

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Голова Приймальної комісії

**Ректор Київського національного університету
імені Тараса Шевченка**

Губерський Л. В.



ПРОГРАМА ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

на здобуття ступеня вищої освіти – магістр

Галузь знань – 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність – 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

**Освітньо-наукова програма – «Торгівля, логістика та екологічне
підприємництво»**

Форма здобуття освіти – денна

Київ – 2020

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

«УХВАЛЕНО»

**Вченою радою економічного факультету
протокол № 8 від 21 січня 2020 року**

Голова вченої ради економічного факультету

проф. Ігнатюк А. І.



ПРОГРАМА ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

на здобуття ступеня вищої освіти – магістр

Галузь знань – 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність – 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

**Освітньо-наукова програма – «Торгівля, логістика та екологічне
підприємництво»**

Форма здобуття освіти – денна

**Гарант програми, завідувач
випускової кафедри
(кафедри екологічного менеджменту
та підприємництва)**

Г. І. Купалова

Київ – 2020

ЗМІСТ

Вступ

Модуль 1. Мікроекономіка

- 1.1. Основи теорії попиту та пропозиції.
- 1.2. Теорія граничної корисності та теорії поведінки споживача.
- 1.3. Фактори невизначеності в економіці.
- 1.4. Теорія виробництва та витрат.
- 1.5. Поведінка фірми в умовах різних типів ринкових структур.
- 1.6. Ринки факторів виробництва*.
- 1.7. Ринок праці.

Рекомендована література.

Модуль 2. Економіка торговельного підприємства

- 2.1. Торгівля як сфера обігу та вид економічної діяльності.
- 2.2. Економічна характеристика роздрібної торгівлі.
- 2.3. Економічна характеристика оптової торгівлі.
- 2.4. Товарооборот як основний показник діяльності підприємства.
- 2.5. Основні засоби торговельного підприємства.
- 2.6. Оборотні засоби підприємства.
- 2.7. Трудові ресурси торговельного підприємства.
- 2.8. Витрати торговельного підприємства.
- 2.9. Фінансові результати діяльності торговельного підприємства.

Рекомендована література

Модуль 3. Логістика

- 3.1. Сутність та функції логістики.
- 3.2. Логістичні утворення та їх форми, управління потоками в логістиці.
- 3.3. Логістичні системи.
- 3.4. Заготівельна логістика (логістика постачання).
- 3.5. Розподільча логістика.
- 3.6. Внутрішньовиробнича логістика.
- 3.7. Логістика посередництва (збутова дистрибуція).
- 3.8. Логістика складування.
- 3.9. Транспортна логістика.

Рекомендована література.

Модуль 4. Маркетинг

- 4.1. Сутність маркетингу. Концепції маркетингового розвитку*.
- 4.2. Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності підприємств.
- 4.3. Комплексний аналіз та прогнозування розвитку ринку.
- 4.4. Моделі поведінки споживача.
- 4.5. Конкуренція та конкуренти.
- 4.6. Розробка товарної політики підприємств.

- 4.7. Ціноутворення в комплексі маркетингових зусиль.
 - 4.8. Розподіл та збут товарів.
 - 4.9. Комунікації в маркетинговій діяльності.
- Рекомендована література.

Модуль 5. Менеджмент

- 5.1. Виникнення і розвиток менеджменту.
 - 5.2. Управлінська праця.
 - 5.3. Функції, принципи та методи менеджменту.
 - 5.4. Принципи управління: поняття та еволюція.
 - 5.5. Стратегія розвитку підприємства.
 - 5.6. Керівництво та лідерство.
 - 5.7. Підготовка та прийняття управлінських рішень.
 - 5.8. Організаційні зміни та інновації.
- Рекомендована література.

ВСТУП

Комплексний вступний іспит дозволяє з'ясувати рівень засвоєння теоретичних знань, оцінити аналітичні здібності та навички, що відповідають вимогам освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавра з підприємництва, торгівлі та біржової діяльності та виявити достатність підготовки до навчання в магістратурі на здобуття освітнього ступеня «Магістр» за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

Метою вступного іспиту до магістратури зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» є формування контингенту студентів, найбільш здібних до успішного опанування дисциплін означеної спеціальності шляхом оцінки знань та навичок абітурієнтів.

Вимоги до здібностей і підготовленості вступників. Оволодіння системою знань, що відповідають вимогам освітнього ступеня «Магістр» за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» передбачає, що вступники повинні мати базову вищу освіту, вільно володіють державною мовою, мають здібності до оволодіння знаннями та навичками в галузі фундаментальних та професійно орієнтованих економічних дисциплін, мають схильність до наукових досліджень.

Зміст програми вступного іспиту. Іспит має комплексний характер і базується на провідних навчальних дисциплінах, що формують знання та уміння бакалавра і визначають рівень його кваліфікації. Програма іспиту є міждисциплінарною, охоплює основну проблематику навчальних дисциплін, що вивчають студенти в межах навчального плану освітнього ступеня «Бакалавр» і включає такі модулі:

Модуль 1. Мікроекономіка.

Модуль 2. Економіка торговельного підприємства.

Модуль 3. Логістика.

Модуль 4. Маркетинг.

Модуль 5. Менеджмент.

Вступний іспит дає можливість абітурієнтам виявити знання, здобуті під час навчання і довести свою готовність продовжувати навчання в магістратурі за програмою підготовки магістрів з підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

Порядок проведення вступних випробувань визначається «Правилами прийому до Київського національного університету імені Тараса Шевченка на 2020-2021 навчальний рік».

Формою проведення вступного випробування до магістратури зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» є письмовий іспит.

МОДУЛЬ 1. МІКРОЕКОНОМІКА

Тема 1.1. Основи теорії попиту та пропозиції

Поняття попиту. Закон попиту. Індивідуальний та ринковий попит. Товари Гіффена. Нецінові детермінанти попиту. Категорії взаємопов'язаних товарів, нормальних товарів, товарів низького гатунку. Ефекти доходу та заміщення у споживанні. Поняття пропозиції. Закон пропозиції. Індивідуальна та ринкова пропозиція. Нецінові чинники пропозиції. Фінансово-економічна криза в Україні та форми прояву її впливу на попит та пропозицію.

