

Назва курсу

Маркетингова збутова політика

Інформація про курс

Рівень вищої освіти:

ОП «Маркетинг» перший (бакалаврський) рівень освіти

Спеціальність:

D5 (075) «Маркетинг»

Назва освітньої програми:

ОП «Маркетинг»

Опис курсу:

Курс «Маркетингова збутова політика» розглядає сукупність заходів, спрямованих на планування, реалізацію та управління процесом руху товарів від виробника до споживача з метою задоволення потреб останніх та досягнення прибутковості для підприємства. Він охоплює широкий спектр питань, включаючи вибір каналів розподілу, управління запасами, організацію продажів, стимулювання збуту та післяпродажне обслуговування.

Цей курс формує у студентів компетентність у використанні сучасних підходів і методів управління збутовою діяльністю. Вони навчаються аналізувати ринок, оцінювати різні канали розподілу, планувати логістичні операції та обирати оптимальні стратегії для досягнення цільових показників продажів. Курс також розвиває навички роботи з CRM-системами та інструментами для управління взаємовідносинами з клієнтами.

Студенти отримують базові знання про зміст, завдання та принципи маркетингової збутової політики. Вони вивчають класифікацію каналів розподілу, зокрема прямі та непрямі канали, а також їхні переваги та недоліки. Курс знайомить з основними логістичними функціями, такими як управління запасами, транспортування, складування та обробка замовлень. Крім того, студенти дізнаються про правові та етичні аспекти збутової діяльності.

Передумови вивчення (попередні вимоги):

OK 13 Маркетинг. Вступ до спеціальності

Обсяг кредитів/годин:

4 кредити ЄКТС/ 120 год., у т. ч. лекцій –32, семінарських – практичних–16, самостійної роботи – 72

Ознаки дисципліни

Термін викладання	Семестр	Міжнародна дисциплінарна інтеграція	Курс рік (навчання)	Цикли: загальної підготовки/ професійної підготовки/ вільного вибору
1 семестр	3 семестр	так	2 курс	Цикл професійної підготовки

Формат навчання:

Змішане навчання

Розташування класної кімнати:<https://dist.ieu.edu.ua/course/view.php?id=794>

Інформація про викладача

Прізвище та ім'я викладача:

Кузьменко Ольга Андріївна, кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри менеджменту, маркетингу та бізнес-адміністрування

Кафедра

Кафедра менеджменту, маркетингу та бізнес-адміністрування

**Місцезнаходження офісу:**

м. Київ, пр-т Академіка Глушкова, 42 В, каб. 511

Графік роботи та консультування:

Щопонеділка з 14:00 до 15:00 з попереднім записом через корпоративну пошту

Електронна пошта викладача:olhakuzmenko@ieu.edu.ua

Цілі курсу / Результати навчання

Цілі курсу

Сформувані у студентів системи науково-теоретичних знань і практичних навичок для ефективного управління процесом розподілу товарів та послуг. Це включає розуміння, як доставити потрібний товар, у потрібній кількості, в потрібне місце і в потрібний час, щоб задовольнити потреби клієнтів і досягти цілей підприємства.

Навчити студентів розробляти збутові стратегії, які максимізують прибуток як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі. Формування вміння аналізувати ринковий попит та обирати такі канали розподілу, які найкраще задовольняють платоспроможний попит клієнтів. Надати знання про те, як ефективна збутова політика може стати джерелом конкурентних переваг для компанії. Вивчення методів планування, організації та контролю руху продукції від виробника до кінцевого споживача. Навчити студентів мінімізувати витрати, пов'язані з логістикою, зберіганням та транспортуванням, не знижуючи при цьому рівень обслуговування.

Роль навчальної дисципліни у досягненні програмних результатів

Інтегральна компетентність: здатність розв'язувати 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.

