

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра таксації лісу та лісового менеджменту

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Директор ННІ лісового і садово-паркового господарства

_____ П. І. Лакида

«_____» _____ 2020 р.

РОЗГЛЯНУТО І СХВАЛЕНО

на засіданні кафедри таксації лісу та лісового менеджменту

Протокол № 13 від 10 червня 2020 р.)

Завідувач кафедри

_____ А. М. Білоус

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Менеджмент у садово-парковому господарстві»

Спеціальність 206 «Садово-паркове господарство»

Освітня програма «Садово-паркове господарство»

ННІ лісового і садово-паркового господарства

Розробник: доцент, к.е.н. О. П. Павліщук

Київ – 2020 р.

1. Опис навчальної дисципліни «Менеджмент у садово-парковому господарстві»

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Галузь знань	20 «Аграрні науки та продовольство»	
Освітній ступінь	Магістр	
Спеціальність	206 «Садово-паркове господарство»	
Освітня програма	«Садово-паркове господарство»	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Обов'язкова	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	2	
Форма контролю	екзамен	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки	1	1
Семестр	2	1-2
Лекційні заняття	30 год.	8
Лабораторні (практичні) заняття	15 год.	8
Самостійна робота	75 год.	104
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	3 год.	

2. Мета, завдання та компетентності навчальної дисципліни «Менеджмент у садово-парковому господарстві»

Мета вивчення дисципліни – формування теоретичних знань і практичних вмінь майбутніх фахівців садово-паркового господарства стосовно менеджменту на підприємствах садово-паркового господарства задля забезпечення прийняття та реалізації ефективних рішень, пов'язаних із діяльністю цих підприємств за умов ринкової економіки.

Завданнями дисципліни «Менеджмент у садово-парковому господарстві» є:

- сприяти розумінню суті та значення менеджменту для забезпечення ефективної діяльності підприємств садово-паркового господарства за сучасних умов господарювання;

- розвивати здібності, що дозволять майбутнім фахівцям забезпечувати ефективність та конкурентоспроможність діяльності підприємств садово-

паркового господарства на основі принципів, методів та інструментів менеджменту.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен *знати*:

- сутність основних категорій менеджменту;
- сутність системного, процесного та ситуаційного підходів до менеджменту;
- сутність функцій, принципів та методів менеджменту;
- особливості процесу прийняття рішень у менеджменті;
- методи обґрунтування рішень та можливості їх використання для прийняття ефективних рішень у менеджменті з метою мінімізації витрат та збільшення прибутку підприємств;
- сутність процесу ризик-менеджменту на підприємствах садово-паркового господарства;
- систему планів, що формують на підприємствах садово-паркового господарства, та підходи до їх розроблення (стратегічний, тактичний та оперативно-виробничий плани);
- сутність та значення SWOT-аналізу як інструмента стратегічного планування на підприємствах садово-паркового господарства;
- сутність кадрової роботи з персоналом підприємств;
- підходи до менеджменту за кризової ситуації на підприємствах садово-паркового господарства;
- сутність та підходи до організації інноваційних процесів на підприємствах садово-паркового господарства;
- методи оцінки ефективності інвестиційних проектів, що враховують фактор часу;
- сутність теорії ігор, а також критеріїв, що використовуються у процесі обґрунтування рішень у менеджменті з її використанням;
- соціально-економічну сутність маркетингу як ключової функції менеджменту, його функції та принципи;
- складові комплексу маркетингу;
- сутність та складові маркетингової інформаційної системи;
- підходи до організації виробництва нових товарів;
- методи оцінки конкурентоспроможності товарів та особливості їх застосування;
- види, функції та особливості вибору каналів розподілу для реалізації продукції підприємств садово-паркового господарства;
- сутність та складові комплексу маркетингових комунікацій;
- особливості розробки та маркетингу послуг у садово-парковому господарстві;

- цілі, фактори, етапи та методи ціноутворення на підприємствах садово-паркового господарства;
- соціально-етичні норми у менеджменті та маркетингу.

вміти:

- застосовувати системний підхід у процесі менеджменту на підприємствах садово-паркового господарства;
- обґрунтовувати ефективні рішення на основі використання комплексу кількісних та якісних методів;
- здійснювати стратегічне, тактичне та оперативне планування на підприємствах садово-паркового господарства;
- здійснювати бізнес-планування;
- організувати ефективний виробничий процес на підприємствах садово-паркового господарства на основі використання методу аналізу беззбитковості виробництва та реалізації продукції;
- здійснювати фінансовий аналіз інвестиційних проектів за допомогою сукупності показників, які враховують фактор часу;
- здійснювати заходи щодо зменшення ризиків у діяльності підприємств садово-паркового господарства;
- створювати високопродуктивні й стійкі трудові колективи, забезпечувати їх підтримку і розвиток;
- планувати маркетингову діяльність підприємств, здійснювати її інформаційне забезпечення та контроль;
- здійснювати оцінку конкурентоспроможності товарів на основі інтегрального показника;
- обирати оптимальну стратегію підприємства за критеріями Вальда, Севіджа, Гурвіца, Лапласа, Байеса-Лапласа;
- використовувати SWOT-аналіз для формування стратегії підприємства садово-паркового господарства;
- обґрунтовувати тип каналу розподілу товарів за кількістю рівнів, структурою каналу;
- формувати комплекс засобів щодо просування товарів.