Еластичність попиту за ціною. Типи цінової еластичності попиту. Точкова та дугова еластичність попиту за ціною. Перехресна еластичність попиту за ціною. Діапазон значень коефіцієнту перехресної еластичності. Чинники, які впливають на еластичність попиту за ціною. Еластичність попиту за доходом. Еластичність попиту в коротко - та довгостроковому періодах.

Еластичність пропозиції за ціною. Типи цінової еластичності пропозиції. Чинники, що зумовлюють ступінь еластичності пропозиції за ціною.

Поняття та умови рівноваги на ринку. Рівноважна ціна. Процес досягнення ринкової рівноваги. Наслідки державної фіксації цін. Номінальна та реальна ринкова ціна.

Тема 1.2. Теорія граничної корисності та теорії поведінки споживача

Методологія маржиналізму та її застосування в мікроекономічному аналізі. Гіпотеза раціональної поведінки споживача. Кардиналістський (кількісний) підхід до аналізу поведінки споживача, корисності і попиту. Обґрунтування закону попиту. Закон спадної граничної корисності. Правило максимізації корисності при здійсненні споживчого вибору.

Ординалістська (порядкова) теорія поведінки споживача. Властивості уподобань (завершеність, транзитивність, повнота). Рівновага споживача: економічна, алгебраїчна та графічна інтерпретація. Крива байдужості (індиферентності), її функціональний вираз. Форма кривих байдужості для різних типів уподобань. Карта кривих байдужості, зв'язок з функцією корисності. Показник граничної норми заміни. Бюджетна лінія, її функціональний вираз. Вибір оптимального споживання. Методи знаходження точки рівноваги. Споживчий та виробничий надлишок.

Тема 1.3. Фактори невизначеності в економіці

Поняття невизначеності та ризику. Визначення та економічний зміст ймовірності. Сутність господарського ризику. Типи ризику: систематичний (диверсифікабельний) та несистематичний (недиверсифікабельний), випадковий. Ризики в умовах кризи в економіці України в сучасних умовах. Критерії визначення ризику: очікувана цінність доходу, варіативність, розбіжність, нормативне відхилення.

Споживчий вибір з ряду ризикованих альтернатив. Очікувана корисність ризикованого доходу як головний критерій відбору. Види функцій очікуваної

корисності залежно від типу відношення споживачів до ризику: особи схильні, несхильні та нейтральні до ризику. Премія (плата) за ризик. Зв'язок між ризиком та віддачею активів. Способи зменшення ризику: диверсифікація фінансового портфелю, страхування, використання додаткової інформації, хеджування.

Тема 1.4. Теорія виробництва та витрат

Поняття процесу виробництва, виробничих ресурсів (факторів) та результатів виробництва. Соціально-економічна криза в Україні та її вплив на виробництво. Поняття виробничої функції, її загальний вигляд. Розгляд процесу виробництва з двома змінними ресурсами. Ізоквантна функція. Зв'язок ізокванти та виробничої функції.

Поняття сукупного, середнього та граничного продукту (продуктивності). Закон спадної віддачі факторів виробництва у короткостроковому періоді. Взаємозамінність ресурсів у довгостроковому періоді. Показник граничної норми технічної заміни одного ресурсу на інший, його зв'язок з граничною продуктивністю відповідних ресурсів.

Витрати виробництва. Явні та альтернативні (вмінені) витрати. Залежність витрат від обсягу виробництва: постійні, змінні, валові витрати. Граничні та середні витрати. Типовий вигляд кривих витрат та взаємозалежності між ними. Поняття та причини позитивного і негативного ефектів зростання масштабів виробництва. Ізокостна функція. Вибір комбінації ресурсів, що мінімізує валові витрати фірми. Графічна ілюстрація вибору. Правило мінімізації витрат.

Прибуток, його види (бухгалтерський, економічний, нормальний). Загальне правило максимізації прибутку.

Тема 1.5. Поведінка фірми в умовах різних типів ринкових структур

Поняття ринкової структури та критерії розмежування ринкових структур.

Максимізація прибутку фірмою у короткостроковому періоді в умовах різних типів ринкових структур: сукупний та граничний аналіз. Дослідження умов прибутковості та збитковості фірми за досконалої конкуренції у коротко- та довгостроковому періодах.

Монополія і монополярна влада. Джерела монополярної влади. Показники виміру монополярної влади. Характеристика основних бар'єрів входу на монополярний ринок та виходу з ринку. Ціноутворення на монополярному ринку. Точка Курно. Поняття цінової дискримінації. Економічні наслідки діяльності монополій: переваги та недоліки. Соціальна ціна монополії. „Х-неефективність” в умовах монополії. Обмеження влади над ринком: антимонополярна політика. Державне регулювання діяльності природних монополій. Антимонополярна політика держави в умовах розгортання соціально-економічної кризи в Україні.

Сутність, види та передумови розвитку нецінової конкуренції на ринку монополістичної конкуренції. Рекламно-пропагандистська діяльність та її вплив на обсяги виробництва та витрати. Оцінка економічної доцільності реклами.

Стратегічна поведінка фірм на олігополістичному ринку. Загальна взаємозалежність і складність аналізу поведінки на ринку. Рівновага за Нешем.

Цінова війна та її наслідки в умовах олігополії. Теорія ігор та конкуруючі стратегії фірм, що діють на олігопольному ринку. Дуополія. Модель Курно. Модель Бертрана: конкуренція цін на однорідні товари. Перевага ініціатора – модель Штакельберга. Модель ціноутворення ламаної кривої попиту. Модель олігополістичного ціноутворення „лідерство у цінах”. Конкуренція чи таємна змова: „дилема ув’язнених”. Картель та легальні угоди. Передумови створення картелю. Аналіз картельного ціноутворення. Ціноутворення за принципом: “витрати плюс ...”. Основний зміст нецінової конкуренції в умовах олігополії.

Тема 1.6. Ринки факторів виробництва

Попит, загальна характеристика та особливості ринку виробничих ресурсів. Формування попиту на фактори виробництва. Похідний характер попиту на ресурси. Взаємозв’язок ринків продукту та факторів виробництва. Основні положення теорії граничної продуктивності.

Загальна характеристика ринків факторів виробництва в умовах розгортання світової фінансово-економічної кризи.

