

**Відокремлений структурний підрозділ
«Харківський торговельно-економічний фаховий коледж
Державного торговельно-економічного університету»**

Циклова комісія економіки, управління та адміністрування

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ

**Методичні рекомендації
до самостійної роботи
здобувачів освітньо-професійного ступеня «фаховий молодший бакалавр»
галузі знань D Бізнес, адміністрування і право
спеціальності D5 Маркетинг
освітньо-професійної програми «Комерційна діяльність»**

Харків, 2026

Укладач:

Тарасов Ігор Юрійович, викладач
циклової комісії економіки, управління та
адміністрування, спеціаліст вищої
категорії, кандидат економічних наук,
доцент

Методичні рекомендації обговорено та схвалено на засіданні циклової комісії економіки, управління та адміністрування, протокол від 28.08.2026 р. № 1.

Методичні рекомендації розглянуто та затверджено на засіданні методичної комісії, протокол від 28.08.2026 р. № 1.

Вступ

Методичні рекомендації розроблено відповідно до програми навчальної дисципліни «Маркетингові комунікації» з метою надання допомоги в організації самостійної пізнавальної діяльності здобувачів освіти та забезпечення якості виконання завдань, пропонованих викладачем у межах кредиту часу, відведеного на вивчення навчальної дисципліни. Навчальний час для самостійної роботи регламентується навчальним планом, що відображено в структурі навчальної дисципліни.

Самостійна робота здобувача освіти є основним засобом оволодіння навчальним матеріалом дисципліни у час, вільний від обов'язкових навчальних занять. Вона допомагає глибоко засвоїти матеріал, закріпити знання, поглибити вміння та навички в пізнавальній діяльності, творчо мислити; виховує організованість і дисциплінованість, активність та ініціативу, настирливість у досягненні мети; сприяє виробленню власних прийомів і методів пізнання, вчить раціонально організовувати та контролювати робочий час.

Самостійній роботі студентів передують лекції, під час яких розглядаються базові та проблемні теми курсу. Після цього студенти повинні самостійно ознайомитись з основними питаннями поточної теми відповідно до програми дисципліни, користуючись нормативною базою, рекомендованими підручниками, додатковою літературою, навчально-методичною літературою та періодичними виданнями.

На самостійну роботу здобувачів винесені окремі питання кожної теми. З метою активізації роботи студентів розроблені питання для самоконтролю.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Теми дисципліни	Обсяг у годинах						
	Усього	У тому числі					
		Лекції	Семінарські заняття	Практичні заняття	Лабораторні заняття	Самостійна робота	Підготовка та складання екзамену
Тема 1. Маркетингова політика комунікацій	27	4	–	4	–	15	4
Тема 2. Нестандартні маркетингові комунікації. Реклама як основний засіб маркетингових комунікацій	41	8	–	8	–	16	9
Тема 3. Стимулювання збуту й особливості його використання	41	8	–	8	–	16	9
Тема 4. PR та його роль у маркетинговій політиці	28	4	–	4	–	16	4
Тема 5. Персональні продажі як особова комунікація. Прямий маркетинг. Оцінювання ефективності маркетингових комунікацій	28	4	–	4	–	16	4
Усього годин	165/5,5	28	–	28	–	79	30

Методичні рекомендації до самостійної роботи за темами

Тема 1. Маркетингова політика комунікацій

Структура самостійної роботи

Тема, (год)	Зміст завдання	Час на виконання, год	Форма звітності
Тема 1, (15)	Опрацювання теоретичного матеріалу та рекомендованих джерел інформації	4	Усна доповідь, участь в обговоренні, доповнення відповідей однокласників
	Підготовка до практичних занять	4	Виконання практичних завдань на занятті, відповіді на контрольні питання
	Підготовка до тестування за темою 1	4	Проходження тестування
	Підготовка до контрольної роботи №1	3	Написання контрольної роботи

Методичні рекомендації до самостійної роботи

1. На самостійне опрацювання винесено такі теоретичні питання:
 - 1.1 Закони, функції і методи теорії комунікацій. Процес комунікацій.
 - 1.2 Місце маркетингових комунікацій у маркетинговій діяльності підприємства.
 - 1.3 Поняття, цілі та основні завдання комунікаційної політики.
 - 1.4 Характеристика основних інструментів маркетингових комунікацій.