Вивчення дисципліни забезпечує набуття таких загальних компетентностей:

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу у процесі прийняття рішень відповідно до системного, процесного та ситуаційного підходів у менеджменті.

2. Здатність діяти в нестандартних ситуаціях, забезпечувати ефективну та конкурентоспроможну діяльність підприємств садово-паркового господарства за умов змінного середовища на основі сучасних принципів та методів менеджменту із дотриманням соціальної та етичної відповідальності за прийняття рішення.

3. Здатність до самореалізації, саморозвитку на основі систематичної актуалізації знань та навичок відповідно до новітньої науково-технічної

інформації з питань менеджменту, результатів досліджень, спостережень та передового досвіду.

4. Здатність до комунікації в процесі реалізації функцій менеджменту задля вирішення професійних завдань у сфері планування, організації, мотивації та контролю діяльності й забезпечення перспективного розвитку підприємств.

5. Здатність розробляти проекти та забезпечувати їх ефективний менеджмент з урахуванням специфіки діяльності підприємств садово-паркового господарства та інноваційних підходів до їх реалізації.

Вивчення дисципліни забезпечує набуття таких фахових (спеціальних) компетентностей:

1. Здатність здійснювати стратегічне, тактичне та оперативно-виробниче планування, забезпечувати організацію, мотивацію, контроль та реалізацію інших функцій менеджменту на підприємствах садово-паркового господарства задля їх ефективної діяльності та конкурентоспроможності.

2. Здатність здійснювати менеджмент проектів на підприємствах садово-паркового господарства на основі новітніх наукових та практичних знань і передового досвіду, забезпечуючи реалізацію відповідних йому функцій, включно із належною координацією трудових, фінансових та інших ресурсів протягом життєвого циклу проекту.

3. Здатність здійснювати аналіз та оцінку ефективності інвестиційних проектів у садово-парковому господарстві, у т.ч. пов'язаних із впровадженням нових технологій, на основі показників, які враховують фактор часу.

4. Здатність здійснювати аналіз та оцінку ризиків у діяльності підприємств садово-паркового господарства, забезпечувати ефективний ризик-менеджмент, у т.ч. застосування заходів щодо зменшення ризиків.

5. Здатність здійснювати управління якістю на підприємствах садово-паркового господарства, у т.ч. на основі відповідних міжнародних стандартів.

3. Програма та структура навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні та практичні засади менеджменту у садово-парковому господарстві

Тема 1. Вступ. Виникнення і розвиток менеджменту. Особливості менеджерської діяльності на підприємствах садово-паркового господарства

Поняття менеджменту. Об'єкт, суб'єкт менеджменту. Сутність діяльності менеджера. Особливості діяльності підприємств садово-паркового господарства та їх врахування у менеджменті.

Історичні етапи розвитку менеджменту: школа наукової організації управління, класична школа, школа людських відносин та біхевіористська школа, школа науки управління. Становлення сучасного менеджменту.

Тема 2. Системний підхід у менеджменті

Сутність системного підходу у менеджменті, його значення за сучасних умов господарювання.

Організація як відкрита система. Процес менеджменту з точки зору відкритої системи.

Чинники внутрішнього та зовнішнього середовища підприємств садово-паркового господарства.

Сутність процесного та ситуаційного підходів у менеджменті та їх застосування.

Тема 3. Функції менеджменту та їх реалізація у садово-парковому господарстві

Концепція цілей організації в сучасному менеджменті. Формування системи цілей організації.

Поняття «функції менеджменту». Класифікація функцій менеджменту. Загальні функції менеджменту: планування, організація, мотивація, контроль. Взаємозв'язок функцій менеджменту.

Сутність функції планування. Значення планування для забезпечення ефективної діяльності підприємств. Принципи та методи планування.

Сутність функції організації: організація управління та організація виробництва. Класифікація та сутність організаційних управлінських структур.

Сутність функції мотивації. Змістовні та процесні теорії мотивації. Сучасні тенденції розвитку теорій мотивації.

Сутність функції контролю. Цілі та принципи контролю. Етапи процесу контролю. Класифікація видів контролю.

Тема 4. Система планів на підприємствах садово-паркового господарства. Стратегічне, тактичне та оперативно-виробниче планування

Класифікація планів. Стратегічне планування як основа стратегічного менеджменту. Етапи та особливості стратегічного планування на підприємствах садово-паркового господарства.

Класифікація стратегій підприємств. Загальні стратегічні альтернативи. Застосування *swot*-аналізу для удосконалення стратегічного менеджменту у садово-парковому господарстві.

Сутність тактичного планування у садово-парковому господарстві. Мета та завдання тактичного планування. Розділи тактичного плану.

Сутність оперативно-виробничого планування у садово-парковому господарстві. Мета та завдання оперативно-виробничого планування. Види оперативно-виробничого планування.

Тема 5. Принципи та методи менеджменту

Закони та закономірності менеджменту.

Зміст та еволюція принципів менеджменту. Сутність принципів сучасного менеджменту.

Класифікація методів менеджменту. Сутність та особливості реалізації адміністративно-правових, економічних та соціально-психологічних методів менеджменту.

Тема 6. Сутність процесу прийняття рішень у менеджменті в садовому-парковому господарстві

Сутність поняття «рішення». Види рішень та вимоги до них. Сутність процесу прийняття рішень у менеджменті. Етапи процесу прийняття рішень у менеджменті.