Дисципліна «Маркетингова збутова політика» забезпечує формування таких **спеціальних (фахових) компетентностей** (СК):

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

Вивчення курсу сприяє досягненню таких **програмних результатів навчання (ПРН):**

ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

Результати навчання

Після опанування курсу студент буде, **знати:**

- збутову політику – визначення, мета, завдання, роль у загальній маркетинговій стратегії;
- анали розподілу – види, структура, функції, вибір оптимального каналу для конкретного продукту;
- методи стимулювання збуту – акції, знижки, бонуси, конкурси, лотереї, програми лояльності;
- рекламу та просування – види реклами, їх ефективність, планування рекламних кампаній;
- маркетингові дослідження – методи збору та аналізу інформації про споживачів, конкурентів, ринок;
- етичні аспекти маркетингової діяльності – відповідальність перед споживачем та суспільством.

вміти:

аналізувати ринок – визначати цільову аудиторію, конкурентне середовище, тенденції; розробляти стратегії збуту – ставити цілі, обирати канали, визначати методи просування; планувати та організовувати збутову діяльність – складати плани продажів, бюджет, графіки; управляти каналами розподілу – взаємодіяти з посередниками, контролювати рух товарів; проводити рекламні кампанії – розробляти рекламні матеріали, вибирати медіа-канали, оцінювати результат.

Зміст курсу

Розділ 1. Маркетинговий розподіл: стратегії, канали, управління

Тема 1.1. Сутність і значення маркетингової збутової політики.

Тема 1.2. Товарний рух і механізм використання каналів розподілу.

Тема 1.3. Управління товарним рухом.

Тема 1.4. Розподіл на підприємствах.



Розподіл годин

Розділ 2. Маркетингові канали: структура, учасники, вибір

Тема 2.1. Оптова торгівля в каналах розподілу.

Тема 2.2. Роздрібна торгівля в каналах розподілу.

Тема 2.3. Державна закупівля та державне замовлення.

Тема 2.4. Вибір маркетингової політики і каналів розподілу.

Розділ 3. Оптимізація каналів розподілу та маркетингова логістика

Тема 3.1. Вибір оптимального каналу розподілу.

Тема 3.2. Конкуренція в каналах розподілу.

Тема 3.3. Розподілення і маркетингова логістика.

Матеріали курсу та вимоги

Книги та матеріали

1. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк: СПД Галяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.
2. Маркетингова політика розподілу: Методичні вказівки до виконання розрахункових робіт навчально-методичний комплекс [Електронний ресурс]: навч. посіб. 075 «Маркетинг», ОП «Маркетингова політика розподілу» / Стадінченко В.В.; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. – 59 с.
3. Офіційний сайт журнал Marketing and Management of Innovations (MMI) - [Електронний ресурс] – Режим <https://mmi.sumdu.edu.ua/ua/uammi/all-volumesand-issues-of-mmi/>
4. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.



Рекомендовані джерела

Технічні вимоги для роботи на курсі

Для роботи на курсі «Маркетингова збутова політика», вам необхідний регулярний доступ до комп'ютера (чи телефону) та інтернету. У системі управління навчальним процесом на платформі Moodle поетапно будуть розміщені інформація або матеріали для вивчення курсу. Також потрібно буде завантажувати та створювати документи, переглядати відео або ж створювати його.

Можливість використовувати корпоративні ресурси Університету надається тільки для акаунтів, пов'язаних з корпоративною поштою.

При неможливості зайти на курс, вам необхідно повідомити старосту або безпосередньо викладача курсу.

Процес навчання

У процесі вивчення дисципліни використовуються інтерактивні, практикоорієнтовані та проблемно-орієнтовані методи навчання, зокрема:

- **лекційні методи:** проблемна лекція, лекція-бесіда, мультимедійна презентація, аналіз практичних випадків;
- **методи практичної підготовки:** опитування, тестування, виконання індивідуальних і групових завдань, розв'язання кейсових задач, аналіз діагностичних результатів;
- **активні методи:** дискусії, мозковий штурм, робота в малих групах, рольові й ділові ігри, групові тренінги;
- **методи самостійної роботи:** опрацювання наукової літератури, підготовка рефератів, презентацій, есе.

