

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОК30 -2025
	Екземпляр № 1	Арк 28 / 1

ЗАТВЕРДЖЕНО

Науково-методичною радою
Державного університету
«Житомирська політехніка»
протокол від 21 жовтня 2025 р.
№ 06

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ для проведення практичних занять з навчальної дисципліни «ПРОГНОЗУВАННЯ ЯВИЩ І ПРОЦЕСІВ У МАРКЕТИНГОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ»

для здобувачів вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» освітньо-
професійної програми «Маркетинг»
факультет бізнесу та сфери обслуговування
(назва факультету)

Кафедра інформаційних систем в управлінні та обліку
(назва кафедри)

Схвалено на засіданні кафедри
інформаційних систем в
управлінні та обліку
(назва кафедри)

25 вересня 2025 р.,
протокол № 08

Завідувач кафедри
_____ Сергій ЛЕГЕНЧУК

Розробник: к.е.н., доц., доцент кафедри інформаційних систем в управлінні та
обліку ПОЛІЩУК Ірина
(науковий ступінь, посада, ПРІЗВИЩЕ, власне ім'я)

Житомир
2025

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОК30 -2025
	Екземпляр № 1	Арк 28 / 2

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Тема 1. Теоретичні основи аналізу маркетингового середовища	5
Тема 2. Інформаційна база для аналізу маркетингового середовища.....	8
Тема 3. Інструменти підтвердження достовірності джерел даних для аналізу маркетингового середовища	12
Тема 4. Теоретичні основи прогнозування в маркетингу	14
Тема 5. Методи прогнозування в маркетингу.....	15
Тема 6. Аналіз виробництва та реалізації продукції.....	17
Тема 7. Управління маркетинговими витратами.....	19
Тема 8. Рекламний бюджет	20
Тема 9. Управління маркетинговим середовищем	22
Тема 10. Сучасні тенденції та виклики маркетингового середовища.....	25

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОК30 -2025
	Екземпляр № 1	Арк 28 / 3

ВСТУП

Метою вивчення навчальної дисципліни є формування знань щодо методів збирання даних, перевірки їх достовірності, оброблення та прогнозування явищ і процесів в маркетинговому середовищі.

Завданнями навчальної дисципліни є:

- вивчити поняття та структуру маркетингового середовища;
- визначити інформаційну базу для аналізу маркетингового середовища;
- вивчити порядок використання електронних інформаційних ресурсів для перевірки їх достовірності;
- визначити основні принципи побудови маркетингових прогнозів;
- засвоїти методи прогнозування в маркетингу;
- інтерпретувати результати аналізу ритмічності виробництва та реалізації продукції;
- вивчити порядок формування рекламного бюджету;
- інтерпретувати результати аналізу ефективності маркетингової політики підприємства;
- визначити методи управління ризиками в умовах нестабільного маркетингового середовища;
- визначити вплив соціальних медіа на формування маркетингового середовища.

Зміст навчальної дисципліни направлений на формування наступних **компетентностей**, визначених освітньо-професійною програмою «Маркетинг»:

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов’язків.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

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

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОК30 -2025
	Екземпляр № 1	Арк 28 / 4

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

СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.

Отримані знання з навчальної дисципліни стануть складовими наступних **програмних результатів** навчання за спеціальністю **075 «Маркетинг»:**

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

ПР 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

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

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

ПР 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОКЗ0 -2025
	Екземпляр № 1	Арк 28 / 5

ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА

1.1. Навчальні завдання

Завдання 1.1.1

Дати відповідь на наступні питання:

1. Поняття та структура маркетингового середовища.
2. Внутрішнє маркетингове середовище: фактори впливу та управління.
3. Зовнішнє маркетингове середовище: мікро- та макросередовище.
4. Інтеграція цілей сталого розвитку в маркетингове середовище

Завдання 1.1.2

Сформулювати перелік показників для характеристики діяльності підприємства за допомогою системи збалансованих показників, заповнити табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Показники проєкцій системи збалансованих показників бізнес-проєкту

Проекція	Показники
Фінансова	
Клієнти	
Внутрішні бізнес-процеси	
Навчання і персонал	

Дані для виконання:

- 1) чистий прибуток (ЧП),
- 2) дебіторська заборгованість за товари, роботи послуги (ДЗ);
- 3) адміністративні витрати (АВ),
- 4) тривалість обороту запасів (Тз),
- 5) тривалість фінансового циклу (Тфц),
- 6) коефіцієнт зносу основних засобів (Кзн)

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОКЗ0 -2025
	Екземпляр № 1	Арк 28 / 6

- 7) фондоозброєність (ФОз),
- 8) знижки, повернення продукції (Зн),
- 9) поточні зобов'язання з оплати праці (Зоп),
- 10) рентабельність власного капіталу (Рвк),
- 11) тривалість обороту дебіторської заборгованості (Тдз),
- 12) коефіцієнт оборотності запасів (Кобз),
- 13) витрати на збут (Взб),
- 14) продуктивність праці (ПП),
- 15) поточні зобов'язання за соціальним страхуванням (Зсс),
- 16) собівартість (СВ),
- 17) рентабельність продажу (Рпр),
- 18) тривалість операційного циклу (Тоц),
- 19) рентабельність активів (Ра),
- 20) чистий дохід від реалізації продукції (ЧД).