Класифікація методів обґрунтування рішень у менеджменті. Використання кількісних методів обґрунтування рішень у менеджменті.

Використання якісних методів обґрунтування рішень у менеджменті. Види експертних оцінювань. Етапи експертних опитувань.

Тема 7. Ризик-менеджмент у садово-парковому господарстві

Сутність понять «ризик». Об'єкт, суб'єкт ризику. Джерела ризиків: зовнішні та внутрішні. Функції ризиків: регулятивна, захисна та їхні форми. Класифікація ризиків.

Методи оцінювання ризиків: статистичні, експертного оцінювання, розрахунково-аналітичні та аналогові.

Процес ризик-менеджменту: сутність та етапи. Методи впливу на ризик (уникнення ризику, запобігання та мінімізація ризику).

Змістовий модуль 2. Маркетинг як ключова функція менеджменту в садово-парковому господарстві за ринкових умов

Тема 8. Маркетинг як функція менеджменту: сутність та особливості реалізації у садово-парковому господарстві, інформаційне забезпечення

Визначення поняття «маркетинг». Основні поняття маркетингу. Основні складові комплексу маркетингу (4P, 5P, 7P). Поняття маркетингового середовища та його складові.

Етапи розвитку концепцій маркетингу. Принципи маркетингу. Класифікація видів маркетингу. Основні види маркетингу за характером попиту на товар та їхні інструменти.

Класифікація та сутність основних функцій маркетингу: аналітична, виробнича, збутова та функція управління маркетингом.

Поняття маркетингової інформаційної системи та її структура. Принципи побудови маркетингової інформаційної системи. Сутність маркетингових досліджень та їх етапи. Методи маркетингових досліджень.

Сутність та принципи сегментування ринків та позиціонування товарів підприємств. Відбір цільових ринків.

Тема 9. Маркетингова товарна політика

Сутність та цілі маркетингової товарної політики.

Критерії поділу товарів на групи. Конкурентні переваги та конкурентоспроможність товарів. Фактори конкурентоспроможності товарів. Цілі, етапи та методи оцінки конкурентоспроможності товарів.

Процес розробки нових товарів. Життєвий цикл товарів. Маркетингові заходи відповідно до етапів життєвого циклу товарів.

Тема 10. Маркетингова політика розподілу

Сутність, цілі та основні елементи політики розподілу.

Сутність та характеристики каналів розподілу. Функції каналів розподілу.

Види каналів розподілу. Рішення щодо структури каналу розподілу. Критерії вибору посередників. Комунікаційні стратегії в каналах розподілу.

Сутність процесу товароруку та його етапи.

Тема 11. Маркетингова політика комунікацій

Сутність, цілі та засоби комунікаційної політики. Процес маркетингової комунікації. Класифікація засобів маркетингових комунікацій.

Процес вибору комплексу просування (сутність, етапи, методи складання бюджету).

Використання засобів маркетингових комунікацій на підприємствах садово-паркового господарства.

Тема 12. Бізнес-планування за ринкових умов господарювання

Сутність бізнес-плану. Функції та цілі бізнес-плану. Коло користувачів бізнес-планом. Принципи бізнес-планування. Інформаційне поле бізнес-плану. Джерела інформації для розробки бізнес-плану.

Етапи розробки бізнес-плану. Методика та вимоги до складання бізнес-плану.

Структура навчальної дисципліни «Менеджмент у садово-парковому господарстві»

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин													
	денна форма							заочна форма						
	тижні	усь-го	у тому числі					усь-го	у тому числі					
			л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
Змістовий модуль 1. Теоретичні та практичні засади менеджменту у садово-парковому господарстві														
Тема 1. Вступ. Виникнення і розвиток менеджменту. Особливості менеджерської діяльності на підприємствах садово-паркового господарства	1	8	2		1		5	8	0,5	0,5				7
Тема 2. Системний підхід у менеджменті	2	8	2		1		5	8	0,5	0,5				7
Тема 3. Функції менеджменту та їх реалізація у садово-парковому господарстві	3	8	2		1		5	8	0,5	0,5				7
Тема 4. Система планів на підприємствах садово-паркового господарства. Стратегічне, планування	4	8	2		1		5	8	0,5	0,5				7

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Тема 4.1. Система планів на підприємствах садово-паркового господарства. Тактичне та оперативно-виробниче планування	5	7	2		1		4	7	0,5	0,5			6
Тема 5. Принципи та методи менеджменту	6	7	2		1		4	7	0,5	0,5			6
Тема 6. Сутність процесу прийняття рішень у менеджменті в садовому-парковому господарстві	7	7	2		1		4	7	0,5	0,5			6
Тема 7. Ризик-менеджмент у садово-парковому господарстві	8	7	2		1		4	7	0,5	0,5			6
Разом за змістовим модулем 1		60	16		8		36	60	4	4			52
Змістовий модуль 2. Маркетинг як ключова функція менеджменту в садово-парковому господарстві за ринкових умов													
Тема 8. Маркетинг як функція менеджменту: <i>сутність та особливості реалізації у садово-парковому господарстві</i>	9	9	2		1		6	10	1	1			8
Тема 8.1. Маркетинг як функція менеджменту: <i>інформаційне забезпечення</i>	10	9	2		1		6	9	0,5	0,5			8
Тема 9. Маркетингова товарна політика	11	9	2		1		6	9	0,5	0,5			8
Тема 10. Маркетингова політика розподілу	12	9	2		1		6	8	0,5	0,5			7
Тема 11. Маркетингова політика комунікацій	13	8	2		1		5	8	0,5	0,5			7
Тема 12. Бізнес-планування за ринкових умов господарювання	14-15	16	4		2		10	16	1	1			14
Разом за змістовим модулем 2		60	14		7		39	60	4	4			52
Усього годин		120	30		15		75	120	8	8			104

4. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Змістовий модуль 1. Теоретичні та практичні засади менеджменту у садово-парковому господарстві		
1	Методика розрахунку безбиткового обсягу продажів і зони безпеки підприємства	1
2	Застосування методики аналізу безбитковості виробництва з метою обґрунтування рішень у менеджменті на підприємствах садово-паркового господарства	2

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
3	Врахування фактора часу в процесі аналізу ефективності інвестиційних проектів на підприємствах садово-паркового господарства. Сенситивний аналіз інвестиційного проекту	2
4	Використання «Дерева рішень» з метою прийняття ефективних рішень у менеджменті	1
5	Оцінка ризику реалізації продукції підприємством садово-паркового господарства на основі статистичного методу	1
6	Планування праці і заробітної плати. Баланс робочого часу. Аналіз продуктивності праці	1
Змістовий модуль 2. Маркетинг як ключова функція менеджменту в садово-парковому господарстві за ринкових умов		
7	Застосування теорії ігор для обґрунтування рішень у менеджменті на підприємствах садово-паркового господарства	2
8	SWOT-аналіз як інструмент стратегічного планування	2
9	Оцінка конкурентоспроможності товарів на основі інтегрального показника	2
10	Розроблення інформаційно-рекламних матеріалів для підприємств садово-паркового господарства	1
	Разом	45

5. Контрольні запитання, комплекти тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами з дисципліни «Менеджмент у садово-парковому господарстві»

1. Поясніть сутність поняття «менеджмент». Якими факторами зумовлений розвиток менеджменту як науки?
2. Поясніть сутність діяльності менеджера.
3. Назвіть основні особливості діяльності підприємств садово-паркового господарства, що визначають підходи до менеджменту на цих підприємствах.
4. Охарактеризуйте сутність діяльності представників школи наукової організації управління.
5. Охарактеризуйте сутність діяльності представників класичної (адміністративної) школи управління.
6. Охарактеризуйте сутність діяльності представників школи людських відносин та біхевіористської школи.
7. Поясніть сутність системного підходу в менеджменті.
8. Поясніть сутність ситуаційного підходу в менеджменті.
9. Поясніть сутність процесного підходу в менеджменті.
10. Поясніть сутність кількісного підходу в менеджменті.
11. Охарактеризуйте організацію як відкриту систему. Назвіть характеристики відкритої системи.
12. Дайте визначення поняття «функції менеджменту».
13. Схематично представте взаємозв'язок загальних функцій менеджменту.

14. Дайте визначення поняття «планування».
15. Назвіть види планів за часом здійснення та поясніть їх взаємозв'язок.
16. Розкрийте сутність функції організації на підприємствах садово-паркового господарства.
17. Охарактеризуйте переваги та недоліки лінійної організаційної управлінської структури.
18. Охарактеризуйте переваги та недоліки функціональної організаційної управлінської структури.
19. Охарактеризуйте дивізійну організаційну управлінську структуру та її різновиди.
20. Дайте визначення мотиваційної функції менеджменту.
21. Охарактеризуйте змістовні теорії мотивації. Наведіть приклад використання.
22. Охарактеризуйте процесні теорії мотивації. Наведіть приклад використання.
23. Охарактеризуйте ієрархію потреб за А. Маслоу.
24. Назвіть основні методи задоволення потреб відповідно до ієрархії потреб А. Маслоу.
25. Дайте визначення та розкрийте сутність контрольної функції менеджменту.
26. Назвіть та охарактеризуйте види контролю за часом проведення.
27. Охарактеризуйте цілі контролю.
28. Охарактеризуйте принципи контролю.
29. Назвіть та охарактеризуйте принципи менеджменту.
30. Назвіть та поясніть сутність законів менеджменту.
31. Назвіть та поясніть сутність закономірностей менеджменту.
32. Що таке методи менеджменту? Наведіть класифікацію методів менеджменту.
33. Охарактеризуйте адміністративно-правові методи менеджменту.
34. Охарактеризуйте економічні методи менеджменту.
35. Охарактеризуйте соціально-психологічні методи менеджменту.
36. Дайте визначення поняття «управлінське рішення».
37. Наведіть класифікацію управлінських рішень.
38. Назвіть фактори, які впливають на процес прийняття управлінських рішень.
39. Назвіть вимоги до управлінських рішень.
40. Назвіть етапи процесу прийняття рішень у менеджменті.
41. Наведіть класифікацію кількісних методів обґрунтування рішень у менеджменті залежно від ступеня визначеності інформації.
42. Поясніть сутність методу «Дерева рішень» та особливості його застосування.