Навчальний матеріал за цими питаннями міститься в підручниках і навчальних посібниках, розміщених у списку рекомендованої літератури. Вивчення питань передбачає: участь в обговоренні теми, доповнення відповідей однокласників, поточне тестування, відповідь на контрольне питання

2. Підготовка до практичного заняття. Рекомендації щодо цього виду роботи подано в Методичних рекомендаціях до практичних занять з навчальної дисципліни «Маркетингові комунікації».

Список рекомендованих інформаційних джерел

Основні джерела інформації

1. Благун І. І., Гриневич Л. В., Закрижевська І. В. Маркетингові комунікації : навчальний посібник у схемах і таблицях. Івано-Франківськ : Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, 2025. 284 с.
2. Маркетингові комунікації : навчальний посібник / Зоріна О. І. та ін. ; за редакцією О. І. Зоріної. Харків: Український державний університет залізничного транспорту, 2022. 228 с.
3. Пахуча Е. В. Маркетингові комунікації : конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг». Харків : Державний біотехнологічний університет, 2023. 101 с.
4. Сафронська І. М. Маркетингові комунікації : навчальний посібник. Київ : Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, 2023. 149 с.

Додаткові джерела інформації

5. Яловега Н. І. Маркетингові комунікації в умовах війни: виклики й шляхи просування товарів. Наук. зап. Льв. ун-ту бізнесу та права. 2023. № 37. С. 373–379. URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/824>
6. Shevchenko A., Borysenko O. Marketing approach to the formation of management system for enterprise strategic development in the context of globalisation. Journal of International Legal Communication. 2021. Vol. 1. No. 1. P. 186–196. DOI: <https://doi.org/10.32612/uw.27201643.2021.1.pp.186-196>
7. Малтиз В. В. Маркетинг комунікацій і соціальних мереж : навчальний посібник. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2024. 113 с.

Тема 2. Нестандартні маркетингові комунікації. Реклама як основний засіб маркетингових комунікацій
Структура самостійної роботи

Тема, (год)	Зміст завдання	Час на виконання, год	Форма звітності
Тема 2, (16)	Опрацювання теоретичного матеріалу та рекомендованих джерел інформації	4	Усна доповідь, участь в обговоренні, доповнення відповідей одногрупників
	Підготовка до практичних занять	4	Виконання практичних завдань на занятті, відповіді на контрольні питання
	Підготовка тестування за темою 2	4	Проходження тестування
	Підготовка до контрольної роботи №1	4	Написання контрольної роботи

Методичні рекомендації до самостійної роботи

1. На самостійне опрацювання винесено такі теоретичні питання:
 - 1.1 Поняття «нестандартні маркетингові комунікації» та їх види.
 - 1.2 Партизанський маркетинг та сфера його застосування.
 - 1.3 Паразитичний маркетинг, його переваги та недоліки.
 - 1.4 Поняття «рекламування товарів».
 - 1.5 Класифікація реклами на основі етапів життєвого циклу товарів.
 - 1.6 Поняття «комерційна реклама».
 - 1.7 Реклама як продукт та як процес.
 - 1.8 Створення фірмового стилю та реклама. Планування рекламної кампанії.

Навчальний матеріал за цими питаннями міститься в підручниках і навчальних посібниках, розміщених у списку рекомендованої літератури. Вивчення питань передбачає: участь в обговоренні теми, доповнення відповідей одногрупників, поточне тестування, відповідь на контрольне питання

2. Підготовка до практичного заняття. Рекомендації щодо цього виду роботи подано в Методичних рекомендаціях до практичних занять з навчальної дисципліни «Маркетингові комунікації».

