

Український державний університет залізничного транспорту

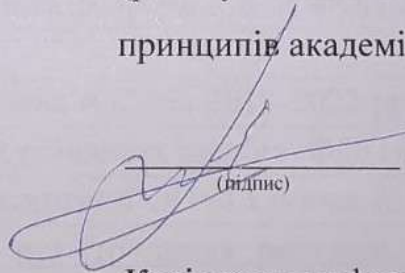
Кафедра економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом

РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Пояснювальна записка і розрахунки
до кваліфікаційної роботи

МРЕ.290.01.06 ПЗ

Розробив: студент 2 курсу, групи 219-П-Д23
спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля»
(роботу виконано самостійно, відповідно до
принципів академічної доброчесності)



Артем ГАЛУШКА

(підпис)

Керівник: професор, д-р екон. наук
Володимир ДИКАНЬ

Рецензент: професор, д-р екон. наук
Олена КІРДІНА

2025

Український державний університет залізничного транспорту

Факультет економічний

Кафедра економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом

Рівень вищої освіти: магістр

Спеціальність: 076 «Підприємництво та торгівля»

Освітня програма: «Підприємництво»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри,
професор, д-р екон. наук

 Володимир ДИКАНЬ

« ____ » _____ 2025 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Галушці Артему Сергійовичу

1 Тема «Розробка заходів щодо підвищення ефективності діяльності підприємства в умовах цифровізації»

керівник Дикань Володимир Леонідович, д-р екон. наук, професор

затверджені розпорядженням по економічному факультету

від «21» жовтня 2024 року № 23/24

2 Строк подання студентом закінченої роботи «01» січня 2025 року

3 Вихідні дані: Баланс (форма № 1) ФОП «Галушка А.С.» за 2019-2023 рр.

Звіт про фінансові результати (форма № 2) ФОП «Галушка А.С.» за 2019-2023

рр.

Звіт з праці ФОП «Галушка А.С.» за 2019-2023 рр.

Звіт про наявність та рух основних засобів ФОП «Галушка А.С.» за 2019-2023 рр.

Звіт про рух грошових коштів ФОП «Галушка А.С.» за 2019-2023 рр.

Звіт про наявність та рух трудових ресурсів, структура працівників ФОП «Галушка А.С.» за 2019-2023 рр.

Науково-методична література

Статистична інформація

Періодичні видання

4 Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

1 Напрями забезпечення ефективності розвитку підприємства шляхом вдосконалення маркетингової діяльності

2 Аналіз господарської діяльності ФОП «Галушка А.С.»

3 Розробка заходів щодо підвищення ефективності діяльності ФОП «Галушка А.С.»

- 5 Перелік графічного матеріалу
- 1 Мета, завдання, предмет та об'єкт кваліфікаційної роботи
- 2 Види маркетингових комунікацій як процесу
- 3 Напрями змін у маркетинговій діяльності підприємств
- 4 Потенційне використання Інтернету в системах корпоративного маркетингу
- 5 -7 Аналіз господарської діяльності ФОП «Галушка А.С.» за 2019-2023
- 8 Витрати на реалізацію заходу
- 9 Розрахунок ефективності банерної реклами
- 10 Витрати на придбання технічних та програмних засобів
- 11 Витрати по розробці і створенню Web-сторінок
- 12 Капітальні витрати на створення web-сервера
- 13-14 Оцінка економічного результату від впровадження web-сервера

6 Консультанти окремих розділів

Розділ	Прізвище, ініціали, посада та науковий ступінь консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7 Дата видачі завдання «01» жовтня 2024 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Назва етапів	Строк виконання етапів	Примітка
1 Напрями забезпечення ефективності розвитку підприємства шляхом вдосконалення маркетингової діяльності	22.10.2024	викон.
2 Аналіз господарської діяльності ФОП «Галушка А.С.»	01.11.2024	викон.
3 Розробка заходів щодо підвищення ефективності діяльності ФОП «Галушка А.С.»	16.11.20234	викон.
Висновки	12.12.2024	викон.
Графічна частина	25.12.2024	викон.