43. Наведіть класифікацію якісних методів обґрунтування рішень у менеджменті.
44. Поясніть умови використання якісних методів прийняття рішень у менеджменті.
45. Назвіть переваги та недоліки індивідуальних експертних оцінок.
46. Назвіть переваги та недоліки групових експертних оцінок.
47. Поясніть сутність методів «Мозкового штурму» та «Коллективного блокнота».
48. Поясніть сутність поняття «стратегія».
49. Назвіть етапи стратегічного менеджменту.
50. Що таке місія підприємства? Наведіть приклад місії підприємств садово-паркового господарства.
51. З якою метою здійснюється аналіз зовнішнього середовища діяльності підприємства?
52. Назвіть та охарактеризуйте прямі та непрямі фактори зовнішнього середовища підприємства.
53. З якою метою здійснюється аналіз внутрішнього середовища діяльності підприємства?
54. За якими складовими здійснюється аналіз внутрішнього середовища підприємства з метою виявлення його сильних та слабких сторін?
55. Назвіть та охарактеризуйте основні загальні стратегічні альтернативи.
56. Розкрийте класифікацію стратегій.
57. Охарактеризуйте методи планування.
58. Що таке тактичний план? Назвіть мету та завдання тактичного планування.
59. Наведіть основні розділи тактичного плану.
60. Що таке оперативно-виробниче планування? Назвіть мету та завдання оперативно-виробничого планування.
61. Поясніть сутність поняття «ризик».
62. Назвіть та охарактеризуйте об'єкт та суб'єкт ризику.
63. Охарактеризуйте джерела ризиків.
64. Охарактеризуйте класифікацію ризиків.
65. Розкрийте сутність комерційного, виробничого ризиків.
66. Поясніть методи оцінювання ризиків.
67. Поясніть етапи ризик-менеджменту.
68. Обґрунтуйте методи впливу на ризик.
69. Дайте визначення поняття «конфлікт».
70. Охарактеризуйте класифікацію конфліктів.
71. Назвіть причини конфліктів.
72. Охарактеризуйте функції конфліктів.
73. Назвіть способи управління конфліктними ситуаціями.
74. Поясніть сутність поняття «влада».

75. Коротко охарактеризуйте форми влади.
76. Поясніть сутність поняття «лідерство» та назвіть його основні ознаки.
77. Назвіть характерні ознаки поведінкових та ситуаційних теорій лідерства.
78. Дайте визначення поняття «стиль керівництва».
79. Охарактеризуйте основні стилі керівництва.
80. Охарактеризуйте принципи кадрової політики підприємства.
81. Охарактеризуйте систему чинників, що визначають кадрову політику підприємства (внутрішні, зовнішні).
82. Наведіть характерні ознаки різних типів кадрової політики підприємств.
83. Дайте визначення поняття «криза».
84. Охарактеризуйте види криз.
85. Назвіть та поясніть основні домінанти антикризового менеджменту.
86. Назвіть стратегічні та оперативні антикризові заходи у менеджменті.
87. Дайте визначення понять «прогноз», «прогнозування».
88. Наведіть типологію прогнозів.
89. Охарактеризуйте методи прогнозування.
90. Поясніть можливості використання методики маржинального аналізу для прийняття рішень у садово-парковому господарстві.
91. Поясніть сутність поняття «постійні витрати підприємства». Наведіть приклад.
92. Поясніть сутність поняття «змінні витрати підприємства». Наведіть приклад.
93. Поясніть сутність поняття «беззбитковий обсяг виробництва та реалізації продукції».
94. Як визначають величину беззбиткового обсягу виробництва та реалізації продукції аналітичним методом (у натуральному та вартісному вираженні)?
95. Як визначають величину беззбиткового обсягу виробництва та реалізації продукції графічним методом?
96. Як визначити необхідний обсяг виробництва (реалізації) продукції для отримання прибутку у визначеному розмірі?
97. Поясніть процес обґрунтування рішення щодо організації виробничого процесу на підприємстві залежно від обсягів беззбиткового виробництва та реалізації продукції з метою мінімізації витрат підприємства та збільшення прибутку.
98. Дайте визначення поняття «інвестиції».
99. Охарактеризуйте види інвестицій та їх значення для забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах ринкової економіки.
100. Що розуміють під інвестиційним проектом?
101. Що називають грошовим потоком?
102. Поясніть сутність методів дисконтування та пролонгування грошових потоків інвестиційного проекту?

103. Поясніть сутність показника «коефіцієнт дисконтування» та наведіть методику його розрахунку.

104. Поясніть сутність показника «чиста теперішня вартість грошового потоку інвестиційного проекту». Наведіть методику його розрахунку.

105. Поясніть сутність показника «внутрішня норма доходу». Наведіть методику його визначення аналітичним та графічним способом.

106. Поясніть сутність показника «рентабельність інвестицій» та наведіть методику його розрахунку.

107. Поясніть сутність показника «термін окупності інвестицій» та наведіть методику його розрахунку.

108. Поясніть сутність чутливого аналізу інвестиційного проекту.

109. Охарактеризуйте методику проведення аналізу чутливості чистої теперішньої вартості грошового потоку інвестиційного проекту до зміни факторів, що впливають на величину цього показника.

110. Поясніть сутність графічного способу представлення результатів чутливого аналізу інвестиційного проекту за допомогою павукоподібної діаграми.

111. Назвіть та охарактеризуйте основні поняття теорії ігор.

112. Поясніть методику побудови платіжної матриці.