Економічне та фінансове трактування капіталу. Капітал як ресурс тривалого використання, форми капіталу. Рух капіталу та капітальні засоби. Попит та пропозиція капіталу. Споживання та інвестиції. Уподобання у часі. Побудова бюджетного обмеження для випадку вибору обсягів споживання між теперішніми та майбутніми періодами. Оптимальний вибір. Інвестиційний проект як спосіб здійснення інвестицій, необхідність проектного аналізу. Поняття потоків та запасів. Показники теперішньої та майбутньої вартості у прийнятті інвестиційних рішень. Сутність методу дисконтування. Чинники, що визначають дисконтну ставку. Поняття та роль відсоткової ставки у економіці. Номінальна та реальна ставки відсотку. Рівень дохідності, прибуток на капітал. Формування процентної ставки як рівноважної ціни капіталу.

Ринок природних ресурсів (землі). Особливості землі як фактору виробництва. Специфіка формування пропозиції землі та попиту на землю. Фактори впливу на попит на землю. Земельна рента та її види. Поняття квазіренти. Ціна землі як капіталізована рента.

Тема 1.7. Ринок праці

Поняття та особливості ринку праці. Ринок праці України в умовах розгортання фінансово-економічної кризи. Особливості робочої сили як товару. Механізм дії ринку праці. Ринковий попит на працю, зв’язок з граничною доходністю фактору праця. Ринкова пропозиція праці та її зв’язок з граничним витратами на ресурс. Взаємодія попиту і пропозиції на ринку праці. Заробітна плата як ціна праці. Номінальна та реальна заробітна плата. Фактори, що визначають рівень заробітної плати. Моделі досконалої та недосконалої конкуренції на ринку праці (ринок продукту – конкурентний): конкурентна, монополістична, ринку праці з врахуванням діяльності профспілок, двосторонньої монополії.

Стратегія регулювання ринку праці. Пасивна та активна політика на ринку праці. Державна політика України на ринку праці в умовах сучасної соціально-економічної

кризи. Інфраструктура ринку праці. Сегментація ринку праці. Зміст, принципи і організація соціального партнерства. Роль профспілок та об'єднань підприємців у соціально-трудовах відносинах. Держава в системі соціального партнерства.

Розвиток концепції людського капіталу. Сутність людського капіталу на макро-, мезо-, мікроекономічному та особистісному рівні. Єдність та відмінності людського і речового капіталу. Інвестиції в людський капітал як соціально-економічна категорія. Аналіз зисків та витрат при інвестиціях. Визначення ефективності інвестування. Роль держави у інвестуванні людського капіталу.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Дружиніна В.В. Мікроекономіка: навчальний посібник / В.В. Дружиніна, О.І. Чорноус. – Харків: Друкарня Мадрид, 2015. – 254 с.
2. Мікроекономіка: Підручник / За ред. В. Д. Базилевича. – 2 видання переробл. і доповн. - К.: Знання, 2008. (Класичний університетський підручник)
3. Економічна теорія: Політекономія. Підручник / За ред. В. Д. Базилевича. – 9-те вид., випр. і перероб. – К.: Знання-Прес, 2014. – 710 с.
4. Мікроекономіка: практикум: Навч. посіб. / За ред. В. Д. Базилевича. – 2-ге вид., переробл. і доповн. – К.: Знання, 2010.
5. Піндайк Р. С. Рубінфельд Д. Л. Мікроекономіка: / Пер. з англ. А. Олійника та Р. Скільського. - К.: Основи, 1996.
6. Самуельсон П. А., Нордхауз В. Д. Мікроекономіка: Пер. з англ. / Під ред. С. Панчишина. - К.: Основи. 1998.
7. Петрушенко Ю.М. Мікроекономіка: теорія та приклади розв'язування задач: навч. посіб. / Ю.М. Петрушенко. – Суми: Університетська книга, 2012. – 319 с.
8. Хмель С.М. Мікроекономіка: задачі, вправи, тести: навч.посіб./ С.М. Хмель, В.І. Хмель, О.В. Зіброва. – Харків: ХАІ, 2016 – 59 с.
9. Яцюк О.С. Мікроекономіка: навч. посіб. / О.В. Яцюк. – Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2019 – 188 с.

МОДУЛЬ 2. ЕКОНОМІКА ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Тема 2.1. Торгівля як сфера обігу та вид економічної діяльності.

Зародження торгівлі племен. Ранні форми торгівлі на Русі - німа торгівля. Торгівля в рабовласницькому і феодальному суспільствах. Торгівля при капіталізмі. Торгівля в Київській Русі. Торгівля в країнах з ринковою економікою. Сучасний стан та перспективи розвитку торгівлі в Україні. Економічна сутність і функції торговельного підприємства. Торгівля як вид економічної діяльності та сфера обігу. Господарсько-торговельна діяльність та її форми. Особливості діяльності торговельних підприємств. Функції торговельних підприємств. Основні види торговельних підприємств та їх класифікація. Організаційно-правові форми торговельних підприємств. Нормативно-правове (державне) регулювання торговельної діяльності підприємств.

Тема 2.2. Економічна характеристика роздрібної торгівлі

Сутність роздрібної торгівлі та її суспільне значення. Основні функції

роздрібних торгових підприємств. Суб'єкти роздрібно́ї торгівлі. Об'єкти дрібно-роздрібно́ї торгівлі. Товари і послуги як об'єкти роздрібно́ї торгівлі. Визначення ринку. Суб'єкти ринку. Принципово нові форми і види суб'єктів ринку. Продовольчі, речові, автомобільні, універсальні, спеціалізовані, формальні і неформальні (незареєстровані) ринки. Віртуальні магазини і дистриб'ютори у системі електронної комерції, транснаціональні торговельні компанії тощо. Показники для аналізу та оцінки рівня розвитку роздрібно́ї торгівлі.

Тема 2.3. Економічна характеристика оптової торгівлі.

Поняття оптової торгівлі та її особливості. Оптово-роздрібна торгівля. Значення та необхідність функціонування підприємств оптової торгівлі. Функції оптової торгівлі. Особливості функціонування економічного механізму оптових торговельних підприємств. Характеристика основних типів оптових посередників. Типові суб'єкти оптової торгівлі. Мережеві торговельні структури. Класифікація оптових торговельних підприємств за масштабами діяльності, товарній спеціалізації, обсягом функцій Показники для аналізу та оцінки рівня розвитку оптової торгівлі.