Організація освітнього процесу

- Навчання здійснюється у змішаному форматі (аудиторні заняття та онлайн-робота на платформі Moodle).
- Самостійна робота передбачає: підготовку до занять, виконання практичних завдань, аналіз кейсів, написання есе та звітів, підготовку презентацій.
- Для формування практичних навичок використовується діагностичний інструментарій (тести, опитувальники, проєктивні методики).
- Контактна робота із викладачем: лекції, практичні заняття, консультації.
- Зворотний зв'язок забезпечується через коментарі в Moodle, консультації в аудиторії та онлайн, використання корпоративної пошти.

Політики оцінювання

Сумативне оцінювання

Оцінювання результатів навчання здійснюється за такими складовими:

- **Поточний контроль** – участь у дискусіях, виконання практичних завдань, презентацій, тестів, активність у груповій роботі.
- **Самостійна робота** – виконання індивідуальних завдань (есе, аналіз кейсів, підготовка рефератів і презентацій).
- **Підсумковий контроль** – іспит у формі письмових та усних завдань (теоретичні питання, розв'язання практичного кейсу).



Рубрики оцінювання

Діяльність протягом семестру	Максимальна кількість балів протягом семестру
Поточна навчальна діяльність	40
Самостійна робота	20
Підсумковий контроль	40
Разом	100

Шкала оцінювання

Оцінка за дисципліну визначається як сума набраних балів за поточну діяльність у семестрі та балу за підсумковий контроль. Підсумковий контроль проводиться у формі іспиту. Мінімальна кількість балів, яку повинен набрати здобувач освіти за поточну навчальну діяльність за семестр для отримання заліку – 36 балів.



Про політику та процедури оцінювання

Максимальний бал з дисципліни становить 100.

Сумарна оцінка за вивчення дисципліни виставляється за національною та європейською шкалою (ЄКТС).

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	A	відмінно	Зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
66-73	D	Задовільно	
60-65	E		
30-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-29	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Як дізнатись свою оцінку:

Щоб перевірити свої оцінки за завдання та прочитати коментарі викладача, ви повинні перевірити відповідні вкладки дистанційної платформи навчання Moodle. Також отримати інформацію про отримані оцінки ви можете безпосередньо у викладача курсу через корпоративну пошту або ж за попереднім записом у дні надання консультацій (каб. 511).

Політики курсу

Загальні настанови

Під час занять і перебування в університеті **здобувачі зобов'язані** дотримуватись норм академічної етики: проявляти повагу до викладачів, співробітників і колег, відвідувати заняття відповідно до розкладу, приходити вчасно та не залишати аудиторію без дозволу викладача. Виконання академічних завдань і робіт у встановлені терміни є обов'язковим. Викладач, зі свого боку, має постійно вдосконалювати професійну компетентність, педагогічну майстерність і загальну культуру, забезпечувати умови для якісного засвоєння освітньої програми, сприяти професійному розвитку здобувачів. Викладач зобов'язаний бути пунктуальним, дотримуватись принципів академічної доброчесності, не допускати проявів корупції, дискримінації, булінгу чи утиску прав здобувачів освіти.



Кодекс етики та академічної доброчесності

Відвідування занять та участь в них

Відвідування всіх лекційних і практичних занять є **обов'язковим**. Студент зобов'язаний приходити на заняття вчасно, бути присутнім протягом усього заняття та дотримуватися академічної дисципліни.

Пропуски занять допускаються лише з **поважних причин**, підтверджених документально (лікарняний лист, офіційне звернення тощо). У такому випадку студент має право на відпрацювання пропущеного матеріалу у двотижневий термін після повернення до навчання.

Невідвідування занять без поважних причин або систематичні запізнення можуть бути підставою для недопуску до підсумкового контролю з дисципліни.