Студент  Артем ГАЛУШКА

Керівник  Володимир ДИКАНЬ

Зміст

Вступ	6
1 Напрями забезпечення ефективності розвитку підприємства шляхом вдосконалення маркетингової діяльності	10
1.1 Характеристика інтернет-комунікацій	10
1.2 Планування маркетингових комунікацій	19
1.3 Впровадження інтернет-технологій як метод підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства	34
Висновки до розділу 1	47
2 Аналіз господарської діяльності ФОП «Галушка А.С.»	50
2.1 Організаційно-економічна характеристика підприємства	50
2.2 Аналіз обсягових показників діяльності підприємства	50
2.3 Аналіз основних виробничих фондів підприємства	55
2.4 Аналіз персоналу підприємства	57
2.5 Аналіз витрат підприємства	59
2.6 Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства	60
Висновки до розділу 2	74
3 Розробка заходів щодо підвищення ефективності діяльності ФОП «Галушка А.С.»	77
3.1 Альтернативні шляхи розвитку підприємства та розробка Web сайту як запорука успіху ФОП «Галушка А.С.»	77
3.2 Оцінка економічної ефективності створення інтернет сайту ФОП «Галушка А.С.»	83

					МРЕ. 290.01.06 ПЗ			
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата	Розробка заходів щодо підвищення ефективності діяльності підприємства в умовах цифровізації	Літ.	Арк.	Аркуші
Розроб.		Галушка					4	113
Перевір.		Дикань						
Рецензент								
Н. Контр.		Назаренко		03.01.25				
Затверд.		Дикань					УкрДУЗТ 4	

3.3 Методи просування Web-сайту в Інтернеті для залучення цільової аудиторії	95
Висновки до розділу 3	98
Висновки	101
Список використаних джерел	105

					<i>МРЕ. 290. 01.06 ПЗ</i>	Арк.
						5
<i>Змн.</i>	<i>Арк.</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дат</i>		

АНОТАЦІЯ

Дана кваліфікаційна робота включає в себе 14 слайдів презентації, 113 аркушів пояснювальної записки формату А4, що включає 11 рисунків, 30 таблиць, 89 літературних джерел.

Ключові слова: ЕФЕКТИВНІСТЬ, ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ, МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ, РОЗВИТОК, ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ.

Об'єктом дослідження є процес цифрового розвитку підприємства.

Метою дослідження є дослідження тенденцій впливу диджиталізації на ефективність діяльності підприємства.

У кваліфікаційній роботі сформовані концептуальні засади, що визначають контури ефективності економічного розвитку сучасного підприємства в умовах цифровізації.

Обґрунтовано доцільність впровадження цифрових рішень, як одного з напрямів забезпечення ефективного розвитку підприємства.

Розкрито підходи забезпечення ефективності розвитку підприємства шляхом вдосконалення маркетингової діяльності.

Наведено заходи забезпечення ефективного розвитку підприємства, одним з яких є запровадження сучасних інформаційних рішень в маркетингову діяльність підприємства.

ABSTRACT

This qualification work includes 14 presentation slides, 113 sheets of explanatory notes in A4 format, including 11 figures, 30 tables, 89 literary sources.

Keywords: EFFICIENCY, DIGITAL TRANSFORMATION, MARKETING ACTIVITIES, DEVELOPMENT, INTERNET COMMUNICATIONS.

The object of the study is the process of digital development of the enterprise.

The purpose of the study is to study the trends in the impact of digitalization on the efficiency of the enterprise.

The qualification work has formed conceptual principles that determine the contours of the efficiency of the economic development of a modern enterprise in the conditions of digitalization.

The feasibility of implementing digital solutions as one of the directions for ensuring the effective development of the enterprise is substantiate.

Approaches to ensuring the effectiveness of the development of the enterprise by improving marketing activities are disclose.

Measures to ensure the effective development of the enterprise presented, one of which is the introduction of modern information solutions into the marketing activities of the enterprise.

