

УНІВЕРСИТЕТ «КРОК»

Навчально-науковий інститут менеджменту та освіти дорослих

Кафедра управлінських технологій

Гудзь Оксана Олександрівна

УДК 005.936.3:339.138

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: «Планування та реалізація маркетингової стратегії підприємства»

Спеціальність: 073 Менеджмент

Освітня програма: «Менеджмент»

Подається на здобуття освітнього рівня бакалавр

Кваліфікаційна робота містить результати власних доробок. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ О. О. Гудзь

(Підпис, ініціали та прізвище здобувача)

Науковий керівник (консультант)

Пазєєва Ганна Михайлівна

кандидат економічних наук, доцент

(прізвище, ім'я по батькові, науковий ступінь керівника)

Київ-2024

АНОТАЦІЯ

У сучасному конкурентному середовищі, де ринок переповнений пропозиціями, правильна маркетингова стратегія дозволяє компанії виділитися серед конкурентів, привернути увагу цільової аудиторії та забезпечити стабільне зростання доходу. Стратегічне планування допомагає компанії чітко визначити свої цілі, завдання, конкурентні переваги та шляхи їх просування на ринку. Реалізація плану вимагає моніторингу та аналізу результатів, а також гнучкості в адаптації до змін у бізнес-середовищі. Тому актуальність теми стратегічного планування та впровадження маркетингової стратегії відома, адже компанії можуть успішно виступати на ринку, залучати нових споживачів і посилювати свою конкуренцію. Кваліфікаційна робота спрямована на вирішення проблемних питань, пов'язаних з плануванням та реалізації маркетингової стратегії в Університеті економіки та права «КРОК».

Метою кваліфікаційної роботи є аналіз та розробка рекомендацій щодо вдосконалення системи планування та реалізації маркетингової стратегії в Університеті економіки та права «КРОК» з метою підвищення ефективності маркетингової діяльності та зміцнення конкурентних позицій на ринку освітніх послуг.

Для досягнення мети в кваліфікаційній роботі досліджено всі ключові аспекти в системі планування та реалізації маркетингової стратегії в Університеті економіки та права «КРОК». Проведено аналіз наукової літератури з питань маркетингової стратегії та стратегічного управління. Досліджено систему планування та реалізації маркетингової стратегії в Університеті економіки та права «КРОК». Оцінено фінансовий стан та результати господарювання університету. Розроблено рекомендації щодо вдосконалення системи планування та реалізації маркетингової стратегії. А також оцінено економічну ефективність запропонованих заходів.

Кваліфікаційна робота містить 6 табл., 6 рис. та 1 дод. Список використаних джерел включає 40 найменувань, викладений на 51 сторінках.

Ключові слова: маркетингова стратегія, стратегічне планування, маркетингова діяльність, університет, освітні послуги, конкурентоспроможність.

ANNOTATION

In today's competitive environment, where the market is overflowing with offers, the right marketing strategy allows a company to stand out from the competition, attract the attention of its target audience, and ensure stable revenue growth. Strategic planning helps a company to clearly define its goals, objectives, competitive advantages and ways to promote them in the market. Implementing the plan requires monitoring and analyzing results, as well as flexibility in adapting to changes in the business environment. Therefore, the relevance of the topic of strategic planning and implementation of a marketing strategy is known, because companies can successfully perform in the market, attract new consumers and strengthen their competition. The qualification work is aimed at solving problematic issues related to the planning and implementation of a marketing strategy at the University of Economics and Law "KROK".

The purpose of the qualification work is to analyze and develop recommendations for improving the system of planning and implementation of the marketing strategy at the University of Economics and Law "KROK" in order to increase the efficiency of marketing activities and strengthen competitive positions in the market of educational services.

To achieve the goal in the qualification work, all key aspects in the system of planning and implementation of the marketing strategy at the University of Economics and Law "KROK" are studied. An analysis of scientific literature on marketing strategy and strategic management is carried out. The system of planning and implementation of the marketing strategy at the University of Economics and Law "KROK" is studied. The financial condition and results of management of the university are evaluated. Recommendations for improving the system of planning and implementation of marketing strategy have been developed. The economic efficiency of the proposed measures is also evaluated.

The qualification work contains 6 tables, 6 figs. and 1 add. The list of references includes 40 titles, presented on 51 pages.