Тема 2.4. Товарооборот як основний показник діяльності підприємства.

Поняття та види товарообороту. Облік товарообороту (продажу). Аналіз роздрібно́го та оптового товарообороту. Роздрібний товарооборот як показник рівня життя населення. Планування роздрібно́го товарообороту. Оптовий товарооборот як основний показник господарської діяльності торговельного підприємства. Оптовий товарообіг і методика його прогнозування. Особливості планування товарообороту підприємств харчування. Планування товарообороту, оцінка якості плану. Система управління товарооборотом торговельного підприємства. Механізм керування товарними запасами.

Тема 2.5. Основні засоби торговельного підприємства.

Поняття основного капіталу. Сутність основних засобів, їх склад та структура. Класифікація основних засобів. Активна та пасивна частина основних засобів. Виробничі та невиробничі основні засоби. Облік та оцінка основних засобів. Знос та амортизація основних засобів. Види зносу основних засобів. Фізичний та моральний знос основних засобів. Відтворення основних засобів. Просте та розширене відтворення основних засобів. Модернізація основних засобів як одна із форм їх розширеного відтворення. Показники руху основних засобів. Показники рівня та ефективності використання основних засобів. Виробнича потужність підприємства.

Тема 2.6. Оборотні засоби підприємства.

Поняття, склад та структура оборотних засобів. Три фази обороту оборотних засобів та їх характеристика. Власні та позикові оборотні засоби. Кругообіг оборотних засобів. Визначення потреби в оборотному капіталі. Методи планування потреби в оборотних засобах. Нормування оборотних засобів. Нормування виробничих запасів. Норма витрат матеріальних ресурсів. Норматив оборотних засобів в готовій продукції. Показники ефективності використання оборотних

засобів та способи їх розрахунку. Економічна інтерпретація значень показників ефективності використання оборотних засобів.

Тема 2.7. Трудові ресурси торговельного підприємства.

Поняття кадрів, персоналу, їх складу та структури. Кількісна характеристика персоналу. Якісна характеристика персоналу. Склад та структурна характеристика персоналу. Класифікація персоналу по категоріях працівників. Виробничий та невиробничий персонал. Робітники і службовці, їх принципова відмінність. Спеціалісти та їх розподіл по рівню кваліфікації. Визначення потреби у персоналі. Планування якісної та кількісної потреби в кадрах, методи розрахунку. Рух персоналу на підприємстві. Продуктивність праці і методи її розрахунку. Резерви зростання продуктивності праці. Організація, інтенсифікація і нормування праці. Організація, нормування та оплата праці. Класифікація норм затрат праці. Форми первинної облікової документації по обліку праці та заробітної плати. Показники руху кадрів та фактори, що спричиняють цей рух.

Тема 2.8. Витрати торговельного підприємства.

Економічна природа та сутність витрат. Особливості витрат в торгівлі. Види та класифікація витрат торговельного підприємства. Постійні і змінні витрати, їх характеристика. Собівартість продукції (товарів, робіт, послуг). Калькулювання продукції (товарів, робіт, послуг). Групування витрат за статтями калькуляції та елементами витрат. Планова, нормативна та звітна (фактична) калькуляція. Об'єкти калькулювання. Принципи калькулювання. Методи обліку виробничих витрат і калькулювання собівартості продукції. Метод послідовного підсумовування прямих витрат і витрат, що розподіляються, по видах продукції (позамовна калькуляція). Метод розподілу (поділу) сукупних витрат по калькульованих об'єктах, (попроцесна калькуляція). Метод загальної калькуляції. Метод «величини покриття».

Тема 2.9. Фінансові результати діяльності торговельного підприємства.

Доходи підприємства. Види доходів та джерела їх формування. Доходи від звичайної діяльності підприємств торгівлі. Доходи від реалізації. Позареалізаційні доходи. Торговельна надбавка. Сутність та види прибутку. Механізм формування прибутку підприємства. Функції прибутку як економічної категорії. Фактори впливу на прибуток підприємства – внутрішні та зовнішні чинники. Розподіл та використання прибутку. Нерозподілений прибуток. Методи планування прибутку. Поняття та види рентабельності. Способи розрахунку рентабельності й економічна інтерпретація її значення.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі: навчальний посібник. – Київ: Кондор-видавництво, 2017. – 368 с.
2. Власова Н.О. Економіка торгівлі: навч. посіб. / Н.О. Власова, В.А. Гросул, Н.С. Краснокутская, О.А. Круглова, М.В. Чорна, О.М. Филипенко: навч. посіб. - Харків: Світ книг, 2016. - 473 с.

3. Мазаракі А.А. та ін. Економіка торговельного підприємства. Підручник для вузів / Під ред. проф. Н.М. Ушакової. - К.: Хрещатик, 1999. - 800 с.

4. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І. М. Сотник, д.е.н., проф. Л. М. Таранюка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2018. – 572 с.

5. Семикіна М.В., Збаржевецька Л.Д., Матієнко С.С. Економіка та організація торговельних підприємств. – Методичні вказівки до практичних занять. – Кіровоград: КНТУ, 2013. – 80 с.

6. Семикіна М.В., Збаржевецька Л.Д., Матієнко С.С. Економіка та організація торговельних підприємств: практикум: Навчальний посібник.- Кіровоград: КНТУ, 2013.– 219 с.

7. Усланова Н. М., Лігоненко Л. О. Економіка торговельного підприємства. – К.: КНТЕУ, 2011. – 171 с.

8. Чорна М.В, Кушнір Т.Б., Михайлова О.В. Економіка торгівлі: навчально-методичний посібник. – Х.: ХДУХТ, 2015. –221 с.

МОДУЛЬ 3. ЛОГІСТИКА

Тема 3.1 Сутність та функції логістики.