Список рекомендованих джерел

Основні джерела інформації

1. Благун І. І., Гриневич Л. В., Закрижевська І. В. Маркетингові комунікації : навчальний посібник у схемах і таблицях. Івано-Франківськ : Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, 2025. 284 с.
2. Маркетингові комунікації : навчальний посібник / Зоріна О. І. та ін. ; за редакцією О. І. Зоріної. Харків : Український державний університет залізничного транспорту, 2022. 228 с.
3. Сафронська І. М. Маркетингові комунікації : навчальний посібник. Київ : Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, 2023. 149 с.

Додаткові джерела інформації

4. Пахуча Е.В. Маркетингові комунікації: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг» / Е.В. Пахуча / Державний біотехнологічний університет. Х., 2022.
5. Войтович Н. В., Терещук О. Ю. Особливості маркетингової стратегії в умовах цифрової трансформації. Соціальна економіка. 2021. № 62. С. 122–129. DOI: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2021-62-11>
6. Осипенко Н. О. Вплив кризових ситуацій на інтегровані маркетингові комунікації та внутрішнє середовище підприємства. Наук. вісн. Херсон. держ. ун-ту. Серія «Економічні науки». 2023. № 48. С. 25–30. URL: <https://www.ej.journal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/804>
7. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / за заг. ред. Косенко О. П. 2-ге вид., зі змінами і доповненнями. Харків : Оберіг, 2023. 1155 с.

Тема 3. Стимулювання збуту й особливості його використання

Структура самостійної роботи

Тема, (год)	Зміст завдання	Час на виконання, год	Форма звітності
Тема 3, (16)	Опрацювання теоретичного матеріалу та рекомендованих джерел інформації	4	Усна доповідь, участь в обговоренні, доповнення відповідей одногрупників
	Підготовка до практичних занять	4	Виконання практичних завдань на занятті, відповіді на контрольні питання
	Підготовка до тестування за темою 3	4	Проходження тестування
	Підготовка до контрольної роботи № 2	4	Написання контрольної роботи

Методичні рекомендації до самостійної роботи

1. На самостійне опрацювання винесено такі теоретичні питання:

1.1 Переваги та недоліки основних методів стимулювання персоналу організації.

1.2 Стимулювання посередників. Стимулювання торгового (збутового) персоналу.

1.3 Стимулювання продажу товарів як інструмент маркетингу та складова маркетингових комунікацій.

1.4 Лотереї, конкурси, вікторини як інструменти комунікацій у маркетингу.

1.5 «Підкріплення» товару. Безкоштовні супутні послуги.

1.6 Знижки з ціни, заліки, премії-штовхачі, конкурси дилерів, безкоштовне навчання дилерів та дистриб'юторів, лотереї як складові стимулювання продажу.

1.7 Стимулювання власного торгового (збутового) персоналу як складова маркетингових комунікацій.

1.8 Премії ліпшим торговим працівникам, участь найліпших торгових працівників у прибутках фірми як інструменти маркетингової політики комунікацій.

1.9 Цілі та завдання стимулювання власного торгового персоналу.

Навчальний матеріал за цими питаннями міститься в підручниках і навчальних посібниках, розміщених у списку рекомендованої літератури. Вивчення питань передбачає: участь в обговоренні теми, доповнення

відповідей однокласників, поточне тестування, відповідь на контрольне питання

2. Підготовка до практичного заняття. Рекомендації щодо цього виду роботи подано в Методичних рекомендаціях до практичних занять з навчальної дисципліни «Маркетингові комунікації».

Список рекомендованих джерел

Основні джерела інформації

1. Благун І. І., Гриневич Л. В., Закрижевська І. В. Маркетингові комунікації : навчальний посібник у схемах і таблицях. Івано-Франківськ : Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, 2025. 284 с.

2. Маркетингові комунікації : навчальний посібник / Зоріна О. І. та ін. ; за редакцією О. І. Зоріної. Харків : Український державний університет залізничного транспорту, 2022. 228 с.