Список використаних джерел

- 1 Про рекламу: закон України. офіц. текст.
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>
- 2 Господарський кодекс України: офіц. текст: станом на 16.01.2003 р. – Х.: Одіссей, 2007. – 240 с.
- 3 Про господарські товариства України : закон України: [офіц. текст : станом на 17 жовт. 2010 р.]. URL: http://maur-sevastopol.narod.ru/e_katalog/p08_44.pdf.
- 4 Про підприємництво: закон України [офіц. текст станом 5 квітня 2015 року N 273/96-ВР]. Відомості Верховної Ради. 1991. № 14. стаття 168. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/698-12>
- 5 Пришвидшуємо цифровізацію України: Верховна Рада прийняла законопроект про Національну програму інформатизації. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/pryshvydshuiemo-tsyfrovizatsiiu-ukrainy-verkhovna-rada-pryiniala-zakonoproekt-pro-natsionalnu-prohramu-informatyzatsii>
- 6 Белова Т. Г., Войтович Н. Ю. Сучасні тренди у маркетинговому середовищі підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Вип.23. С. 16-19.
- 7 Белова Т., Фільченкова Я. Маркетингова стійкість підприємства у ринковому середовищі та показники її оцінювання. *Економічний простір*. 2020. №153. С. 36-39.
- 8 Близнюк В.М. Метрики в цифровому маркетингу підприємств торгівлі. *Електронний журнал «Маркетинг і цифрові технології»*. 2021. Том 5 № 2. С. 36–47. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/138>
- 9 Бородійчук І. О. Маркетингова діяльність підприємства в інтернет-середовищі : магістер. диплом. робота: 075, Маркетинг.Київ, 2024. 46 с.
- 10 Бубенець І. Чатченко О. Маркетингова діяльність підприємств в умовах кризи. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. №3. С. 323-326.

11 Бутенко В., Тоюнда А. Формування маркетингової стратегії підприємства. *Підприємництво та інновації*. 2022. №24. С. 61-67.

12 Бутко Н.В. Комунікативні елементи в системі маркетингу суб'єктів підприємництва. *Економіка та суспільство*. 2017. №12. С. 203-207.

13 Вартанова О. В., Король І. В. Брендінг як сучасна маркетингова технологія. *Збірник наукових праць ЧДТУ*. 2019. №53. С. 36-42.

14 Васильєва А.Д. Ситуативний маркетинг: сучасні інфоприводи. *Актуальні проблеми теорії менеджменту, маркетингу та фінансів: наукові ідеї та механізми реалізації*. 2021. №1. С. 178-180.

15 Віноградова О.В., Дрокіна Н.І., Паламаренко С.В. Актуальність використання технологій інтернет-маркетингу в комерційній діяльності підприємств. Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи: матеріали II Міжнародної науковопрактичної конференції, м. Київ, 22 квітня 2021 р. Київ, 2021. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/230453>

16 Все про Веб Аналітику. Web Analytics. URL: <https://www.techtarget.com/searchbusinessanalytics/definition/Web-analytics>

17 Гадецька З.М. Застосування сучасних інтернет-комунікацій та технологій цифрового маркетингу для ефективної роботи підприємства. Актуальні проблеми економіки, фінансів, обліку і права: теорія і практика : збірник тез доповідей міжнар. наук.-практ. конф. (Полтава, 30 червня 2022 р.). Полтава, 2022. С. 20–21.

18 Галушка А. Роль інтернет-технологій у підвищенні ефективності маркетингової діяльності підприємства: тези доповідей. Матеріали 84-ї студентської науково-технічної конференції (11 - 14 грудня 2023р. м. Харків). Харків: УкрДУЗТ. 2023. С. 400.

19 Гнилянська Л., Демчук А., Андрухів І. Особливості впровадження інноваційних інтернет-технологій в маркетинговій діяльності вітчизняних підприємств. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2023. URL: 10.54929/2786-5738-2023-9-04-11

20 Гук О.В., Тищенко О.М. Інноваційні підходи до застосування

інтернет-комунікацій у маркетинговій діяльності підприємства. Науковий вісник Ужгородського національного університету, серія Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2018. № 17, ч. 1. С. 87–89.

21 Державна служба статистики України : сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

22 Дикань В.Л., Кірдіна О.Г. Сутнісні аспекти конкурентоспроможності національної економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2009. № 28. С. 13-20.

23 Дикань В. Л. Національна модель індустріального розвитку країни: організаційно управлінський аспект. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2023. № 81-82. С. 11-34.