Завдання 1.1.3

Оцінити ефективність діяльності підприємства АТ «Кохавинська паперова фабрика» (<https://www.kpf.ua/dlya-akczioneriv-2/>) за допомогою системи збалансованих показників за чотирма проєкціями: фінанси, клієнти, внутрішні бізнес-процеси, навчання і персонал за 2023-2024 рр. за допомогою табл. 1.2.

Дані для виконання:

Обрати чотири показники з переліку: рентабельність продажу; чистий дохід; заборгованість перед працівниками по заробітній платі; коефіцієнт оборотності оборотних засобів; рентабельність продукції; рентабельність активів; дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги; заборгованість перед органами соціального страхування; коефіцієнт зносу основних засобів.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019								Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОК30 -2025			
	Екземпляр № 1								Арк 28 / 7			

Таблиця 1.2

Проекції системи збалансованих показників

підприємства

Проекція	Показник 1			Показник 2			Показник 3			Показник 4		
	2023	2024	відхилення	2023	2024	відхилення	2023	2024	відхилення	2023	2024	відхилення
Фінанси												
Клієнти												
Внутрішні бізнес-процеси												
Навчання і зростання												

1.2. Рекомендована література

1. Цифрова економіка: підручник / А. І. Крисоватий, О. М. Десятнюк, О. В. Птащенко [та ін.]; за ред. А. І. Крисоватого, О. М. Десятнюк, О. В. Птащенко. Тернопіль: ЗУНУ, 2024. 520 с. URL: <https://tinyurl.com/mrxcadzf>.

2. Вашків О.П., Собко О.М., Смерека С.Б. Управління конкурентоспроможністю продукції: навч. посіб. для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 272 с. URL: <https://tinyurl.com/mr3zedxf>.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОК30 -2025
	Екземпляр № 1	Арк 28 / 8

3. Чирак І.М. Економіка соціальних медіа: навч. посіб. / І.М. Чирак. Тернопіль: ЗУНУ, 2023. 300 с. URL: <https://tinyurl.com/cuv7v5wy>.

4. Хрупович Світлана. Моделювання та прогнозування маркетингу. Електронний навчальний посібник для студентів спеціальності 075 "Маркетинг", ступеня вищої освіти магістр. Тернопіль, ЗУНУ. 2022. 121 с. <https://tinyurl.com/5btxs7cm>.

ТЕМА 2. ІНФОРМАЦІЙНА БАЗА ДЛЯ АНАЛІЗУ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА

2.1. Навчальні завдання

Завдання 2.1.1

Дати відповідь на наступні питання:

1. Структурно-логічна схема інформаційної бази для аналізу маркетингового середовища
2. Класифікація звітності для цілей аналізу маркетингового середовища
3. Внутрішні джерела даних для аналізу маркетингового середовища
4. Зовнішні джерела інформації для аналізу маркетингового середовища

Завдання 2.1.2

1. Порівняти інформацію про напрями діяльності, оприлюднені в Звітах про управління підприємств:
 1. ТОВ «АВТОЛІДЕР».
 2. ТОВ «Порше Україна
 3. ТОВ «ДСВ Логістика».
 4. Львівське комунальне автотранспортне підприємство № 1
 5. ТОВ «Транс-Сервіс-1». Заповнити таблицю 2.1.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОК30 -2025
	Екземпляр № 1	Арк 28 / 9

Таблиця 2.1

Інформація про напрями діяльності, оприлюднені в Звітах про управління підприємств

№ з/п	Напрямок	Підприємства				
1	Організаційна структура та опис діяльності підприємства					
2	Результати діяльності					
3	Ліквідність та зобов'язання					
4	Екологічні аспекти					
5	Соціальні аспекти та кадрова політика					
6	Ризики					
7	Дослідження та інновації					
8	Фінансові інвестиції					
9	Перспективи розвитку					
10	Корпоративне управління					

2. Сформулювати галузеві характеристики транспорту у формі SWOT-аналіз (сильні сторони, слабкі сторони, можливості і загрози функціонування галузі)

Завдання 2.1.3

Оцінити ефективність зовнішньої торгівлі шоколадною глазур'ю:

- 1) визначити країни, з якими були проведені експортні операції;
- 2) визначити країни, з якими були проведені імпорتنі операції;
- 3) визначити країни, з якими були проведені як експортні, так і імпорتنі операції з розподілом: переважають експортні над імпортними операціями, і навпаки як в натуральному, так і у вартісному вираженні;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОК30 -2025
	Екземпляр № 1	Арк 28 / 10

4) визначити структуру експорту та імпорту в натуральному та грошовому вираженні;

5) побудувати картограму і картодіаграму по обсягах експорту та імпорту в натуральному та грошовому вираженні.