Keywords: marketing strategy, strategic planning, marketing activity, university, educational services, competitiveness.

ЗМІСТ

| | |
|--|-----------|
| ВСТУП..... | 8 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.. | 11 |
| 1.1. Сутність, принципи та особливості стратегічного управління підприємства..... | 11 |
| 1.2. Маркетингова стратегія підприємства як основа успішної системи управління компанії..... | 13 |
| 1.3. Форми і методи планування маркетингової стратегії підприємства. | 20 |
| РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СИСТЕМИ ПЛАНУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В УНІВЕРСИТЕТІ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК» | 25 |
| 2.1. Загальна характеристика виробничо-господарської діяльності Університету економіки та права «КРОК»..... | 25 |
| 2.2. Оцінка фінансового стану та результатів господарювання Університету економіки та права «КРОК»..... | 29 |
| 2.3. Аналіз системи стратегічного планування та управління маркетинговою діяльністю в Університеті економіки та права «КРОК»..... | 32 |
| РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ПЛАНУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ..... | 38 |
| 3.1. Основні напрями управління системою стратегічного планування маркетингової діяльності на підприємстві..... | 38 |
| 3.2. Рекомендації щодо шляхів вдосконалення системи реалізації стратегічного управління в Університеті економіки та права «КРОК»..... | 42 |
| 3.3. Оцінка економічної ефективності запропонованих заходів управління системою стратегічного планування..... | 51 |
| ВИСНОВКИ..... | 55 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 58 |

| | |
|---------------------|-----------|
| ДОДАТКИ..... | 65 |
|---------------------|-----------|

ВИСНОВКИ

В умовах конкуренції компаніям необхідно чітко усвідомлювати свої цілі, вміти правильно розподіляти і використовувати ресурси, вибирати ринок, будувати цінову політику на майбутнє, налагоджувати надійний і довгостроковий бізнес. відносин, досліджувати та робити прогнози під впливом макро- та мікросередовища та враховуючи інші чинники у створенні ринку. Під впливом цих умов бізнес-сектор спрямував свій вектор на стрімкий розвиток стратегічного планування, заснованого на підвищенні ефективності управлінської частини бізнес-процесів, планування та повноважень.

За своєю суттю, стратегія виступає в ролі визначення сукупності мети і напрямку дій підприємства. Стратегія спрямована на розробку відповідних заходів і планів для досягнення наміченої мети, необхідно враховувати науку і технології компанії, її роботу і маркетингові потреби. Стратегічний план має базуватися на різноманітних дослідженнях і реальних даних. Тому необхідно постійно збирати та аналізувати багато інформації про економіку країни, ринок, конкуренцію тощо.

Отже, основними стратегічними розробками Університету економіки та права «КРОК» який був об'єктом нашого дослідження, є:

1. Постійне виконання плану розвитку та інновацій, забезпечення шляхів і прийняття поточних методів і методів, забезпечення найбільш ефективних факсів, максимально адаптованих до письмової діяльності роботи;
2. Посилити роботу в інтеграції з міжнародним та європейським громадським сектором;
3. Оптимізація обсягу доступу до вищої освіти, посилення індивідуалізації праці, підвищення рівня освіти спеціалістів;
4. Продовження роботи над підвищенням якості освітньої підготовки з метою підвищення якості педагогічного та педагогічного складу та забезпечення кваліфікованими педагогічними та педагогічними кадрами;
5. За забезпечення розвитку наукової діяльності університету з її наближеністю до пам'яті бізнес-досліджень вищої освіти;

6. Продовження розвитку системи управління якістю (СУЯ), забезпечення професійними кадрами та підвищення кваліфікації, інші напрямки співпраці та вдосконалення діяльності університету;

7. Розвиток ресурсу та технології з метою забезпечення вдосконалення навчального процесу, виховної роботи, підвищення комфортності проживання працівників та студентів.

Університет «КРОК» входить до п'ятірки найкращих університетів України, який користується популярністю не лише серед українців, а й серед іноземних студентів. Кваліфіковані співробітники та працівники найвищого рівня продуктивності в галузі освіти. Університет економіки та права «КРОК» використовує переважно демократичний стиль управління. При демократичному стилі управління основна роль менеджера полягає в тому, щоб організувати і керувати непомітно, дисципліна компанії базується на знаннях співробітників, а не на страху керівника. Структура Університету економіки та права «КРОК» базується на ієрархічних рівнях управління, де кожен нижчий рівень контролюється вищим. Оплата в Університеті економіки та права «КРОК» складається з основної та допоміжної складових. За виконання умов праці виплачується основна заробітна плата. Він характеризується витратами на заробітну плату працівників і заробітну плату керівників, експертів і експертів.