24 Дикань В. Л. Товарознавство та комерційна діяльність: підручник / В. Л. Дикань та ін.; за ред. В. Л. Дикань. Харків: УкрДУЗТ, 2018. 362 с.

25 Дикань В. Л., Воловельська І. В. Інноваційні стратегії підприємств: проблеми, шляхи вирішення. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. № 67. С. 9–17.

26 Дикань В. Л., Воловельська І. В., Маковоз О. В. Економічна безпека підприємства: навч. Посібник. Х.: УкрДАЗТ, 2011. 243 с.

27 Дикань В. Л., Єлагін Ю .В., Сухорукова Т. Г. Економіка праці на підприємствах залізничного транспорту: підручник. Х.: УкрДАЗТ, 2012. 275 с.

28 Дикань В. Л., Козинець А. С., Чупир Т. Я. Економічний аналіз ефективності діяльності залізниці: навчальний посібник. Харків, 2004. 161 с.

29 Дикань В. Л., Корінь М. В. Державне регулювання промислового розвитку України. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. №. 61. С. 9-19.

30 Дикань В. Л., Маслова В.О. Організація виробництва: навчальний посібник. Харків, УкрДАЗТ, 2013. 422 с.

31 Дикань В.Л., Воловельська І.В. Концептуальні підходи до забезпечення економічної безпеки підприємства. *Вісник економіки транспорту та промисловості*. 2018. №64. С.1-18

32 Дикань В.Л., Островерх Г.Є. Удосконалення механізмів державного управління розвитком залізничної галузі України у євроінтеграційному просторі. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 62. С. 11–19.

33 Дикань В.Л., Толстова А.В. Розвиток економіки України на основі принципу рівноправності відносин держави, бізнесу та суспільства. *Вісник економіки транспорту та промисловості*. 2018. № 63. С. 9-19.

34 Дикань, В. Л., Воловельська І.В., Каличева Н.Є. Економіка підприємства: конспект лекцій. Ч. 1. Харків : УкрДУЗТ, 2021. 55 с.

35 Дикань, В. Л., Воловельська І.В., Каличева Н.Є. Економіка підприємства: конспект лекцій. Ч. 2. Харків : УкрДУЗТ, 2021. 45 с.

36 Дикань, В. Л., Воловельська І.В., Каличева Н.Є. Економіка підприємства: конспект лекцій. Ч. 3. Харків : УкрДУЗТ, 2021. 49 с.

37 Дикань, В. Л., Воловельська І.В., Каличева Н.Є. Економіка підприємства: конспект лекцій. Ч. 4. Харків : УкрДУЗТ, 2022. 50 с.

38 Дима О. О. Маркетингова товарна політика посередницького підприємства – ключовий засіб реалізації принципів сталого розвитку. *Економічний простір*. 2016. №105. С. 174-189.

39 Діденко С. Держстат дав оцінку падіння ВВП: стало відомо про стан економіки в умовах війни. URL: <https://ua.news/ua/money/gosstat-dal-otsenku-padenyuu-vvp-stalo-uzvestno-o-sostoyanyu-ekonomyky-v-uslovyah-vojny/>

40 Дрок П. В. Інформаційний маркетинг в контексті розвитку інформаційних технологій. *Економічний вісник університету*. 2016. Вип. 31. С. 46-50.

41 Євтушенко Г. В. Класифікація маркетингових інтелектуальних активів національного господарства. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2013. №2. С. 50-55.

42 Ігнатенко Р. В. Цифрові комунікації в маркетингу: сутність та перспективи розвитку в умовах пандемії COVID-19. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна*. 2021. Вип. 31. С. 40-46.

43 Ілляшенко Н.С., Савченко О.С. Seo-оптимізація як сучасний інструмент інтернет-маркетингу. *Електронний журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій»*. 2012. № 3. URL: <https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/journals/2012/3/63-74>

44 Ілляшенко С. М. Сучасні тенденції застосування інтернет-технологій у маркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 4(2). С. 64–74.

45 Кириченко С. О., Цвях П. В. Шляхи удосконалення маркетингової комунікаційної політики підприємства в сучасних умовах. *Агросвіт*. 2020. №23. С. 42-46.