6) порівняти ціни на товар в Україні та мінімальні і максимальні за експортом та імпортом, зробити висновки щодо ефективності цінової політики міжнародної торгівлі.

Основні результати експортно-імпортних операцій щодо купівлі-продажу шоколадної глазури-1806208000 наведено в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Зовнішня торгівля товаром (шоколадна глазур-1806208000) в Україні за 2021 рік

Країни	Експорт		Імпорт	
	у натуральному вираженні, кг	у вартісному вираженні, тис. дол. США	у натуральному вираженні, кг	у вартісному вираженні, тис. дол. США
АЗЕРБАЙДЖАН	611,0	1,4	-	-
БЕЛЬГІЯ	-	-	17308,0	56,0
БОЛГАРІЯ	444,0	0,8	3000,0	5,0
ВІРМЕНІЯ	44700,0	76,5	-	-
ГРУЗІЯ	37140,0	58,5	-	-
ІСПАНІЯ	-	-	302,0	0,8
ІТАЛІЯ	-	-	130908,0	319,1
КАЗАХСТАН	73080,0	139,9	-	-
КИРГИЗСТАН	13800,0	25,7	-	-
ЛАТВІЯ	21636,0	40,7	-	-
ЛИТВА	25200,0	42,7	22321,0	98,5
НІДЕРЛАНДИ	-	-	36171,0	102,0
НІМЕЧЧИНА	-	-	12119,0	48,6
ПОЛЬЩА	-	-	79787,2	263,1
РЕСПУБЛІКА МОЛДОВА	367255,0	694,1	-	-
РУМУНІЯ	11000,0	17,8	127,0	0,4
ТАДЖИКИСТАН	3500,0	6,6	-	-
УЗБЕКИСТАН	7700,0	7,7	-	-
ФРАНЦІЯ	-	-	1659,0	8,4
ХОРВАТІЯ	7560,0	13,8	-	-

Структура експорту (шоколадна глазур-1806208000) в Україні за 2021 рік наведена в таблиці 2.3.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОК30 -2025
	Екземпляр № 1	Арк 28 / 11

Таблиця 2.3

Структура експорту (шоколадна глазур-1806208000) в Україні за 2021 рік

Країни	У натуральному вираженні		У вартісному вираженні	
	Обсяг, кг	Питома вага, %	Сума, тис. дол. США	Питома вага, %
АЗЕРБАЙДЖАН	611,0		1,4	
БОЛГАРІЯ	444,0		0,8	
ВІРМЕНІЯ	44700,0		76,5	
ГРУЗІЯ	37140,0		58,5	
КАЗАХСТАН	73080,0		139,9	
КИРГИЗСТАН	13800,0		25,7	
ЛАТВІЯ	21636,0		40,7	
ЛИТВА	25200,0		42,7	
РЕСПУБЛІКА МОЛДОВА	367255,0		694,1	
РУМУНІЯ	11000,0		17,8	
ТАДЖИКИСТАН	3500,0		6,6	
УЗБЕКИСТАН	7700,0		7,7	
ХОРВАТІЯ	7560,0		13,8	
Разом	613626	100	1126,2	100

Структура імпорту (шоколадна глазур-1806208000) в Україні за 2021 рік наведена в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Структура імпорту (шоколадна глазур-1806208000) в Україні за 2021 рік

Країни	У натуральному вираженні		У вартісному вираженні	
	Обсяг, кг	Питома вага, %	Сума, тис. дол. США	Питома вага, %
БЕЛЬГІЯ	17308,0		56,0	
БОЛГАРІЯ	3000,0		5,0	
ІСПАНІЯ	302,0		0,8	
ІТАЛІЯ	130908,0		319,1	
ЛИТВА	22321,0		98,5	
НІДЕРЛАНДИ	36171,0		102,0	
НІМЕЧЧИНА	12119,0		48,6	
ПОЛЬЩА	79787,2		263,1	
РУМУНІЯ	127,0		0,4	
ФРАНЦІЯ	1659,0		8,4	
Разом	303702,2	100	901,9	100

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОКЗ0 -2025
	Екземпляр № 1	Арк 28 / 12

2.2. Рекомендована література

1. Цифрова економіка: підручник / А. І. Крисоватий, О. М. Десятнюк, О. В. Птащенко [та ін.]; за ред. А. І. Крисоватого, О. М. Десятнюк, О. В. Птащенко. Тернопіль: ЗУНУ, 2024. 520 с. URL: <https://tinyurl.com/mrxcadzf>.

2. Вашків О.П., Собко О.М., Смерека С.Б. Управління конкурентоспроможністю продукції: навч. посіб. для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 272 с. URL: <https://tinyurl.com/mr3zedxf>.