Проаналізувавши фінансову ситуацію в університеті «КРОК», ми дійшли висновку, що фінансовий цикл зростає, це ознака того, що сам університет сильно розвивається і конкурує на освітньому ринку, що дуже важливо в сучасному світі це додає знак того, що сам університет розвивається, удосконалюється, досягає своїх цілей і підтримує нові технології, що теж важливо.

Незважаючи на те, що Університет «КРОК» входить до п'ятірки кращих університетів України, завжди потрібно будувати план вдосконалення, адже конкуренція дуже сильна, потрібно постійно вдосконалюватися, щоб залишатися конкурентоспроможними. У цьому розділі представлені

рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності університету та дії для досягнення цих цілей.

Не менш важливим є економічна ефективність Університету «КРОК», тож проаналізувавши активи за 2021 р, - 2023 р., можна зробити висновок, що Університет з кожним роком збільшує свою цінність, а це означає, що університет досягає поставлених цілей, що дозволяє йому конкурувати серед інших університетів. Діяльність Університету «КРОК» відповідає вимогам національного стандарту, останні кілька років він входить до числа найкращих ВНЗ України, а це означає, що цей Університет користується великою популярністю серед абітурієнтів, тому просимо з розумінням поставитися. Користується популярністю серед іноземних студентів.

Проаналізувавши систему управління персоналом, можна сказати, що в Університеті «КРОК» дотримуються всіх норм трудового законодавства України, широко використовується демократичний метод управління, працює з працівниками над створенням професійних спеціалістів, які можуть забезпечити розвиток сучасного бізнесу.

Тому керівництво організовує різноманітні заходи для розвитку Університету «КРОК», а також пояснює співробітникам важливість досягнення цілей та їхні особисті потреби від реалізації мети. Зусилля співробітників у розвитку Університету не менші, тому проводяться корпоративні заходи, щоб донести до співробітників знання про цінності компанії, прискорити зміну нових співробітників, входження в команду. , покращення середовища та мислення. в компанії, що підвищує рівень мотивації співробітника і підвищує продуктивність праці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Замогильна-Грушевська В.В. Аналіз стратегій брендування в сфері послуг та їх вплив на відомість та лояльність клієнтів / В. В. Замогильна-Грушевська, І. Б. Мала // Сучасний менеджмент організації: витоки, реалії та перспективи розвитку: тези доповідей IV Наукової конференції (18 квітня 2024 р.). - Київ: Університет "КРОК", 2024. <https://conf.krok.edu.ua/ММО/ММО-2024/paper/view/2045>
2. Мацьовита А.О. Зовнішня реклама: основні види та вимоги / А. О. Мацьовита, І. Б. Мала // Сучасний менеджмент організації: витоки, реалії та перспективи розвитку: тези доповідей IV Наукової конференції (18 квітня 2024 р.). - Київ: Університет "КРОК", 2024. <https://conf.krok.edu.ua/ММО/ММО-2024/paper/view/2146>
3. Кривушенко А.А. Вплив корпоративної соціальної відповідальності на розроблення та позиціонування товарів / А. А. Кривушенко, І. Б. Мала // Сучасний менеджмент організації: витоки, реалії та перспективи розвитку: тези доповідей IV Наукової конференції (18 квітня 2024 р.). - Київ: Університет "КРОК", 2024. <https://conf.krok.edu.ua/ММО/ММО-2024/paper/view/2177>
4. Мала І.Б. Копірайтинг як стратегічний інструмент у розвитку бренду та формуванні маркетингової ідентичності компанії / І. Б. Мала // Сучасний менеджмент організації: витоки, реалії та перспективи розвитку: тези доповідей IV Наукової конференції (18 квітня 2024 р.). - Київ: Університет "КРОК", 2024. <https://conf.krok.edu.ua/ММО/ММО-2024/paper/view/2180>
5. Ткаченко К.С. Вплив соціальних мереж на процес розроблення товару та маркетингові стратегії / К. С. Ткаченко, І. Б. Мала // Сучасний менеджмент організації: витоки, реалії та перспективи розвитку: тези доповідей IV Наукової конференції (18 квітня 2024 р.). - Київ: Університет "КРОК", 2024. <https://conf.krok.edu.ua/ММО/ММО-2024/paper/view/2191>
6. Ткаченко К.С. Психологічні аспекти, емоційні реакції та вплив реклами на прийняття рішень споживачами / К. С. Ткаченко, І. Б. Мала //