3. Пахуча Е. В. Маркетингові комунікації : конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг». Харків : Державний біотехнологічний університет, 2023. 101 с.

4. Сафронська І. М. Маркетингові комунікації : навчальний посібник. Київ : Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, 2023. 149 с.

Додаткові джерела інформації

5. Афанасьєва О. П., Олініченко К. С., Прядко О. М. Фундаментальний маркетинг : курс лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня денної та заочної форм навчання спец. 075 Маркетинг. Харків : Державний біотехнологічний університет, 2023. 232 с.

6. Маркетинг: навчальний посібник / Рябова Т. А. та ін.; за редакцією А. В. Вербицької, С. О. Полковниченко. Чернігів : Національний університет «Чернігівська політехніка», 2024. 275 с.

7. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Маркетинг : навчальний посібник. 4-те вид., перероб. і допов. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2024. 360 с. (Серія: «Бізнес. Економіка. Фінанси»).

Тема 4. PR та його роль у маркетинговій політиці

Структура самостійної роботи

Тема, (год)	Зміст завдання	Час на виконання, год	Форма звітності
Тема 4, (16)	Опрацювання теоретичного матеріалу та рекомендованих джерел інформації	4	Усна доповідь, участь в обговоренні, доповнення відповідей одногрупників
	Підготовка до практичних занять	4	Виконання практичних завдань на занятті, відповіді на контрольні питання
	Підготовка до тестування за темою 4	4	Проходження тестування
	Підготовка до контрольної роботи № 2	4	Написання контрольної роботи

Методичні рекомендації до самостійної роботи

1. На самостійне опрацювання винесено такі теоретичні питання:
 - 1.1 Основні відмінні риси PR від інших інструментів маркетингових комунікацій.
 - 1.2 Сутність принципів та функцій PR.
 - 1.3 Що таке громадськість. Способи визначення цільової групи громадськості.
 - 1.4 Дайте визначення громадської думки. Напрями дослідження громадської думки.
 - 1.5 Дайте характеристику основних видів програм PR, що використовуються організацією.
 - 1.6 Які матеріали для преси готуються організацією?
 - 1.7 Охарактеризуйте основні етапи процесу планування програм PR.

Навчальний матеріал за цими питаннями міститься в підручниках і навчальних посібниках, розміщених у списку рекомендованої літератури. Вивчення питань передбачає: участь в обговоренні теми, доповнення відповідей одногрупників, поточне тестування, відповідь на контрольне питання
2. Підготовка до практичного заняття. Рекомендації щодо цього виду роботи подано в Методичних рекомендаціях до практичних занять з навчальної дисципліни «Маркетингові комунікації».

Список рекомендованих джерел

Основні джерела інформації

1. Благун І. І., Гриневич Л. В., Закрижевська І. В. Маркетингові комунікації : навчальний посібник у схемах і таблицях. Івано-Франківськ : Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, 2025. 284 с.
2. Маркетингові комунікації : навчальний посібник / Зоріна О. І. та ін. ; за редакцією О. І. Зоріної. Харків : Український державний університет залізничного транспорту, 2022. 228 с.
3. Паблік рилейшнз. Конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітніх програм «Маркетинг» та «Цифровий маркетинг» галузі знань D Бізнес, адміністрування та право спеціальності D5 Маркетинг денної та заочної форм навчання/ уклад. І. Ф. ЛОРВІ, В. В. МАР'ЮК. Луцьк: ЛНТУ, 2025. 196 с.
<https://repository.lntu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/36ce9697-436f-413d-a77b-3741ea05101a/content>

Додаткові джерела інформації

4. Маркетинг для бакалаврів : навчальний посібник / укладачі: І. Буднікевич та ін. ; за ред. д. е. н., проф. І. М. Буднікевич. 3-тє видання перероблене та доповнене. Чернівці : Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 2025. 370 с.
5. Пахуча Е.В. Маркетингові комунікації: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг» / Е.В. Пахуча / Державний біотехнологічний університет. Х., 2022.
6. Терехов Д. Управління онлайн-репутацією підприємства з використанням сучасних інструментів контент-маркетингу. Сталий розвиток економіки, 1(48), 2024. 201–205. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-48-28>