3. Чирак І.М. Економіка соціальних медіа: навч. посіб. / І.М. Чирак. Тернопіль: ЗУНУ, 2023. 300 с. URL: <https://tinyurl.com/cuv7v5wy>.

4. Хрупович Світлана. Моделювання та прогнозування маркетингу. Електронний навчальний посібник для студентів спеціальності 075 "Маркетинг", ступеня вищої освіти магістр. Тернопіль, ЗУНУ. 2022. 121 с. <https://tinyurl.com/5btxs7cm>.

ТЕМА 3. ІНСТРУМЕНТИ ПІДТВЕРДЖЕННЯ ДОСТОВІРНОСТІ ДЖЕРЕЛ ДАНИХ ДЛЯ АНАЛІЗУ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА

3.1. Навчальні завдання

Завдання 3.1.1

Дати відповідь на наступні питання:

1. Аудиторський висновок як інструмент підтвердження достовірності джерел даних для аналізу маркетингового середовища
2. Класифікація та характеристика аналітичних процедур в аудиті для підтвердження достовірності джерел даних для аналізу маркетингового середовища
3. Характеристика електронних інформаційних ресурсів для перевірки достовірності інформаційної бази для аналізу маркетингового середовища

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОК30 -2025
	Екземпляр № 1	Арк 28 / 13

Завдання 3.1.2

Провести комплексну перевірку достовірності даних про підприємства з Рейтингу Кращих Виробників Солодощів України від Ukrainian Business Award.

Встановити для кожного підприємства в рейтингу:

1. Повну назву підприємства та його основний КВЕД.
2. Поточний статус діючого підприємства чи в стадії припинення діяльності
3. Покликання на офіційний сайт підприємства.
4. Фінансовий стан підприємства. Чи є підприємство платоспроможним та фінансово стійким?
5. Наявність судових спорів у підприємства.

Дані для виконання

Рейтинг Кращих Виробників Солодощів України від Ukrainian Business Award: <https://uba.top/manufacturers-of-sweets>.

Навести перелік використаних ресурсів з покликаннями та скріни з результатами перевірки.

3.2. Рекомендована література

1. Цифрова економіка: підручник / А. І. Крисоватий, О. М. Десятнюк, О. В. Птащенко [та ін.]; за ред. А. І. Крисоватого, О. М. Десятнюк, О. В. Птащенко. Тернопіль: ЗУНУ, 2024. 520 с. URL: <https://tinyurl.com/mrxcadzf>.

2. Вашків О.П., Собко О.М., Смерека С.Б. Управління конкурентоспроможністю продукції: навч. посіб. для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 272 с. URL: <https://tinyurl.com/mr3zedxf>.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОК30 -2025
	Екземпляр № 1	Арк 28 / 14

3. Чирак І.М. Економіка соціальних медіа: навч. посіб. / І.М. Чирак. Тернопіль: ЗУНУ, 2023. 300 с. URL: <https://tinyurl.com/cuv7v5wy>.

4. Хрупович Світлана. Моделювання та прогнозування маркетингу. Електронний навчальний посібник для студентів спеціальності 075 "Маркетинг", ступеня вищої освіти магістр. Тернопіль, ЗУНУ. 2022. 121 с. <https://tinyurl.com/5btxs7cm>.

ТЕМА 4. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОГНОЗУВАННЯ В МАРКЕТИНГУ

4.1. Навчальні завдання

Завдання 4.1.1

Дати відповідь на наступні питання:

1. Поняття, цілі та завдання прогнозування маркетингових процесів.
2. Види прогнозів у маркетингу.
3. Методологічні підходи до прогнозування маркетингових явищ.
4. Основні принципи побудови маркетингових прогнозів.

Завдання 4.1.2

Необхідно обчислити абсолютний приріст, темп зростання, темп приросту базисним і ланцюговим способами, а також абсолютне значення 1 % приросту за даними табл. 4.1. Зробити висновки.

Таблиця 4.1

Аналіз динаміки обсягу реалізованої продукції

Квар тал	Обсяг реалізованої продукції, тис. од.	Абсолютний приріст, тис. од.		Темп зростання, %		Темп приросту, %		Абсолютне значення 1 % приросту, тис. од.
		б	л	б	л	б	л	
1	2000	х	х	х	х	х	х	х
2	3060							
3	4239							
4	5083							

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОКЗ0 -2025
	Екземпляр № 1	Арк 28 / 15

4.2. Рекомендована література

1. Цифрова економіка: підручник / А. І. Крисоватий, О. М. Десятнюк, О. В. Птащенко [та ін.]; за ред. А. І. Крисоватого, О. М. Десятнюк, О. В. Птащенко. Тернопіль: ЗУНУ, 2024. 520 с. URL: <https://tinyurl.com/mrxcadzf>.