Логістика як інструмент ринкової економіки. Сутність, функції та завдання логістики. Логістика як фактор підвищення конкурентоспроможності фірми. Етапи розвитку логістики. Рівні формування логістики. Порівняльний аналіз традиційної та логістичної концепції управління торговельним підприємством Універсальна концепція теорії логістики. Сучасна логістична концепція. Основні принципи та методи теорії логістики. Види логістики. Перспективи розвитку логістики в Україні. Характеристика основних принципів логістики. Еволюція концепції логістики. Види та характеристика концепцій логістики. Логістичні активності. Сім правил логістики. Інтерфейс логістики з основними функціональними сферами логістики. Загальна характеристика методів вирішення логістичних завдань. Моделювання в логістиці. Експертні системи в логістиці. Визначення і основні принципи системного підходу.

Тема 3.2. Логістичні утворення та їх форми, управління потоками в логістиці.

Логістичний ланцюг, логістичний канал розподілу. Канали розподілу різних рівнів. Співробітництво, конфлікти та конкуренція в логістичних ланцюгах. Логістика технологічних процесів. Поняття матеріального, фінансового та інших потоків. Класифікація потоків у логістиці, показники, що її характеризують. Логістичні ланцюги. Співробітництво, конфлікти та інтереси в логістичних каналах.

Тема 3.3. Логістичні системи.

Системний підхід у логістиці. Поняття, властивості, елементи, види логістичної системи. Етапи формування, умови створення, принципи функціонування і розвитку логістичних систем. Класифікація логістичних систем.

Попередні заходи щодо побудови логістичних систем. Порівняльна характеристика класичного і системного підходів до формування логістичної системи. Критерії оцінок та систем оптимізації при виборі логістичної системи. Конфлікти, що виникають при здійсненні функцій логістичної системи. Характеристика функціональних галузей логістики. Функції організаційної структури, яка управляє логістичною системою. Види організаційних структур і служб управління логістикою.

Тема 3.4. Заготівельна логістика (логістика постачання).

Об'єкти логістичного управління у постачанні. Сутність заготівельної логістики. Функції та об'єкт заготівельної логістики. Ефективність та показники ефективності матеріально - технічного забезпечення. Управління постачанням на заготівельному етапі. Особливості логістики на заготівельному етапі. Завдання і цілі закупівельної логістики. Інформаційно-аналітичне забезпечення закупівельної логістики. Фактори, що враховують при просуванні закупівельного процесу. Опрацювання замовлень та їх виконання. Обґрунтування економічно вигідного обсягу замовлення, визначення моменту замовлення та періодичного постачання товарів. Вибір оптимального постачальника. Методи закупівлі. Оптимізація закупівельних рішень.

Тема 3.5. Розподільча логістика.

Сутність та основні функції розподільчої логістики. Логістичні канали та логістичні ланцюжки. Обслуговування споживача з точки зору логістики, компоненти, елементи, критерії. Розподільчі центри.

Тема 3.6. Внутрішньовиробнича логістика.

Сфера застосування та основні цілі виробничої логістики. Вимоги до організації та управління матеріальними потоками. Характеристика законів виробничих процесів. Формування оптимальних виробничих програм у ринковому середовищі.

Тема 3.7. Логістика посередництва (збутова дистрибуція).

Сутність логістики посередництва та її види. Об'єкти логістичних рішень у збуті. Дистрибуція, основні функції. Дистрибутивні канали та мережі. Логістичні посередники в дистрибуції. Фізичний розподіл (дистрибуція) товарів. Організація дистриб'юторських систем торгівлі. Координація та інтеграція дій логістичних посередників.

Тема 3.8. Логістика складування.

Склади та їх функції. Види складів. Роль складування в логістичній системі. Функції складів. Характеристика складських операцій. Характеристика систем складування і розміщення запасів. Сучасні тенденції розвитку складської мережі. Логістичні операції на складі. Автоматизовані складські системи.

Тема 3.9. Транспортна логістика.

Роль та завдання транспортної логістики. Вибір типу транспорту, визначення оптимальної кількості транспортних засобів. Політика транспортних організацій з позиції логістики. Транспортні витрати і тарифи, порядок їх застосування. Проблеми транспортно-експедиційних операцій в Україні, альтернативи та критерії вибору, основні рішення управління при транспортуванні. Якісний аналіз транспортної операції, класифікація факторів у логістичних системах. Транспортні термінали, їх типи, функції та місце в логістичній системі. Оптимізація поставки товарів. Методи економічного стимулювання ефективної організації транспортування товарів. Економічні методи державного регулювання товароруку. Економіко-математичні методи розробки оптимальних шляхів ланковості товароруку.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Бауэрсокс Доналд Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок / Бауэрсокс Доналд Дж., Клосс Дейвид Дж.; пер. с англ. - 2-е изд.- М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. – 640 с.
2. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу: навч. посіб. / О. А. Біловодська. – К. : Знання, 2015. – 376 с.
3. Каїра – Мариновська З.С. Логістика ринків: підруч. для студентів ВНЗ / З.С. Каїра – Мариновська, О.П. Ващенко. – Київ: Інформаційно-аналітичне агентство, 2018 – 323 с.
4. Кальченко А. Г. Логістика: навч. посібник / А. Г. Кальченко, В. Кривещенко. – 2-ге вид. – К.: КНЕУ, 2008. – 472 с.
5. Козар Л.М. Логістика вантажних перевезень на залізничному та автомобільному видах транспорту: навч. посіб. / Л.М. Козар, Є.В. Романович, Г.М. Афанасов; Укр. держ. ун-т залізн. трансп. – Харків: УкрДУЗТ, 2016 – 206 с.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер; пер. с англ. – М.: Прогресс, 1990.
7. Крикавський Є. Логістика. Для економістів : підручник / Є. Крикавський. – Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2014. – 448с.
8. Легеза Д.Г. Логістика: навч. посіб для студ. вищ. навч. закл. / Д.Г. Легеза, В.В. Нехай, М.І. Лобанов. – Мелітополь: Видавничий будинок ММД, 2012. – 279 с.
9. Логістика товарного ринку: монографія/ за заг. Ред.: Б.В. Буркинського. – Одеса: ІПРЕЕД НАНУ, 2018 – 243 с.
10. Марченко В.М. Логістика: підруч. / В.М. Марченко, В.В. Шутюк. Київ: КІІ ім. Ігоря Сікорського, 2018 – 312 с.
11. Поплавський А.В. Логістика: навч. посіб./ А.В. Поплавський, О.Ю. Хохлюк, С.С. Горобець. Вінниця: ВНТУ, 2017. – 99 с.
12. Тридід О. М. Логістичний менеджмент : навчальний посібник / О. М. Тридід, К. М. Таньков. – Х.: ВД „Інжек”, 2014. – 424 с.
13. Федорова В.О. Логістика: навч. посіб. / В.О. Федоров, В.В. Блага. – Харків: Бровін О.В., 2019. – 154 с.