113. Наведіть особливості задач теорії ігор типу «ігри з природою».

114. Охарактеризуйте основні критерії вибору оптимальної стратегії гравця.

115. Поясніть сутність поняття «маркетинг».

116. Назвіть та охарактеризуйте основні елементи маркетингу.

117. Дайте визначення поняття «комплекс маркетингу».

118. Охарактеризуйте складові комплексу маркетингу (4P, 5P, 7P).

119. Охарактеризуйте принципи маркетингу.

120. Дайте визначення поняття «маркетингове середовище».

121. Охарактеризуйте фактори мікро- та макросередовища маркетингу.

122. Назвіть та наведіть приклад контактних аудиторій підприємств садово-паркового господарства.

123. Охарактеризуйте концепції маркетингу.

124. Охарактеризуйте види маркетингу залежно від характеру попиту.

125. Дайте визначення поняття «маркетингова інформаційна система».

126. Назвіть та охарактеризуйте складові маркетингової інформаційної системи.

127. Охарактеризуйте етапи процесу маркетингового дослідження.

128. Охарактеризуйте показники кон'юнктури ринку.

129. Поясніть методи маркетингових досліджень.

130. Окресліть напрями вивчення споживачів у рамках маркетингових досліджень.

131. Окресліть напрями вивчення посередників у рамках маркетингових досліджень.

132. Окресліть напрями вивчення постачальників у рамках маркетингових досліджень.
133. Окресліть напрями вивчення конкурентів у рамках маркетингових досліджень.
134. Дайте визначення поняття «товар». Наведіть приклад товарів, що виробляють підприємства садово-паркового господарства.
135. Назвіть критерії поділу товарів на групи.
136. Поясніть особливості просування товарів тривалого та короткочасного використання.
137. Поясніть особливості просування товарів повсякденного попиту, попереднього вибору, особливого та пасивного попиту.
138. Охарактеризуйте етапи процесу розробки нових товарів.
139. Дайте визначення поняття «життєвий цикл товару».
140. Охарактеризуйте етапи життєвого циклу товару.
141. Розкрийте спрямованість маркетингових заходів відповідно до етапів життєвого циклу товарів.
142. Дайте визначення поняття «політика розподілу» та поясніть його сутність.
143. Охарактеризуйте стратегічні і тактичні завдання політики розподілу.
144. Назвіть та поясніть етапи процесу вибору та управління каналами розподілу.
145. Назвіть види та дайте характеристику альтернативним системам розподілу.
146. Поясніть особливості традиційної маркетингової системи розподілу.
147. Поясніть особливості вертикальної маркетингової системи розподілу.
148. Поясніть особливості горизонтальної маркетингової системи розподілу.
149. Що називають каналом розподілу? Наведіть характеристики каналів розподілу.
150. Охарактеризуйте функції каналів розподілу.
151. Охарактеризуйте види каналів розподілу.
152. Поясніть особливості гуртової торгівлі та умови її використання.
153. Поясніть особливості роздрібною торгівлі та умови її використання.
154. Дайте визначення поняття «процес товароруху».
155. Назвіть та охарактеризуйте етапи процесу товароруху.
156. Дайте визначення поняття «цінова політика».
157. Назвіть етапи ціноутворення у порядку їхньої реалізації.
158. Назвіть та охарактеризуйте методи ціноутворення.
159. Назвіть та поясніть сутність стратегій ціноутворення.
160. Обґрунтуйте, які цінові стратегії можуть використовуватись на різних стадіях життєвого циклу товару.
161. Назвіть етапи стратегічного маркетингового планування у порядку їхньої реалізації.

162. Назвіть стратегії, виділені М. Портером (матриця конкуренції Портера), та наведіть їх характерні риси.
163. Розкрийте класифікацію маркетингових стратегій.
164. Дайте визначення поняття «послуга».
165. Назвіть особливості менеджменту у сфері послуг.
166. Дайте визначення поняття «реклама». Охарактеризуйте принципи реклами.
167. Назвіть види реклами.
168. Охарактеризуйте послідовність етапів процесу планування реклами.
169. Наведіть визначення поняття «маркетингова комунікаційна політика».
170. Охарактеризуйте етапи процесу маркетингових комунікацій.
171. Наведіть класифікацію засобів маркетингових комунікацій.
172. Поясніть сутність поняття «просування товару».
173. Наведіть етапи вибору комплексу просування товару.
174. Назвіть фактори, що впливають на вибір комплексу просування товару.
175. Охарактеризуйте методи складання бюджету просування товарів.
176. Поясніть засоби стимулювання збуту, що застосовують до споживачів, посередників, персоналу організації.
177. Що називають «персональним продажем»? Наведіть приклад продавців, що його здійснюють.
178. Поясніть сутність прямого маркетингу, як засобу маркетингових комунікацій.
179. Поясніть сутність індивідуального продажу, як засобу маркетингових комунікацій.
180. Поясніть сутність спонсорства, як засобу маркетингових комунікацій.
181. Охарактеризуйте особливості «паблік рилейшнз» у садово-парковому господарстві.
182. Поясніть сутність поняття «сегментування ринку». Назвіть мету сегментування ринку.
183. Поясніть етапи сегментування ринку.
184. Назвіть та охарактеризуйте фактори сегментування споживчого ринку.
185. Поясніть сутність позиціювання товару.
186. Охарактеризуйте стратегії позиціювання товарів.
187. Охарактеризуйте значення SWOT-аналізу у забезпеченні довгострокових конкурентних переваг підприємств садово-паркового господарства.
188. Яким чином формується матриця SWOT-аналізу?
189. Назвіть типи альтернативних стратегій підприємства, що формуються залежно від виявлених його сильних, слабких сторін, можливостей та загроз діяльності.
190. Поясніть сутність поняття «конкурентоспроможність товару».
191. Охарактеризуйте фактори конкурентоспроможності товару.