2. Вашків О.П., Собко О.М., Смерека С.Б. Управління конкурентоспроможністю продукції: навч. посіб. для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 272 с. URL: <https://tinyurl.com/mr3zedxf>.

3. Чирак І.М. Економіка соціальних медіа: навч. посіб. / І.М. Чирак. Тернопіль: ЗУНУ, 2023. 300 с. URL: <https://tinyurl.com/cuv7v5wy>.

4. Хрупович Світлана. Моделювання та прогнозування маркетингу. Електронний навчальний посібник для студентів спеціальності 075 "Маркетинг", ступеня вищої освіти магістр. Тернопіль, ЗУНУ. 2022. 121 с. <https://tinyurl.com/5btxs7cm>.

ТЕМА 5. МЕТОДИ ПРОГНОЗУВАННЯ В МАРКЕТИНГУ

5.1. Навчальні завдання

Завдання 5.1.1

Дати відповідь на наступні питання:

1. Основні види методів прогнозування: кількісні та якісні. Критерії вибору методу прогнозування.
2. Характеристики динаміки явищ. Розрахунок прогнозного значення на основі середнього приросту та темпу зростання
3. Розрахунок прогнозного значення на основі трендового рівняння.

Завдання 5.1.2

Необхідно знайти прогнозне значення маркетингових витрат на 2025 рік за допомогою трендового рівняння, якщо відомо дані за 2020 р. – 53,2 тис. грн.,

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОК30 -2025
	Екземпляр № 1	Арк 28 / 16

2021 р. – 47,8 тис. грн., 2022 р. – 39,3 тис. грн., 2023 р. – 28,4 тис. грн., 2024 р. – 24,3 тис. грн. (табл. 5.1).

Таблиця 5.1

Розрахункова таблиця для обчислення прогнозного значення

Роки	Маркетингові витрати тис. грн., y	t	t^2	yxt	Y_t розрахункове
2020	53,2				
2021	47,8				
2022	39,3				
2023	28,4				
2024	24,3				
Разом	?				
2025	-				

Завдання 5.1.3

Необхідно знайти прогнозне значення доходу від реалізації товарів з ПДВ на 2025 рік за допомогою трендового рівняння (табл. 5.2).

Таблиця 5.2

Розрахункова таблиця для обчислення прогнозного значення

Роки	Дохід від реалізації товарів з ПДВ, тис. грн., y	t	t^2	yxt	Y_t розрахункове
2020	1000				
2021	1500				
2022	1760				
2023	1900				
2024	2380				
Разом	?				
2025	-				

5.2. Рекомендована література

1. Цифрова економіка: підручник / А. І. Крисоватий, О. М. Десятнюк, О. В. Птащенко [та ін.]; за ред. А. І. Крисоватого, О. М. Десятнюк, О. В. Птащенко. Тернопіль: ЗУНУ, 2024. 520 с. URL: <https://tinyurl.com/mrxcadzf>.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОК30 -2025
	Екземпляр № 1	Арк 28 / 17

2. Вашків О.П., Собко О.М., Смерека С.Б. Управління конкурентоспроможністю продукції: навч. посіб. для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 272 с. URL: <https://tinyurl.com/mr3zedxf>.

3. Чирак І.М. Економіка соціальних медіа: навч. посіб. / І.М. Чирак. Тернопіль: ЗУНУ, 2023. 300 с. URL: <https://tinyurl.com/cuv7v5wy>.

4. Хрупович Світлана. Моделювання та прогнозування маркетингу. Електронний навчальний посібник для студентів спеціальності 075 "Маркетинг", ступеня вищої освіти магістр. Тернопіль, ЗУНУ. 2022. 121 с. <https://tinyurl.com/5btxs7cm>.

ТЕМА 6. АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ

6.1. Навчальні завдання

Завдання 6.1.1

Дати відповідь на наступні питання:

1. Значення, завдання, інформаційне забезпечення аналізу виробництва та реалізації продукції
2. Аналіз обсягів і структури виробництва продукції
3. Аналіз якості продукції
4. Аналіз ритмічності виробництва та реалізації продукції.

Завдання 6.1.2

Проаналізувати виконання плану асортименту продукції ТОВ «Стиль» (табл. 6.1).

Дані для виконання:

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОК30 -2025
	Екземпляр № 1	Арк 28 / 18

Таблиця 6.1

Планові та фактичні обсяги виробництва ТОВ «Стиль»

№ з/п	Вид продукції	Обсяги виробництва, тис. грн.	
		план	факт
1	Костюм «Свято»	5680	7866
2	Костюм «Офіс»	3588	4556
3	Костюм «Нарада»	8900	9951

Завдання 6.1.3

Проаналізувати ритмічність виробництва продукції ТОВ «Успіх» (табл. 6.2).