МОДУЛЬ 4. МАРКЕТИНГ

Тема 4.1. Сутність маркетингу. Концепції маркетингового розвитку

Маркетинг як сучасна філософія бізнесу. Завдання маркетингу в умовах світової фінансової кризи. Функції маркетингу: вивчення ринку, з'ясування особливостей та моделювання поведінки споживачів, розробка конкурентної стратегії, формування комплексу маркетингових зусиль (маркетинг-мікс).

Основні концептуальні підходи до здійснення маркетингової діяльності. Концепція вдосконалення товару. Інтенсифікація комерційних зусиль. Власне маркетинг. Соціально-етичний маркетинг. Екологічний маркетинг.

Сфера застосування маркетингу. Особливості маркетингу послуг. Комерційний та некомерційний маркетинг. Маркетинг територій. Маркетинг особистостей. Маркетинг ідей.

Тема 4.2. Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності підприємств

Зовнішнє та внутрішнє середовище в бізнесі. Види маркетингового середовища. Контрольовані та неконтрольовані фактори маркетингової діяльності. Основні фактори мікросередовища фірми: постачальники, посередники, споживачі, конкуренти, контактні аудиторії.

Особливості впливу факторів макросередовища на діяльність фірми.

Теорія «невпевненості в економіці» Ніка Блюма, Макса Флеотто та Ніра Якимовича (Стенфордський університет). Складові «індексу непевненості» (зміни валютних курсів, падіння курсу акцій, прогнози економічного розвитку, розходження динаміки обсягу збуту та прибутку акціонерів).

Маркетингові дослідження. Основні тенденції маркетингових досліджень. Сутність та основні етапи проведення маркетингових досліджень. Джерела маркетингової інформації. Первинна та вторинна маркетингова інформація.

Методи збору первинної маркетингової інформації. Методи обробки інформації. Застосування сучасних технічних засобів для підвищення результативності досліджень.

Тема 4.3. Комплексний аналіз та прогнозування розвитку ринку

Ринкова кон'юнктура та необхідність її вивчення. Виникнення та розгортання фінансової кризи в світі та Україні. Зменшення купівельної спроможності основних суб'єктів ринку.

Основні характеристики ринку. Види ринків. Основні напрями проведення досліджень ринку. Визначення рівня попиту на продукт. Визначення місткості ринку. Сегментування ринку.

Прогнозування розвитку ринку. Необхідність прогнозування ринкових можливостей фірми. Методи прогнозування.

Тема 4.4. Моделі поведінки споживачів

Характеристика поведінки споживачів. Моделі поведінки покупців на ринку. Основні фактори, що впливають на поведінку покупців.

Права споживачів. Закони України про захист прав споживачів. Громадські організації захисту прав споживачів та їх діяльність в світі та в Україні. Роль преси в захисті прав споживачів.

Поведінка споживачів в умовах кризи. Зміни споживацьких уподобань. Перехід від престижних товарів до найбільш корисних.

Види організацій-споживачів (виробники, посередники, бюджетні організації).

Особливості ринку товарів виробничого призначення. Поведінка покупців на індустріальному ринку.

Тема 4.5. Конкуренція та конкуренти

Ринок та конкуренція. Види конкурентних ринків. Монополістичні тенденції на ринку. Конкуренція та необхідність маркетингової діяльності. Законодавство України про подолання монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції.

Методи конкуренції та їх класифікація. Цінова та нецінова конкуренція. Добросовісна та недобросовісна конкуренція. «Позішенінг» як метод конкурентної боротьби.

Конкурентноздатність товарів та методи її визначення. Визначення провідних факторів успіху в конкурентній боротьбі. Показники конкурентноздатності.

Тема 4.6. Розробка товарної політики підприємств

Класифікація товарів. Три аспекти товару. Особливості товарів кінцевого споживання. Особливості маркетингового підходу до розробки та виведення на ринок товарів індустріальної групи.

Асортиментна політика фірми. Фактори, що визначають специфіку асортиментної політики фірми. Широкий та глибокий товарний асортимент.

Оптимізація асортименту в умовах кризи. Виведення з асортименту ризикових груп товарів.

Упаковка в маркетинговій діяльності. Функції упаковки.

Товарні знаки та знаки обслуговування в маркетинговій діяльності. Законодавство України про товарні знаки. Основні функції товарних знаків та знаків обслуговування.

Ринок послуг та його розвиток в сучасних умовах. Особливості товарної послуги. Види послуг. Особисті послуги та їх основні характеристики.

Концепція життєвого циклу товару: причини виникнення, сутність та особливості застосування.

Тема 4.7. Ціноутворення в комплексі маркетингових зусиль

Зв'язок ціни з елементами комплексу маркетингу та з етапами життєвого циклу товару.

Фактори, що впливають на політику ціноутворення окремого підприємства. Вибір мети ціноутворення. Еластичність попиту та її значення в розробці цінової стратегії. Державна політика регулювання цін та її роль в процесі розробки ціни.

Політика ціноутворення в умовах кризи. Справедлива ціна для споживача в умовах кризи.

Вибір методу ціноутворення і формування остаточної ціни. Методика розрахунку оптимальної ціни. Модифікація цін.

Види цінових стратегій та їх характеристика. Ціни, орієнтовані на витрати. Диференційовані ціни. Дискримінаційні ціни. Політика єдиних цін. Престижні ціни та межі їх застосування. Ціни масових закупок. Співвідношення рівня цін з якістю товарів. Стратегії, орієнтовані на конкурентів.

Тема 4.8. Розподіл та збут товарів

Маркетингові канали розподілу товарів. Види маркетингових каналів. Традиційні маркетингові канали. Нові види маркетингових каналів. Канали зворотного ходу. Фактори, що визначають вибір типу маркетингового каналу. Основні функції маркетингових каналів.