Сучасний менеджмент організації: витoki, реалії та перспективи розвитку: тези доповідей IV Наукової конференції (18 квітня 2024 р.). - Київ: Університет "КРОК", 2024. <https://conf.krok.edu.ua/MMO/MMO-2024/paper/view/2194>

7. Петрова І.Л. Контент-маркетинг: навчально-методичний посібник: для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 075 "Маркетинг" освітнього ступеню "бакалавр" / І. Л. Петрова, І. В. Дьячук. - Київ: Університет "КРОК", 2023. - 30 с. - https://library.krok.edu.ua/media/library/category/metodichni-vkazivki/petrova_0046.pdf

8. Петрова І.Л. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник: для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 075 "Маркетинг" освітнього ступеню "бакалавр" / І. Л. Петрова, І. В. Дьячук. - Київ: Університет "КРОК", 2023. - 35 с. - https://library.krok.edu.ua/media/library/category/metodichni-vkazivki/petrova_0047.pdf

9. Ребекевша К.К. Взаємообернений вплив цінової політики та іміджу бренду / К. К. Ребекевша, О. О. Наумова // Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку: тези доповідей V Міжнародної конференції (Київ, 7 грудня 2023 р.). - Київ: Університет "КРОК", 2023. <https://conf.krok.edu.ua/SRE/SRE-2023/paper/view/1696>

10. Беконіна Є.М. Актуальність брендингу в Україні / Є. М. Беконіна, О. О. Наумова // Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку: тези доповідей V Міжнародної конференції (Київ, 7 грудня 2023 р.). - Київ: Університет "КРОК", 2023. <https://conf.krok.edu.ua/SRE/SRE-2023/paper/view/1789>

11. Генчев Т.О. Вплив маркетингу на виставкову діяльність в Україні / Т. О. Генчев, О. О. Наумова // Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку: тези доповідей V Міжнародної конференції (Київ, 7 грудня 2023 р.). - Київ:

Університет "КРОК", 2023. <https://conf.krok.edu.ua/SRE/SRE-2023/paper/view/1792>

12. Силантьєва Д.Д. Клієнтоорієнтованість як стратегічний імператив маркетингової діяльності підприємства / Д. Д. Силантьєва, І. Л. Петрова // Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку: тези доповідей V Міжнародної конференції (Київ, 7 грудня 2023 р.). - Київ: Університет "КРОК", 2023. <https://conf.krok.edu.ua/SRE/SRE-2023/paper/view/1610>

13. Бровко В.Ю. Використання соціологічного інструментарію в маркетингових дослідженнях / В. Ю. Бровко, І. Л. Петрова // Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку: тези доповідей V Міжнародної конференції (Київ, 7 грудня 2023 р.). - Київ: Університет "КРОК", 2023. <https://conf.krok.edu.ua/SRE/SRE-2023/paper/view/1993>

14. Беконіна Є.М. Цифрові інструменти у маркетингу послуг / Є. М. Беконіна, І. Б. Мала // Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку: тези доповідей V Міжнародної конференції (Київ, 7 грудня 2023 р.). - Київ: Університет "КРОК", 2023. <https://conf.krok.edu.ua/SRE/SRE-2023/paper/view/1687>

15. Петрова І.Л. Технології формування креативності та гнучкості працівників / І. Л. Петрова // Мобільність робочої сили України: тенденції та перспективи: колективна монографія / за наук. ред. д.е.н., проф. І.Л. Петрової, д.е.н. В.В. Близнюк. - Київ: ДУ "Інститут економіки та прогнозування НАН України", 2023. - С. 241-246. <http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2023/12/Mobilnist-robochoi-syly-Ukrainy.pdf>