Дані для виконання:

Таблиця 6.2

Планові та фактичні обсяги виробництва ТОВ «Успіх» за 2024 рік

Квартал	Обсяги виробництва, тис. грн.	
	план	факт
1 квартал	9300	10200
2 квартал	9300	9220
3 квартал	9300	9560
4 квартал	9300	9400

6.2. Рекомендована література

1. Цифрова економіка: підручник / А. І. Крисоватий, О. М. Десятнюк, О. В. Птащенко [та ін.]; за ред. А. І. Крисоватого, О. М. Десятнюк, О. В. Птащенко. Тернопіль: ЗУНУ, 2024. 520 с. URL: <https://tinyurl.com/mrxcadzf>.

2. Вашків О.П., Собко О.М., Смерека С.Б. Управління конкурентоспроможністю продукції: навч. посіб. для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 272 с. URL: <https://tinyurl.com/mr3zedxf>.

3. Чирак І.М. Економіка соціальних медіа: навч. посіб. / І.М. Чирак. Тернопіль: ЗУНУ, 2023. 300 с. URL: <https://tinyurl.com/cuv7v5wy>.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОКЗ0 -2025
	Екземпляр № 1			Арк 28 / 19

ТЕМА 7. УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ ВИТРАТАМИ

7.1. Навчальні завдання

Завдання 7.1.1

Дати відповідь на наступні питання:

1. Уточнення сутності маркетингових витрат для цілей формування інформаційної бази для управління ними
2. Маркетингові стратегії
3. Аналітика маркетингових витрат для цілей бухгалтерського обліку та економічного аналізу
4. Аналіз ефективності маркетингової політики підприємства

Завдання 7.1.2

Провести аналіз структури маркетингових витрат ТзДВ «Явір» за 2024 рік на основі даних таблиці 7.1. Зробити висновки.

Таблиця 7.1

Аналіз структури маркетингових витрат ТзДВ «Явір» на 31.12.2024 р.

Елементи маркетингових витрат	На 31.12. 2023 року		На 31.12.2024		Відхилення		
	сума, тис. грн.	питома вага %	сума, тис. грн.	питома вага, %	абсолютне, тис. грн	відносне, %	пунктів структури
1	2	3	4	5	6	7	8
Матеріальні затрати	1809		2800				
Витрати на оплату праці	456		504				
Відрахування на соціальні заходи	102		209				
Амортизація	2390		3450				
Інші витрати	100		120				
Разом		100		100			x

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОКЗ0 -2025
	Екземпляр № 1	Арк 28 / 20

7.2. Рекомендована література

1. Цифрова економіка: підручник / А. І. Крисоватий, О. М. Десятнюк, О. В. Птащенко [та ін.]; за ред. А. І. Крисоватого, О. М. Десятнюк, О. В. Птащенко. Тернопіль: ЗУНУ, 2024. 520 с. URL: <https://tinyurl.com/mrxcadzf>.

2. Вашків О.П., Собко О.М., Смерека С.Б. Управління конкурентоспроможністю продукції: навч. посіб. для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 272 с. URL: <https://tinyurl.com/mr3zedxf>.

3. Чирак І.М. Економіка соціальних медіа: навч. посіб. / І.М. Чирак. Тернопіль: ЗУНУ, 2023. 300 с. URL: <https://tinyurl.com/cuv7v5wy>.

4. Хрупович Світлана. Моделювання та прогнозування маркетингу. Електронний навчальний посібник для студентів спеціальності 075 "Маркетинг", ступеня вищої освіти магістр. Тернопіль, ЗУНУ. 2022. 121 с. <https://tinyurl.com/5btxs7cm>.

ТЕМА 8. РЕКЛАМНИЙ БЮДЖЕТ

8.1. Навчальні завдання

Завдання 8.1.1

Дати відповідь на наступні питання:

1. Сутність рекламного бюджету. Важливість планування бюджету для ефективності рекламних компаній.
2. Основні підходи до формування рекламного бюджету
3. Фактори, що впливають на розмір рекламного бюджету
4. Оптимізація витрат на рекламу
5. Поширені помилки при плануванні рекламного бюджету

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОК30 -2025
	Екземпляр № 1	Арк 28 / 21

Завдання 8.1.2

Необхідно скласти рекламний бюджет підприємства на основі попереднього аналізу галузевих факторів, що впливають на його розмір:

1. Сформулювати мету формування бюджету.
2. Визначити цілі рекламної кампанії.
3. Уточнити цільову аудиторію.
4. Формувати канали комунікації та розподілити витрати бюджету (табл. 8.1).
5. Обрати доцільні принципи формування бюджету (відсоток від продажів, конкурентний паритет тощо).

Таблиця 8.1

Рекламний бюджет підприємства			
Канал (напрямок) витрат	Детальна характеристика	Питома вага бюджету, %	Сума, грн.
Контекстна реклама			
Соціальні мережі			
...			
Разом			

8.2. Рекомендована література

1. Вашків О.П., Собко О.М., Смерека С.Б. Управління конкурентоспроможністю продукції: навч. посіб. для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 272 с. URL: <https://tinyurl.com/mr3zedxf>.