192. Охарактеризуйте етапи оцінки конкурентоспроможності товару.
193. З якою метою здійснюється оцінка конкурентоспроможності товару?
194. Охарактеризуйте сутність методу оцінки конкурентоспроможності на основі інтегрального показника.
195. Охарактеризуйте критерії прийняття рішень щодо конкурентоспроможності товару на основі значень групових параметричних індексів за різними параметрами, а також інтегрального показника.

Комплекти тестів

1. Особливостями діяльності підприємств садово-паркового господарства, які необхідно враховувати у менеджерській діяльності, є:
 1. Великі обсяги незавершеного виробництва.
 2. Тривалий термін обороту оборотних засобів.
 3. Значний моральний знос основних засобів.
 4. Стабільний попит на продукцію садово-паркового господарства.
 5. Сезонність робіт.
 6. Вплив природно-кліматичних факторів на виробничий процес.

2. Виберіть з переліку загальні функції менеджменту та вкажіть їх у вірній послідовності реалізації:
 1. Організація. 2. Управління маркетингом. 3. Контроль. 4. Планування. 5. Управління персоналом. 6. Управління фінансами. 7. Бухгалтерський облік. 8. Мотивація.

3. Організації є відкритими системами, оскільки:
 1. Характеризуються тісним взаємозв'язком з навколишнім середовищем.
 2. Складаються із елементів, кожен з яких робить визначений внесок у характеристику цілого.
 3. Зміна однієї із складових організації не спричинює зміни інших складових та організації в цілому.
 4. Всі складові організації пов'язані одна з одною та безпосередньо або опосередковано впливають одна на одну.
 5. Мають чітко фіксовані межі та їх діяльність не залежить від зовнішнього середовища.

4. Вкажіть у порядку послідовності етапи стратегічного менеджменту:
 1. Формування набору стратегій. 2. Розробка місії. 3. Реалізація стратегії. 4. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища. 5. Оцінювання та контроль виконання стратегії. 6. Внесення коректив у стратегію. 7. Формування цілей підприємства.

5. Вставте пропущене слово:

Сформульована вищим керівництвом і обнародована загальна стратегічна мета організації, сенс її існування з погляду інтересів суспільства називається...

6. Розташуйте у послідовності в напрямку від первинних до вторинних потреби, виділені А. Маслоу:

1. Потреба безпеки та захисту.
2. Фізіологічні потреби.
3. Потреба у повазі.
4. Соціальні потреби.
5. Потреба у самовираженні.

7. Вставте пропущене слово:

Контроль якості виконуваної роботи або отриманого результату, внаслідок чого розробляються заходи щодо усунення виявлених недоліків і запобігання їм у майбутньому, називається...

8. Методи менеджменту поділяються на:

1. Економічні, організаційного впливу, стимулюючі.
2. Соціально-психологічні, правові; заборонні.
3. Соціально-психологічні, адміністративно-правові, економічні.
4. Стимулюючі, заборонні, розпорядчого впливу.

9. У якій послідовності здійснюється вирішення завдань методом “Дерева рішень”?

1. Побудова дерева рішень.
2. Установлення вигравів або програшів для кожної альтернативи.
3. Формулювання завдання.
4. Оцінювання ймовірностей виникнення події.
5. Вирішення завдання.

10. В чому полягають позитивні риси планування на підприємстві?

1. Дає орієнтири майбутнього стану підприємства.
2. Робить непотрібним контроль, облік та аналіз виконаних робіт (заходів).
3. Стимулює організацію, координацію та мотивацію праці та вимагає підвищення кваліфікації персоналу.
4. Сприяє вирішенню проблем, що виникають в процесі роботи підприємства.
5. породжує корисну інформацію на основі сигналів зворотного зв'язку про стан керованих об'єктів.

11. Якою є внутрішня норма доходу інвестиційного проекту, якщо при ставці дисконту 22% значення чистої теперішньої вартості грошового потоку інвестиційного проекту дорівнює 8,5 тис. грн., а при ставці 30% значення чистої теперішньої вартості грошового потоку становить -1,3 тис. грн.?

12. Вставити пропущене слово:

Спрямованість маркетингової діяльності на встановлення довгострокових, привілейованих відносин між клієнтами, постачальниками, посередниками є характерною для концепції ... :

13. Яким концепціям маркетингу відповідають наведені пояснення:

А. Товарна	1. Фірма має задовольнити потреби споживачів краще за конкурента з одночасним поліпшенням життєвого рівня усього суспільства.
Б. Соціально-етичного маркетингу	2. Споживач не купуватиме товар у достатній кількості, якщо фірма не докладе зусиль щодо просування товару.
В. Традиційна маркетингова	3. Споживачі надають перевагу товарам з найкращими властивостями. Діяльність підприємства орієнтована на постійне вдосконалення та розробку модифікацій товару.
Г. Збутова	4. За орієнтири фірми обираються потреби споживачів, які слід задовольняти краще або ефективніше, ніж це роблять конкуренти.