46 Кінас І.О. Інтернет-маркетинг та його роль у формуванні маркетингової стратегії підприємства. *Ефективна економіка*. 2021. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8812>

47 Кіржецька М., Кіржецький Ю. Особливості цифрової стратегії підприємства залежно від розміру бізнесу. *Галицький економічний вісник*. 2020. №5(66). С. 7–15.

48 Кітченко О. М. Інтернет-маркетинг як сучасний інструмент маркетингової комунікаційної політики підприємства. *Вісник Національного технічного університету ХПІ*. 2021. №1. С. 8-12.

49 Клименко К. В. Діджиталізація як інноваційний розвиток підприємств: досвід України. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. № 4. Том 3. С. 13– 18

50 Ковальчук В. В. Маркетингова стратегія підприємства: суть поняття, особливості формування в сучасних умовах господарювання економіка. *Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2018. № 9. С. 156-165.

51 Козлова О. А. Соціальний маркетинг як інструмент соціальної політики держави. *Розвиток сучасного українського суспільства у соціологічному вимірі*. 2022. №1. С. 35-39.

52 Колотова Н. Б. Нові інструменти маркетингу відносин інноваційних проєктів машинобудівних підприємств: краудсорсинг і краудфандінг.

Маркетинг і менеджмент інновацій. 2015. № 3. URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>

53 Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. К. : Вид. група КМ-БУКС, 2018. 208 с.

54 Кращі сервіси для веб-аналітики. URL: <https://www.ukraine.com.ua/uk/blog/web-analytics/luchshie-servisi-dlya-veb-analitiki.html>.

55 Крупенна І.А., Білик В.В., Сергієнко О.А. Інструменти цифрового маркетингу в умовах трансформації комунікацій сучасної організації. *Науковий вісник Чернівецького університету : Економіка.* 2020. Вип. 825. С. 33–41. URL: <http://econom.chnu.edu.ua/journal/index.php/ecovis/article/view/123>

56 Кулинич М. Б. Цифрова трансформація вітчизняних підприємств в сучасних умовах. *Економіка, управління та адміністрування.* 2019. №3. С. 8-15.

57 Лабурцева О. І. Ризики формування маркетингових стратегій. *Вісник Хмельницького національного університету.* 2018. №2. С. 237-243.

58 Ларіна Я. С. Механізм реалізації маркетингової стратегії підприємства АПК. *Вісник Донецького університету економіки та права.* 2012. №2. С. 23-35

59 Лук'яненко О.Д. Інноваційні фактори глобальної конкурентоспроможності: монографія. К.: КНЕУ, 2015. 298 с.

60 Луньова В. А., Онегіна В. М., Лисиченко М. Л., Панкова О. В. Особливості розвитку маркетингу інновацій на підприємствах. *Актуальні проблеми інноваційної економіки.* 2017. №1. С. 34-39.

61 Ляшенко В.І ., Вишневський О. С. Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку: монографія. Київ: НАН України, Ін-т економіки пром-ті, 2018. 252 с.

62 Мангушев Д.В., Пихтін А.В. Застосування інструментів цифрового маркетингу для підвищення ефективності підприємницької діяльності. Електронний журнал «Modern Economics». 2021. № 30. С. 147–152. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/30-2021/mangushev.pdf>

63 Митрошина Н. Інтернет-маркетинг у 2024 році: поради для малого та середнього бізнесу. URL: <https://torgsoft.ua/articles/stati/trendy-internet-marketyngu/>

64 Нікітенко В.О., Васильчук Г.М., Мержинський Є.К. Мережева економіка як чинник підвищення ефективності цифровізації у контексті розвитку цифрового суспільства від 1G до 5G. *Humanities studies : Collection of Scientific Papers* / ed. V. Voronkova. Zaporizhzhia : Publishing house "Helvetica". 2022. V. 10 (87). P. 112–121.

65 Новікова Н. Конкурентоспроможність у системі економічного потенціалу підприємства. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2017. №3. С. 64-81.

66 Обруч Г. В. Цифровізація як ключовий мегатренд трансформації глобального економічного середовища. *Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка*. 2020. Т. 25. Вип. 1 (80). С. 163-170.