Участь у семінарах, дискусіях, практичних вправах та виконання завдань під час занять є складовою поточного контролю і враховується в загальній оцінці з дисципліни. За індивідуальних обставин можуть бути застосовані процедури **гнучкості** (адаптації термінів виконання завдань) та **спеціального розгляду** (винятковий порядок врахування результатів навчальної діяльності) відповідно до політики й процедур оцінювання МСУ.



Про політику та процедури оцінювання

Академічна доброчесність

Здобувачі та викладачі зобов'язані дотримуватися принципів академічної доброчесності. Забороняються будь-які прояви плагіату, фабрикації, фальсифікації, списування, використання сторонньої допомоги під час виконання завдань чи складання підсумкового контролю. Порушення академічної доброчесності розглядаються відповідно до внутрішніх положень МСУ та можуть мати наслідком дисциплінарну відповідальність.



Простір академічної
доброчесності

Виконання завдання з запізненням, виправлення оцінок, відпрацювання

Пам'ятайте, що дедлайни працюють в обидві сторони, і їх дотримання гарантує, що викладачем буде наданий своєчасний зворотний зв'язок щодо ваших завдань, щоб переконатися, що ви не відстаєте від курсу.

Всі види індивідуальних та самостійних робіт є складовою оцінювання і повинні бути здані до визначених викладачем строків, аби забезпечити прозорість та об'єктивність оцінювання результатів навчання. Завдання, подані із запізненням, приймаються, але можуть оцінюватися з пониженням балів.

Більшість завдань мають бути виконані до 09:00 у день чергового заняття, щоб узгодити їх зі змістом курсу та діяльністю в групі. Найкращою практикою буде виконувати завдання якомога швидше після отримання, щоб у вас було достатньо часу для активної участі на заняттях.

Завдання, не виконані до завершення семестру без поважних причин, вважаються **академічною заборгованістю**, і студент може бути недопущений до підсумкового контролю.

Повторне складання іспиту можливе лише після виконання всіх передбачених видів навчальної та самостійної роботи й проводиться згідно з графіком ліквідації академічної заборгованості.

Якщо студент пропустив терміни через **поважні обставини**, підтвержені документально, він має право скористатися процедурами **гнучкості** або **спеціального розгляду** для продовження дедлайну чи альтернативного виконання завдання.

Студент має право на **перегляд отриманої оцінки**: він може звернутися до викладача за роз'ясненнями й коментарями щодо виставлених балів. У разі незгоди з результатом студент може подати **апеляцію** відповідно до порядку, визначеного Положенням про політику і процедури оцінювання МСУ.



Про політику та
процедури оцінювання

Час відповіді викладача (про перевірку завдань)

Викладач відповідає на звернення студентів, що надійшли через офіційні корпоративні канали комунікації упродовж **24 годин у робочі дні у години робочого часу викладача** (з 9 00 до 18 00 за київським часом) та проводить консультації відповідно до затвердженого графіка.

Оцінки за завдання та поточну роботу публікуються в електронному журналі на платформі Moodle, як правило, протягом **10 робочих днів** після подання виконаного завдання.

Результати підсумкового оцінювання оголошуються безпосередньо після перевірки робіт (як правило, на наступний день з дати проведення контролю).

Кожен студент має право отримати **індивідуальний коментар** до своєї роботи з поясненням сильних і слабких сторін виконання.

Інформація про підсумкову оцінку (за семестр/іспит) доводиться до відома студентів офіційно – через особистий кабінет у Moodle та/або навчальну картку.

Ефективна комунікація

Для ефективної комунікації слід застосовувати офіційні канали – корпоративну електронну пошту (@ie.u.edu.ua), систему повідомлень освітньої платформи Moodle Міжнародного європейського університету (dist.ie.u.edu.ua).

Політика публікації та розповсюдження матеріалів курсу

Матеріали курсу (лекції, слайди (презентації) відео чи аудіозаписи, завдання, набори задач, тести та ін.) є інтелектуальною власністю викладача і університету. Забороняється будь-яке публічне поширення матеріалів курсу без письмового дозволу, а також відеозапис занять без письмового погодження. За порушення політики публікації та розповсюдження матеріалів студенти можуть бути притягнуті до дисциплінарної відповідальності, у т. ч. відрахування з університету.