**Тема 5. Персональні продажі як особова комунікація. Прямий маркетинг.
Оцінювання ефективності маркетингових комунікацій.**

Структура самостійної роботи

Тема, (год)	Зміст завдання	Час на виконання, год	Форма звітності
Тема 5, (16)	Опрацювання теоретичного матеріалу та рекомендованих джерел інформації	4	Усна доповідь, участь в обговоренні, доповнення відповідей одногрупників
	Підготовка до практичних занять	4	Виконання практичних завдань на занятті, відповіді на контрольні питання
	Підготовка до тестування за темою 5	4	Проходження тестування
	Підготовка до контрольної роботи № 2	4	Написання контрольної роботи

Методичні рекомендації до самостійної роботи

1. На самостійне опрацювання винесено такі теоретичні питання:
 - 1.1 Відмінності прямого маркетингу від інших інструментів маркетингових комунікацій.
 - 1.2 Основні причини швидкого розвитку прямого маркетингу.
 - 1.3 Охарактеризуйте основні переваги та недоліки прямого маркетингу.
 - 1.4 Основні цілі директ-маркетингу.
 - 1.5 Форми прямого маркетингу та їх характеристика.
 - 1.6 Будова та сценарій телефонної розмови (особистий продаж).
 - 1.7 Планування програми прямого маркетингу.
 - 1.8 Особистий продаж, його сильні та слабкі сторони.
 - 1.9 Розкрийте суть основних етапів продажу.
 - 1.10 Основні форми особистого продажу. Охарактеризуйте їх.
 - 1.11 Процес пошуку та оцінка потенційних покупців.
 - 1.12 Заперечення та причини їх виникнення. Основні методи подолання заперечень.

Навчальний матеріал за цими питаннями міститься в підручниках і навчальних посібниках, розміщених у списку рекомендованої літератури. Вивчення питань передбачає: участь в обговоренні теми, доповнення відповідей одногрупників, поточне тестування, відповідь на контрольне питання

2. Підготовка до практичного заняття. Рекомендації щодо цього виду роботи подано в Методичних рекомендаціях до практичних занять з навчальної дисципліни «Маркетингові комунікації».

Список рекомендованих джерел

Основні джерела інформації

1. Благун І. І., Гриневич Л. В., Закрижевська І. В. Маркетингові комунікації : навчальний посібник у схемах і таблицях. Івано-Франківськ : Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, 2025. 284 с.

2. Маркетингові комунікації: навчальний посібник / Зоріна О. І. та ін. ; за редакцією О. І. Зоріної. Харків : Український державний університет залізничного транспорту, 2022. 228 с.

3. Пахуча Е. В. Маркетингові комунікації: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг». Харків : Державний біотехнологічний університет, 2023. 101 с.

4. Сафронська І. М. Маркетингові комунікації : навчальний посібник. Київ: Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, 2023. 149 с.

Додаткові інформаційні джерела:

5. Маркетинг : навчальний посібник / Рябова Т. А. та ін.; за редакцією А. В. Вербицької, С. О. Полковниченко. Чернігів : Національний університет «Чернігівська політехніка», 2024. 275 с.

6. Маркетинг для бакалаврів: навчальний посібник / укладачі: І. Буднікевич та ін. ; за ред. д. е. н., проф. І. М. Буднікевич. 3-тє видання перероблене та доповнене. Чернівці : Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 2025. 370 с.

7. Маркетингова діяльність підприємств: підручник / за заг. ред. Косенко О. П. 2-ге вид., зі змінами і доповненнями. Харків : Оберіг, 2023. 1155 с.

8. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Маркетинг : навчальний посібник. 4-те вид., перероб. і допов. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2024. 360 с. (Серія: «Бізнес. Економіка. Фінанси»).