16. Іщенко М.А. Маркетинг персоналу як взаємодія маркетингу та PR - менеджменту / М. А. Іщенко, І. Л. Петрова // Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку: тези доповідей V Міжнародної конференції (Київ, 7 грудня 2023 р.). - Київ: Університет "КРОК", 2023. <https://conf.krok.edu.ua/SRE/SRE-2023/paper/view/1995>

17. Дьячук І.В. Цифровий маркетинг: новий інструмент для міжнародної освіти / І. В. Дьячук // Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку: тези доповідей V Міжнародної конференції (Київ, 7 грудня 2023 р.). - Київ: Університет "КРОК", 2023. - <https://conf.krok.edu.ua/SRE/SRE-2023/paper/view/1605>

18. Дьячук І.В. Запровадження цифрового маркетингу в освітніх установах / І. В. Дьячук // Ефективні механізми соціально-економічного розвитку країни та регіонів: сучасні виклики та рішення: матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 24 листопада 2023 р.). - Львів-Торунь: Liha-Pres, 2023. - С. 102-105. <http://catalog.liha-pres.eu/index.php/liha-pres/catalog/view/237/6004/13460-1>

19. Держак Н.О. Концепції маркетингу та ситуаційні виклики / Н. О. Держак // Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку: тези доповідей IV Міжнародної конференції (7 грудня 2022 р., м. Київ). - Київ: Університет "КРОК", 2022. - <https://conf.krok.edu.ua/SRE/SRE-2022/paper/view/1333>

20. Петрова І.Л. Методичні засади розробки маркетингової стратегії підприємства / І. Л. Петрова, Є. М. Лойко // Вчені записки Університету "КРОК". - 2022. - № 1(65). - С. 95-104. - DOI <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-65-95-104>.

21. Петрова І.Л. Сучасні особливості внутрішнього маркетингу персоналу / І. Л. Петрова // Маркетинг: виклики та рішення : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 21 квітня 2021 року) / за ред. д.е.н., проф. І.Л. Литовченко. - Одеса: Видавничий дім "Гельветика", 2021. - С. 74-75

22. Ghareaghaji M.K. Factors affecting consumer's online shopping buying behavior: International overview / М. К. Ghareaghaji, О. І. Bielova // Професійний менеджмент в сучасних умовах розвитку ринку : матеріали доповідей X науково-практичної конференції з міжнародною участю (1 листопада 2021 р.). - Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2021. - С. 179-182. -

https://adm.nuph.edu.ua/wp-content/uploads/2021/10/zbirnyk-tez-kh-naukovo-praktychnoi-konferentsii_2021.pdf

23. Коваленко А.М. Концепція маркетингових відносин / А.М. Коваленко, О.О. Наумова // Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку: матеріали III Міжнародної конференції (м. Київ, 2-3 грудня 2021 р.). - К.: Університет "КРОК", 2021. - <https://conf.krok.edu.ua/SRE/SRE-2021/paper/view/775>

24. Наумова О.О. Концепція маркетингових відносин / О.О. Наумова, А.М. Коваленко // Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку: матеріали III Міжнародної конференції (м. Київ, 2-3 грудня 2021 р.). - К.: Університет "КРОК", 2021. - <https://conf.krok.edu.ua/SRE/SRE-2021/paper/view/787>

25. Петрова І.Л. Роль маркетингу персоналу в управлінні організацією / І.Л. Петрова, Д.А. Катеруша // Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку: матеріали III Міжнародної конференції (м. Київ, 2-3 грудня 2021 р.). - К.: Університет "КРОК", 2021. - <https://conf.krok.edu.ua/SRE/SRE-2021/paper/view/794>

26. Петрова І.Л. Інформаційна функція маркетингу персоналу / І.Л. Петрова, М.В. Копійко // Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку: матеріали III Міжнародної конференції (м. Київ, 2-3 грудня 2021 р.). - К.: Університет "КРОК", 2021. - <https://conf.krok.edu.ua/SRE/SRE-2021/paper/view/796>

27. Петрова І.Л. «SMM як інструмент просування товарів та послуг» / І.Л. Петрова, А.Д. Мельничук // Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку: матеріали III Міжнародної конференції (м. Київ, 2-3 грудня 2021 р.). - К.: Університет "КРОК", 2021. - <https://conf.krok.edu.ua/SRE/SRE-2021/paper/view/808>

28. Петрова І.Л. Методологія наукових досліджень у сфері маркетингу / І.Л. Петрова, А.М. Коваленко // Держава, регіони, підприємництво:

інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку: матеріали III Міжнародної конференції (м. Київ, 2-3 грудня 2021 р.). - К.: Університет "КРОК", 2021. - <https://conf.krok.edu.ua/SRE/SRE-2021/paper/view/925>

29. Інституційні засади розвитку ринку праці в Україні : колективна монографія / за наук. ред. д.е.н., проф. І.Л. Петрової, д.е.н. В.В. Близнюк. - Київ:ДУ "Ін-т екон. та прогноз. НАН України", 2021. - Електрон. дані.- 472 с. - URL: <http://ief.org.ua/docs/mg/360.pdf>

30. Штундер І.О. Зайнятість в Україні: перспективи інноватизації / І.О. Штундер // Нова парадигма економічної освіти у контексті інноваційної моделі розвитку вітчизняної освіти: Збірник наукових праць III Міжнародної науково-практичної конференції (30 листопада 2021 р.). - Київ: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2021. - С. 90-95

31. Штундер І.О. Ефективна зайнятість: проблеми забезпечення / І.О. Штундер // Генерування інновацій інклюзивного розвитку: національний, регіональний, міжнародний вимір: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (Запоріжжя, 12–13 жовтня 2021 р.). - Запоріжжя: НУ "Запорізька політехніка", 2021. - С. 68-70

32. Дьячук І.В. Інтернет-маркетинг та digital-стратегії. Принципи ефективного використання / І. В. Дьячук // Вчені записки Університету "КРОК". - 2021. - № 4(64). - С. 106-113. - DOI <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2021-64-106-113>

33. Зінченко Т.Ю. Цифровий маркетинг як напрямок удосконалення комунікаційних взаємодій зі споживачами / Т. Ю. Зінченко, Н.О Держак // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. - 2021. - № 6. - С. 121-126. - DOI <https://doi.org/10.33216/1998-7927-2021-270-6-115-120>.

34. Дьячук І.В. Модель контент-маркетингу для ефективного управління WEB-контентом / І. В. Дьячук // Вчені записки Університету "КРОК". - 2021. - № 2(62). - С. 82-91. - <http://snku.krok.edu.ua/vcheni-zapiski-universitetu-krok/article/view/407/434>

35. Дьячук І.В. Огляд ринку платформ електронного навчання / І.В.Дьячук// Освіта та наука: трансформація, відповідальність, академічна свобода: тези допов. наукової конференції (Київ, 5 березня 2021 року). - К.: Університет "КРОК", 2021. - С. 30-32. - <https://conf.krok.edu.ua/ONTR/ESTR/paper/view/401>
36. Кудряшов Є. Маркетинг місць (територій) / Є. Кудряшов, О. Наумова // Wissenschaftliche ergebnisse und errungenschaften: 2020: тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (25.12.2020. Мюнхен, DEU). - Збірник наукових праць LOGOS,2020. - С. 40-41.
37. Пижьянов С.К. Теоретичні аспекти маркетингу персоналу / С.К. Пижьянов, О.О. Наумова // Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку: тези доповідей II Міжнародної конференції (Київ, 20 листопада 2020 р.). - К.: Університет "КРОК", 2020. - С. 237-238. - <https://conf.krok.edu.ua/SRE/SRE2020/paper/view/161>
38. Людський розвиток в Україні: пріоритети розвитку сільських поселень у контексті децентралізації управління: монографія /Л.В. Головка, О.І. Дяконенко, І.В. Терон [та інші]; за ред. Е.М. Лібанової. - Київ : Академперіодика, 2020. - 354 с.
39. Петрова І. Л. Розвиток внутрішнього маркетингу в сфері послуг / І.Л. Петрова, М.П. Войтенко // Нова парадигма економічної освіти у контексті інноваційної моделі розвитку вітчизняної освіти: Збірник наукових праць II Міжнародної науково-практичної конференції (25 листопада 2020 р.). - К.: Вид-во НПУ ім. М.П. Драгоманова, 2020. - С. 12-18
40. Здан Н.В. Мотиваційна складова підвищення ефективності діяльності освітніх організацій / Н.В. Здан, І.Л. Петрова // Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку: матеріали міжнародної конференції (м. Київ, 21-22 листопада 2019 р.). - К.: Університет "КРОК", 2019. - С. 539-542