2. Чирак І.М. Економіка соціальних медіа: навч. посіб. / І.М. Чирак. Тернопіль: ЗУНУ, 2023. 300 с. URL: <https://tinyurl.com/cuv7v5wy>.

3. Хрупович Світлана. Моделювання та прогнозування маркетингу. Електронний навчальний посібник для студентів спеціальності 075 "Маркетинг", ступеня вищої освіти магістр. Тернопіль, ЗУНУ. 2022. 121 с. <https://tinyurl.com/5btxs7cm>.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОК30 -2025
	Екземпляр № 1	Арк 28 / 22

ТЕМА 9. УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМ СЕРЕДОВИЩЕМ

9.1. Навчальні завдання

Завдання 9.1.1

Дати відповідь на наступні питання:

1. Стратегії адаптації підприємства до динаміки маркетингового середовища.
2. Управління ризиками в умовах нестабільного маркетингового середовища.
3. Інструменти моніторингу та аналізу змін у маркетинговому середовищі.
4. Взаємодія зі стейкхолдерами в контексті маркетингового середовища.

Завдання 9.1.2

Скласти для бізнес-плану підприємства резюме, опис суб'єкта підприємницької діяльності та галузі, опис проєкту та послуг (продукції).

1. Резюме

- 1.1. Інформація про суб'єкта підприємництва (назва, система оподаткування, місто/ село/смт, основний код КВЕД)
- 1.2. Назва проєкту
- 1.3. Мета проєкту
- 1.4. Опис ринку
- 1.5. Керівник проєкту
- 1.6. Зазначається перелік основних прогнозованих фінансових показників (розрахунок яких буде здійснений на наступних лабораторних роботах)
 - 1.6.1. Прогнозований обсяг продажу у вартісному та натуральному вираженнях
 - 1.6.2. Загальна сума інвестицій, в т.ч. власні кошти, залучені кошти
 - 1.6.3. Індекс доходності інвестицій

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОКЗ0 -2025
	Екземпляр № 1	Арк 28 / 23

1.6.4. Дисконтований період окупності

2. Опис суб'єкта підприємницької діяльності та галузі

2.1. Зазначити обрану організаційно-правову форму, систему оподаткування з обґрунтуванням вибору

2.2. Назва суб'єкта підприємництва

2.3. Територіальне розташування

2.4. Потенційні споживачі вітчизняні та/ або зарубіжні

2.5. Основна мета діяльності

2.6. Основні завдання діяльності

2.7. Основні види діяльності за КВЕД -2010.

2.8. Вказати територіальні, технічні, технологічні та кадрові ресурси, якими слід володіти, щоб започаткувати власний бізнес

2.9. Опис галузі (проаналізувати статистичні дані щодо кількості суб'єктів за даним видом економічної діяльності: <http://www.ukrstat.gov.ua/>, <https://youcontrol.com.ua/>).

2.10. PEST-аналіз (табл. 9.1) та SWOT-аналіз (табл. 9.2) діяльності суб'єктів обраного виду економічної діяльності

Таблиця 9.1

PEST-аналіз

Політичн і фактори	Вплив (+/-)	Економічн і фактори	Вплив (+/-)	Соціальн і	Вплив (+/-)	Технологічн і	Вплив (+/-)

Таблиця 9.2

SWOT-аналіз діяльності

Сильні сторони (переваги)	Слабкі сторони (недоліки)	Можливості	Загрози

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОК30 -2025
	Екземпляр № 1	Арк 28 / 24

11. Інформація про основних конкурентів (табл. 9.3)

Таблиця 9.3

Характеристика основних конкурентів

Назва конкурента	Адреса	Перелік послуг (продукції)	Примітки

3. Опис проєкту та послуг (продукції)

3.1. Суть проєкту

3.2. Ключові завдання проєкту

3.3. Характеристика послуги (продукції)

3.4. Переваги наданих послуг (продукції)

3.5. Перспективи розвитку бізнесу

Допоміжна інформація:

Статистична оцінка розвитку бізнесу за видами економічної діяльності представлена на сайті: <https://youcontrol.com.ua/>

Перед тим як започаткувати власний бізнес:

- 1) оберіть місто, де ви плануєте відкрити власний бізнес;
- 2) оберіть форму власності (ФОП чи юридична особа);
- 3) оберіть систему оподаткування;
- 4) вирішіть, чи будете орендувати або купувати приміщення і які договори вам треба укласти у кожному випадку;
- 5) дізнайтеся про вимоги щодо найму працівників;
- 6) перевірте приміщення та персонал на дотримання вимог щодо пожежної безпеки, охорони праці та санітарних норм;
- 7) дізнайтеся, які дозволи вам потрібно отримати або у яких реєстрах з'явитися;
- 8) вирішіть, чи потрібна вам зовнішня реклама тощо.