Доцільність для підприємств розвитку нових каналів збуту в умовах кризи. Зростання значення прямих продажів.

Маркетингові посередники: їх основні види та характеристики. Оптова торгівля. Види послуг оптових посередників. Контрактна основа діяльності оптових посередників.

Товарорух як елемент маркетингової діяльності. Основні рішення в галузі товароруху. Маркетингова логістика.

Тема 4.9. Комунікації в маркетинговій діяльності

Необхідність комунікацій в маркетинговій діяльності. Складові елементи комуникативної політики. Фактори, що визначають структуру комплексу просування товарів на ринок. Специфічне значення соціально-культурних та психологічних факторів в розробці системи комунікацій.

Стимулювання кінцевих споживачів та посередників. Економічні та соціально-психологічні аспекти застосування стимулюючих заходів.

Особистий продаж як метод просування товарів на ринку

Реклама в системі маркетингової діяльності

Види реклами. Товарна та інституціональна реклама. Засоби розповсюдження реклами. Порівняльний аналіз засобів розповсюдження реклами. Сучасні засоби розповсюдження реклами.

Планування рекламної кампанії. Методи формування рекламного бюджету.

Особливості реклами споживчих товарів та товарів виробничого призначення.

Реклама та пропаганда. Різноманітність заходів щодо пропаганди товарів фірми.

Зменшення іміджевої реклами в умовах розгортання кризи. Зростання значення промо-акцій.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Балабанова Л.В. Маркетинговий контролінг: теорія та методологія / Л.В. Балабанова, О.О. Гасило. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. – 220 с.

2. Гацька Л.П., Карлащук С.В., Харченко Т.Б. Екологічний маркетинг: навчальний посібник / Гацька Л.П., С.В. Карлащук, Т.Б. Харченко / за ред. Гацька Л.П. – К., 2018. – 164 с.
3. Зоріна О.І. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. / О.І. Зоріна, О.В. Сиволовська. – Харків: УкрДУЗТ, 2015 – 190 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга \ Котлер Ф., Армстронг Г., Сандерс Дж., Вонг В.; пер. с англ. 4-е Европ. изд. – М.: ООО «И.Д. Вільямс», 2008.
5. Маркетинг: навч-метод. посіб. для студ. екон. спец. ВНЗ / Н.Д. Маслій. – Одеса: Астропринт, 2017. – 180 с.
6. Маркетинг для бакалаврів: навч. посіб. / за ред.: І.М. Буднікевича. – Черніці: Рута, 2018. – 395 с.
7. Маркетинг інновацій. Ділові ігри та кейси для студентів усіх спеціальностей другого (магістерського) рівня: навч. посіб. / Харків: ХНЕУ ім. Семе́на кузнеця, 2017. – 50 с.
8. Маркетинг послуг: навч. посіб. / В.М. Мальченко. – К.: КНЕУ, 2006. – 360 с.
9. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / Т.І. Данько, Н.П. Яворська. – Львів : вид-во Львівської політехніки, 2019. – 1 електрон.опт.диск.
- 10.Сєвонькава О.О. Маркетингові комунікації: підручник / О.О. Сєвонькава. – Київ: КНЕУ, 2014. – 341 с.

МОДУЛЬ 5. МЕНЕДЖМЕНТ

Тема 5.1. Виникнення і розвиток менеджменту

Передумови виникнення науки управління. Основні підходи до виділення окремих наукових шкіл теорії управління. Виникнення і розвиток раціоналістичного напрямку в менеджменті. Об'єкт та предмет дослідження школи наукового управління. Сутність раціонального управління в розумінні Ф.Тейлора. Адміністративна школа управління. Анрі Файоль - засновник адміністративної школи управління. Логічне завершення адміністративної школи менеджменту в концепції раціональної бюрократії Макса Вебера. Експерименти Елтона Мейо та виникнення школи людських відносин.

Кількісна теорія менеджменту: школа науки управління. Інтегровані підходи до управління: процесний підхід, системний підхід до управління. Сучасні напрямки розвитку науки управління: тенденція посилення технократичного аспекту менеджменту. Кількісний підхід в теорії управління, математична школа. Гуманізація управління.

Тема 5.2. Управлінська праця

Природа та особливості управлінської праці. Основні параметри управлінської праці. Основні види поділу управлінської праці.

Класифікація управлінського персоналу. Особливості праці керівників. Керівники різних рівнів ієрархії управління, специфіка їх діяльності.

Організація робочих місць працівників та керівників. Обумовленість системи вимог, що ставляться до робочих місць.

Тема 5.3. Функції, принципи та методи менеджменту

Сутність функцій управління та їх класифікація. Функції організації та функції управління. Класифікація функцій управління. Загальні та специфічні функції управління. Взаємозв'язок функцій менеджменту.

Місце планування серед функцій менеджменту. Основні елементи системи планування.

Теоретичні основи здійснення організаційної функції менеджменту. Класична теорія організації Анрі Файоля. Модель бюрократичної організації Макса Вебера. Поведінковий підхід в теорії організації: організаційна теорія Р. Лайкерта.

Лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, дивізійна, матрична організаційні та інші структури. Фактори формування організаційних структур управління. Централізація та децентралізація управління.

Мотивація як функція управління. Поєднання потреб, спонукань, цілей та дій працівника в процесі мотивації. Змістовні теорії мотивації. Теорія ієрархії потреб А.Маслоу. Теорія потреб Д.Мак-Клеланда. “Мотиваційна гігієна” Ф.Герцберга. Сутність процесного підходу в мотивацію Теорія сподівань В.Врума. Теорія справедливості С.Адамса. Модель Портера-Лоурера.

Місце контролю в системі функцій управління. Етапи процесу контролю. Види управлінського контролю. Основні характеристики ефективного контролю.

Функції координації та регулювання.

Тема 5.4. Принципи управління: поняття та еволюція

Методи менеджменту як сукупність способів здійснення управлінської діяльності. Класифікація методів управління. Необхідність використання системи методів управління.

Методи матеріальної, соціальної та владної мотивації, або економічні, організаційно-розпорядчі та соціально-психологічні методи управління. Особливості впливу на майнові інтереси фірм та на персонал економічних методів. Організаційно-розпорядницькі методи, їх орієнтація на дисципліну, суворе виконання. Групи організаційно-розпорядницьких методів. Необхідність використання організаційно-стабілізаційних, розпорядницьких та дисциплінарних методів. Соціально-психологічні методи та механізм їх використання. Політико-правові методи та їх значення в управлінні персоналом та організацією.