Академічна мобільність та визнання результатів попереднього навчання

Студенти мають право брати участь у програмах **національної та міжнародної академічної мобільності** відповідно до Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність МСУ. Мобільність може здійснюватися на основі двосторонніх угод із закладами-партнерами, програм Erasmus+, міжуніверситетських меморандумів чи індивідуальних угод. Результати навчання, здобуті в інших закладах освіти під час мобільності, підлягають **обов'язковому визнанню** в МСУ на підставі академічних довідок (Transcript of Records) та в межах індивідуальної освітньої траєкторії здобувача.

Університет визнає результати **попереднього формального навчання** (отримані в інших ЗВО України та за кордоном), а також може визнавати результати **неформального та інформального навчання** (курси підвищення кваліфікації, сертифікаційні програми, професійний досвід), якщо вони підтверджують набуття компетентностей, визначених освітньою програмою.

Процедури визнання результатів попереднього навчання проводяться з дотриманням принципів Лісабонської конвенції, презумпції визнання та прозорості. У разі необхідності університет може вимагати додаткові документи чи організувати співбесіду/оцінювання для підтвердження результатів. Усі рішення щодо мобільності та визнання результатів попереднього навчання оформлюються наказом ректора і фіксуються в індивідуальному навчальному плані здобувача.



Про визнання результатів
попереднього навчання

Очікуване навантаження та залученість студентів

Служби підтримки

На роботу в цьому курсі слід виділити окремі години для самостійного опрацювання деяких матеріалів лекцій відповідно до тематики курсу (приблизно 3-7 годин на тиждень). Очікується, що здобувачі мають резервний план на випадок несправності комп'ютера або перебоїв у роботі Інтернету. Студент має право скористатися процедурами **гнучкості** або **спеціального розгляду** для продовження дедлайну чи альтернативного виконання завдання.



Про політику та
процедури оцінювання

Розклад курсу

№	Тема	Практичні завдання (методики з посібника)	Самостійна робота
1	Сутність і значення маркетингової збутової політики	Аналіз каналів розподілу реальних компаній і розробку стратегій збуту для гіпотетичних продуктів.	Дослідження, порівняння та вирішення ситуаційних завдань, пов'язаних з управлінням ланцюгом постачання та дистрибуцією
2	Товарний рух і механізм використання каналів розподілу	Аналіз логістичних процесів і розробка оптимальних маршрутів збуту для конкретних товарів	Дослідження ролі посередників у ланцюгу постачання та розрахунок витрат на транспортування та зберігання
3	Управління товарним рухом	Розробка логістичних маршрутів, оптимізація складських операцій та вибір ефективних транспортних засобів	Аналіз системи управління запасами, за для мінімізації витрат та забезпечення безперервних поставок товарів
4	Розподіл на підприємствах	Аналіз існуючих каналів збуту, розробка стратегій їхнього вдосконалення, а також оптимізація логістичних процесів	Навчитися вибирати ефективних посередників і розраховувати витрати на збут
5	Оптова торгівля в каналах розподілу	Аналіз ролі оптовиків у каналах розподілу та їхнього впливу на ланцюг постачання	Розробка стратегії взаємодії з оптовими посередниками та вивчення їх функцій, таких як сортування, складування та транспортування товарів
6	Роздрібна торгівля в каналах розподілу	Аналіз стратегій роздрібних мереж, розробка плану мерчандайзингу та оцінка ефективності розміщення товарів у магазинах	Дослідження поведінки споживачів та впливу роздрібно середовища на їхні рішення про покупку
7	Державна закупівля та державне замовлення	Аналіз тендерної документації, розрахунок очікуваної вартості закупівель та підготовка пропозицій для участі в електронних торгах	Вивчення законодавства, що регулює державні закупівлі, та вирішення кейсів, пов'язаних з дотриманням процедур
8	Вибір маркетингової політики і каналів розподілу	Аналіз цільового ринку та цілей компанії для обґрунтування вибору конкретних каналів	Розробка критеріїв оцінки альтернативних варіантів розподілу та обґрунтування рішення щодо впровадження оптимальної збутової стратегії
9	Вибір оптимального каналу розподілу.	Аналіз цільової аудиторії, характеристик товару та конкурентного середовища для обґрунтування найефективнішої стратегії збуту	Розрахунок витрат та потенційний прибуток від різних каналів, за для визначення найбільш вигідного варіанту
10	Конкуренція в каналах розподілу.	Аналіз конфліктів між учасниками, виявлення їх причин і розробка стратегій для їх вирішення	Дослідити, як різні канали конкурують за увагу споживача, і пропонують шляхи для досягнення співпраці
11	Розподілення і маркетингова логістика.	Розробка ефективних логістичних систем, що забезпечують рух товарів від виробника до споживача	Аналіз процесів управління запасами, складування, транспортування та обробки замовлень, за для мінімізації витрат та підвищення рівня обслуговування