67 Обруч Г. В., Фролова Н. Л., Пихтін А. В. Управління розвитком підприємств на основі цифрової трансформації логістичних процесів. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2023. № 83. С. 244-253

68 Осецький В. Л., Куліш В. А. Цифрова модернізація в умовах циклічності соціально-економічного розвитку. *Ефективна економіка*. 2022. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9898>

69 Основи Веб Аналітики. *Web Analytics Basics*. URL: <https://www.usability.gov/what-andwhy/web-analytics.html>

70 Панчук А. С., Малькова К. О. Теоретичні основи формування цифрової стратегії підприємств. *Економіка та суспільство*. 2021. № 34. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-76>

71 Пасько М. І. Модель управління маркетинговою діяльністю підприємства. Актуальні питання організації та управління діяльністю підприємств в сучасних умовах господарювання: матеріали дев'ятої міжвузівської наук.-практ. конф., 28 листоп. 2019 р. Х. : НАНГУ, 2019. С. 98-100.

72 Петрова І. Л., Лойко Є. М. Методичні засади розробки маркетингової стратегії підприємства. *Вчені записки університету «Крок»*. 2022. №1. С. 94-104.

73 Пеца С. Ю. Основні інструменти діджитал-маркетингу. Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики». Умань : УНУС, 2021. №1. С. 248-250.

74 Підвищуємо конверсію сайта. URL: <https://compas.agency/blog/pidvishhuyemo-konversiyu-sajta>.

75 Продукти та рішення. Бізнес-аналітика. URL: <http://ivmar.com.ua/biznes-analitika>

76 Решетнікова І.Л., Єременко Ю.О. Використання інтернет-технологій в маркетингу сфери послуг. *Маркетинг в Україні*. 2014. № 5. С. 47–58.

77 Тульчинська С. О., Кириченко С. О., Савіцький Н. Ю. Застосування сучасних інструментів маркетингу в умовах інноваційної економіки. *Агросвіт*. 2019. №3. С. 19-23.

78 Федорченко А. В., Окунєва О. В. Внутрішній маркетинг підприємства: теорія, методика, практика: монографія / за наук. ред. А. В. Федорченка. Київ: КНЕУ, 2015. 230 с.

79 Хурдей В. Д., Ніфталиєва А. Маркетинг як стратегічний інструмент управління сучасним бізнесом. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2019. №11. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2019-11-5353>.

80 Цифрова трансформація промислового менеджменту: теорія і практика : монографія за ред. д. філософ. н., проф. В. Г. Воронкової, д. е. н., проф. Н. Г. Метеленко. Львів - Торунь : Liha-Pres, 2023. 816 с.

81 Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI сторіччя: монографія / М. А. Окландер, Т. О. Окландер. Одеса: Астропринт, 2017. 292 с.

82 Цілісний аналіз медійної реклами. Вікіпедія: вільна енциклопедія.
URL: <https://ua.wikipedia.org/wiki>.

83 Шпак Н.О., Кирилич Т.Ю. Роль маркетингової діяльності у функціонуванні вітчизняних промислових підприємств. *Економіка: реалії часу. Науковий журнал*. 2013. № 2(7). С. 103–110. URL: <http://www.economics.opu.ua/files/archive/2013/n2.html>

84 AdRiver – система управління інтернет-рекламою. AdRiver. URL: <http://www.adriver.ua>

85 Digital-словник. URL: <https://serpstat.com/uk/blog/slovnik-seo-terminiv>.

86 Mithas, S., Lucas, Jr H. C. What is Your Digital Business Strategy? *IT Professional*. 2010. № 12. P. 4–6.

87 Morehouse J., Saffer A. Digital Strategy. *The International Encyclopedia of Strategic Communication*. 2018. P. 1–7.

88 Методичні вказівки до виконання кваліфікаційної роботи для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» / укладачі : В. Л. Дикань, Н. Є. Каличева, І. Л. Назаренко - Харків: УкрДУЗТ, 2023. - 62 с.

89 Студентська навчальна звітність. Текстова частина (пояснювальна записка). Загальні вимоги до побудови, викладення та оформлення: методичний посібник з додержання вимог нормоконтролю у студентській навчальній звітності /Козар Л.М. [та ін.]; за заг. ред. Л.М. Козара. Х.: УкрДУЗТ, 2018. 54 с.