Тема 5.5. Стратегія розвитку підприємства

Теоретичні основи визначення сутності стратегії розвитку підприємства. Поняття стратегії. Значення та необхідність розробки стратегії. Елементи стратегії. Піраміда стратегій.

Визначення місії організації. Роль корпоративної місії як колегіальної концепції діяльності в процесі розвитку організації. Аналіз стратегічних альтернатив. І вибір стратегії організації. Зовнішній аналіз: сприятливі можливості й загрози діяльності. Внутрішній аналіз: сильні й слабкі сторони організації. SWOT – аналіз. Можливості

застосування методик Бостонської групи консультантів в розробці стратегічних рішень організації.

Види стратегій. Типові стратегії М. Портера. П'ять сил конкуренції, що визначають прибутковість галузі і вирішують умови її привабливості. Функціональні стратегії. Портфельні стратегії. Фактори вибору стратегії. Розробка та реалізація стратегії розвитку. Виникнення стратегічного управління.

Тема 5.6. Керівництво та лідерство

Зміст роботи керівника з управління організацією. Логіка взаємодій функцій управління. Поняття єдиного управлінського циклу. Тривалість управлінського циклу та його просторові характеристики. Рольові функції керівника в організації.

Особливості керівництва підприємством, що знаходиться в кризовому стані. Антикризовий менеджер та його роль в організації.

Класифікація підходів до розуміння лідерства. Лідерство як сукупність певних рис характеру працівника.

Форми управлінського впливу. Влада та авторитет. Баланс влади та необхідність його усвідомлення в процесі здійснення управлінської діяльності. Форми влади та впливу на поведінку людей.

Поняття стилю керівництва. Континуум стилів керівництва. “Теорія Х” та “Теорія У” Д. Мак-Грегора. Авторитарно-демократичний континуум стилів керівництва. Стили керівництва Р. Лайкерта. Двовимірне трактування стилів управління. Управлінська сітка Р. Блейка та Дж. Моутона. Ситуаційна модель управління Ф. Фідлера.

Тема 5.7. Підготовка та прийняття управлінських рішень

Рішення в системі управлінської діяльності. Розширене й вузьке розуміння процесу розробки управлінських рішень. Принципи прийняття управлінських рішень. Моделі теорії розробки рішень: класична, поведінкова, ірраціональна. Види управлінських рішень та критерії їх класифікації.

Раціональний підхід з розробки управлінських рішень. Етапи раціональної технології розробки рішень: діагноз проблеми, накопичення інформації, опрацювання альтернативних варіантів, оцінка альтернатив, прийняття рішення.

Класифікація методів обґрунтування управлінських рішень. Кількісні та якісні методи. Можливості та сфери застосування аналітичних, статистичних, теоретико-ігрових методів та методів математичного програмування. Інструменти обґрунтування управлінських рішень. Сутність і цілі використання платіжної матриці. Побудова дерева рішень і вибір оптимального варіанта. Обґрунтування рішень в умовах невизначеності. Рішення в умовах ризику.

Тема 5.8. Організаційні зміни та інновації

Природа та необхідність організаційних змін. Зовнішні чинники змін організації, їх виникнення в загальному та робочому середовищі організації. Характеристика внутрішніх чинників, що обумовлюють розвиток і зміни в організації.

Види організаційних змін. Планові зміни, їх необхідність та механізм здійснення. Ситуаційні зміни як спосіб реагування на дію зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на діяльність організації. Сфери організаційних змін.

Комплексний характер змін організації та необхідність управління змінами. Теоретичне обґрунтування алгоритмів впровадження змін. Модель управління змінами Курта Левіна. Поглиблений підхід до забезпечення управління процесом організаційного розвитку. Причини виникнення опору змінам. Шляхи подолання опору змінам. Організаційні інновації. Форми запровадження інновацій. Інновації та їх значення в умовах виведення підприємств з кризового стану.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Балан В.Г. Методи прийняття управлінських рішень. – К.: Кондор, 2005. – 150 с.
2. Буднік М.М., Курилова Н.М. Управління змінами: Підручник / М.М. Буднік, Н.М. Курилова. — К.: Видавничий дім «Кондор», 2017. — 226 с.
3. Гацька Л. П., Євтушенко Г.І. Практикум з менеджменту персоналу: Навч. Посібник - Ірпінь: 2008, -150с.
4. Мазаракі А.А. Основи менеджменту: підручник для студентів вищих навчальних закладів / А.А. Мазаракі, О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник та ін.; за ред. А.А. Мазаракі. – Харків: Фоліо, 2014. – 846 с.
5. Назарчук Т. В. Менеджмент організацій [Текст]: Навчальний посібник. / Т. В. Назарчук, О. М. Косіюк – К.: «Центр учбової літератури», 2018. – 560 с.
6. Основи менеджменту і маркетингу : навчальний посібник / Л.Ф. Кожушко, Т.О. Кузнецова, О.Ю. Судук. – Рівне: НУВГП, 2016. – 291с.
7. Основи менеджменту. Теорія і практика : навч. посіб. / Г.Є. Мошек, І.П. Миколайчук, Ю.І. Палеха, Ю.В. Поканевич, А.С. Соломко, О.В. Коваленко, Н.В. Коваленко, В.С. Ціпуринда, Г.П. Сиваненко, О.І. Белова; за заг. ред. проф. Мошека Г.Є. – Київ : Видавництво Ліра-К, 2017. – 528 с.
8. Осовська Г. В. Менеджмент : підручник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. – К.: Кондор-Видавництво, 2015. - 563 с.
9. Палеха Ю.І., Основи менеджменту теорія і практика: навчальний посібник / Ю.Палеха, Г.Мошек, І. – К. : Ліра-К. – 2018. – 528 с
10. Шегда А.В. Менеджмент: підручник. – К.: Знання, КОО. – 2005. – 459 с.
11. Шегда А.В. Стратегічне управління: Підручник. – К.: ВПЦ „Київський університет”. – 2009. – 235 с.