г. Михальченко. К: НАУ, 2022. 80 с.

50. International management and marketing :textbook / I.Arakelova, V.Khoroshykh, L. Lytvynenko, N.Biletska, Y.Popova, S. Lytvynenko. Kyiv: Publishing House “Condor” 2021, 268 p.