Поради щодо успішного навчання

- **Кожне завдання і кожне заняття – це крок до вашого становлення як маркетолога.** Використайте цей шанс максимально!
- **Будьте активними на заняттях.** Регулярно відвідуйте лекції й практичні заняття, беріть участь у дискусіях, ставте запитання та діліться власними думками. Це сприяє кращому засвоєнню матеріалу та підвищує результати поточного контролю.
- **Працюйте з літературою та джерелами.** Використовуйте основну та додаткову літературу, рекомендовану в силабусі. Звертайтеся до сучасних наукових публікацій, міжнародних баз даних (Scopus, Web of Science), щоб розширити теоретичну базу.
- **Виконуйте практичні завдання вчасно.** Завдання з аналізу практичних кейсів чи тестових методик, які є ключовими для формування професійних навичок. Дотримання дедлайнів полегшить підготовку до іспиту.
- **Розвивайте навички самостійної роботи.** Виділяйте час на опрацювання літератури, створення конспектів, написання рефератів і презентацій. Це допоможе не лише закріпити знання, а й підготуватися до магістерського дослідження.
- **Використовуйте цифрові ресурси.** Активно працюйте з цифровими ресурсами: переглядайте матеріали, виконуйте тести, завантажуйте завдання та перевіряйте коментарі викладача.
- **Співпрацюйте з одногрупниками.** Обмін досвідом, підготовка групових завдань і тренінгів дозволяють розширити власне бачення й отримати підтримку під час навчання.
- **Готуйтеся до практичної діяльності в маркетингу.** Варто зосередитися на плануванні та аналізі маркетингової діяльності, що включає розробку маркетингових стратегій, встановлення цілей та оцінку ефективності рекламних кампаній, тому важливо відпрацьовувати алгоритми планування, контролю та аналізу діяльності на практичних прикладах і тренінгах.
- **Не відкладайте підготовку до контрольних заходів.** Регулярно повторюйте матеріал після кожної теми, створюйте зручні схеми та таблиці для кращого засвоєння методик, критеріїв прийняття рішень і аналізу результатів.
- **Дотримуйтеся принципів академічної доброчесності.** Виконуйте завдання самостійно, правильно оформлюйте посилання на джерела, уникайте плагіату та списування.
- **Звертайтеся по підтримку у разі потреби.** Якщо виникають труднощі в засвоєнні матеріалу, не вагайтеся звернутися до викладачів, кураторів або служб підтримки університету.
- **Пам'ятайте:** успіх у маркетингу залежить не лише від знань, а й від уважності, відповідальності та комунікативних навичок. Будьте активними, допитливими та цілеспрямованими!

Нехай цей курс стане для вас не лише джерелом знань, а й поштовхом до професійного самовдосконалення та впевненого руху вперед!