Після відповіді на всі запитання ви зрозумієте, скільки часу та грошей ви

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОКЗ0 -2025
	Екземпляр № 1	Арк 28 / 25

витратите на юридичну частину відкриття такого бізнесу, які документи необхідно для цього зібрати, що можна оформити онлайн, а для чого доведеться завітати до державних органів.

9.2. Рекомендована література

1. Цифрова економіка: підручник / А. І. Крисоватий, О. М. Десятнюк, О. В. Птащенко [та ін.]; за ред. А. І. Крисоватого, О. М. Десятнюк, О. В. Птащенко. Тернопіль: ЗУНУ, 2024. 520 с. URL: <https://tinyurl.com/mrxcadzf>.

2. Вашків О.П., Собко О.М., Смерека С.Б. Управління конкурентоспроможністю продукції: навч. посіб. для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 272 с. URL: <https://tinyurl.com/mr3zedxf>.

3. Чирак І.М. Економіка соціальних медіа: навч. посіб. / І.М. Чирак. Тернопіль: ЗУНУ, 2023. 300 с. URL: <https://tinyurl.com/cuv7v5wy>.

4. Хрупович Світлана. Моделювання та прогнозування маркетингу. Електронний навчальний посібник для студентів спеціальності 075 "Маркетинг", ступеня вищої освіти магістр. Тернопіль, ЗУНУ. 2022. 121 с. <https://tinyurl.com/5btxs7cm>.

ТЕМА 10. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ВИКЛИКИ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА

10.1. Навчальні завдання

Завдання 10.1.1

1. Проаналізувати змістовне наповнення сайту для організації постачання сільськогосподарських культур з різних регіонів України: <https://tripoli.land/>
Підприємство-покупець ТзОВ «Золотий врожай» зареєстровано в Житомирській області (м. Житомир).

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОК30 -2025
	Екземпляр № 1	Арк 28 / 26

2. Сформувати пропозиції на основі сайту (<https://tripoli.land/kupitzerno>) щодо продажу зерна протягом серпня-жовтня 2025 року для придбання ТзОВ «Золотий врожай» у постачальників: 1) кукурудзи, 2) ячменю, 3) пшениці 2 класу, 4) пшениці 3 класу, 5) соняшнику, 6) сої, 7) ріпаку.

Результат оформити у гуггл-таблицю, створити аркуш 1 «Загальний перелік», не враховуючи пропозиції, де вказана договірна ціна.

3. Визначити найкоротші логістичні зв'язки між покупцями та постачальниками щодо сільськогосподарських культур і позначити їх в гугглтаблиці.

4. Визначити постачальників за обсягами: 1) 12000 т кукурудзи, 2) 320 т ячменю, 3) 970 т пшениці 2 класу, 4) 3000 т пшениці 3 класу, 5) 3050 т соняшнику, 6) 1025 т сої, 7) 900 т ріпаку.

5. Сформувати аркуш 2 «Мінімальна вартість замовлення» щодо замовлення із вказівкою постачальників з найнижчою ціною відповідно до наявної пропозиції щодо обсягу та найкоротшої відстані для перевезення замовлення.

6. Сформувати аркуш 3 «Максимальна вартість замовлення» щодо замовлення із вказівкою постачальників з найвищою ціною відповідно до наявної пропозиції щодо обсягу та найдовшої відстані для перевезення замовлення.

Дати відповідь на наступні питання:

1. Вплив цифровізації та інтернет-маркетингу на середовище бізнесу.
2. Сталий розвиток (ESG) як елемент маркетингової стратегії.
3. Вплив соціальних медіа на формування маркетингового середовища.
4. Адаптація маркетингових стратегій до змін у поведінці споживачів.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-19.04- 05.02/2/075.00.1/Б/ОК30 -2025
	Екземпляр № 1	Арк 28 / 27

10.2. Рекомендована література

1. Цифрова економіка: підручник / А. І. Крисоватий, О. М. Десятнюк, О. В. Птащенко [та ін.]; за ред. А. І. Крисоватого, О. М. Десятнюк, О. В. Птащенко. Тернопіль: ЗУНУ, 2024. 520 с. URL: <https://tinyurl.com/mrxcadzf>.

2. Вашків О.П., Собко О.М., Смерека С.Б. Управління конкурентоспроможністю продукції: навч. посіб. для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 272 с. URL: <https://tinyurl.com/mr3zedxf>.

3. Чирак І.М. Економіка соціальних медіа: навч. посіб. / І.М. Чирак. Тернопіль: ЗУНУ, 2023. 300 с. URL: <https://tinyurl.com/cuv7v5wy>.

4. Хрупович Світлана. Моделювання та прогнозування маркетингу. Електронний навчальний посібник для студентів спеціальності 075 "Маркетинг", ступеня вищої освіти магістр. Тернопіль, ЗУНУ. 2022. 121 с. <https://tinyurl.com/5btxs7cm>.

Для нотаток

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and extend across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