14. Виберіть з наведеного переліку складові комплексу маркетингу:

- 1) ціна;
- 2) стратегічне планування;
- 3) товар;
- 4) дослідження ринку;
- 5) розподіл;
- 6) просування.

15. Інструментами конверсійного маркетингу є:

1. Внесення змін у товар
2. Дискредитуюча інформація
3. Інтенсифікація засобів просування
4. Посилання на престижних клієнтів.
5. Припинення реклами.

6. Методи навчання

У процесі викладання дисципліни «Менеджмент у садово-парковому господарстві» використовуються такі методи:

1) методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності (бесіда, лекція; ілюстрація; практичні роботи, реферати; самостійна робота студентів);

2) методи стимулювання й мотивації навчально-пізнавальної діяльності (навчальні дискусії, аналіз життєвих ситуацій);

3) методи контролю (самоконтролю, взаємоконтролю), корекції (самокорекції, взаємокорекції);

4) бінарні, інтегровані (універсальні) методи.

7. Форми контролю

Основними формами організації контролю у процесі вивчення студентами дисципліни «Менеджмент у садово-парковому господарстві» є індивідуальна,

групова та фронтальна перевірка знань, вмій та навичок студентів (усна та письмова).

Форма заключного контролю – екзамен.

8. Розподіл балів, які отримують студенти

Рейтинг студента з навчальної роботи $R_{НР}$ стосовно вивчення дисципліни «Менеджмент у садово-парковому господарстві» визначається за формулою:

$$R_{НР} = \frac{0,7 \cdot (R^{(1)}_{ЗМ} \cdot K^{(1)}_{ЗМ} + \dots + R^{(n)}_{ЗМ} \cdot K^{(n)}_{ЗМ})}{K_{ДИС}} + R_{ДР} - R_{ШТР},$$

де $R^{(1)}_{ЗМ}, \dots, R^{(n)}_{ЗМ}$ – рейтингові оцінки змістових модулів за 100-бальною шкалою;

n – кількість змістових модулів;

$K^{(1)}_{ЗМ}, \dots, K^{(n)}_{ЗМ}$ – кількість кредитів ECTS, передбачених робочим навчальним планом для відповідного змістового модуля;

$K_{ДИС} = K^{(1)}_{ЗМ} + \dots + K^{(n)}_{ЗМ}$ – кількість кредитів ECTS, передбачених робочим навчальним планом для дисципліни у поточному семестрі;

$R_{ДР}$ – рейтинг з додаткової роботи; $R_{ШТР}$ – рейтинг штрафний.

Рейтинг з додаткової роботи $R_{ДР}$ додається до $R_{НР}$ і не може перевищувати 20 балів. Він визначається лектором і надається студентам рішенням кафедри за виконання робіт, які не передбачені навчальним планом, але сприяють підвищенню рівня знань студентів з дисципліни.

Рейтинг штрафний $R_{ШТР}$ не перевищує 5 балів і віднімається від $R_{НР}$. Він визначається лектором і вводиться рішенням кафедри для студентів, які матеріал змістового модуля засвоїли невчасно, не дотримувалися графіка роботи тощо.

Розрахунковий рейтинг з дисципліни становить 100 балів. Рейтинг з навчальної роботи – 70 балів, рейтинг з підсумкової атестації – 30 балів.

Розподіл балів

Поточний контроль		Рейтинг з навчальної роботи $R_{НР}$	Рейтинг з додаткової роботи $R_{ДР}$	Рейтинг штрафний $R_{ШТР}$	Підсумкова атестація (екзамен)	Загальна кількість балів
змістовий модуль 1	змістовий модуль 2					
0-100	0-100	0-70	0-20	0-5	0-30	0-100

Рейтингові оцінки зі змістових модулів

Термін навчання (тижні)	Номер змістового модуля	Навчальне навантаження, год.	Кредити ECTS	Рейтингова оцінка змістового модуля	
				мінімальна	розрахункова
1-8	1	60	2	60	100
9-15	2	60	2	60	100
Всього		120	4	42	70

Шкала оцінювання

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна за результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	Відмінно	Зараховано
74-89	Добре	
60-73	Задовільно	
0-59	Незадовільно	Не зараховано

Студенти, які впродовж періоду вивчення навчальної дисципліни набрали менше 42 балів, не допускаються до екзамену і зобов'язані підвищити рейтинг на додаткових заняттях.

9. Методичне забезпечення

1. Навчально-методичний посібник для вивчення дисципліни «Менеджмент у садово-парковому господарстві» студентами ОС «Магістр» спеціальності 206 «Садово-паркове господарство» / О.П. Павліщук, П.В. Кравець, А.А.Головко, Г.С. Домашовець. Київ, 2018. 252 с.

2. Павліщук О.П., Головко А.А., Домашовець Г.С. Практикум для виконання практичних та самостійних робіт з дисципліни «Менеджмент у садово-парковому господарстві» студентами освітнього ступеня «Магістр» спеціальності 206 «Садово-паркове господарство» (частина 1). Київ, 2017. 151 с.

3. Павліщук О.П., Головко А.А., Домашовець Г.С. Робочий зошит для виконання практичних робіт з дисципліни «Менеджмент у садово-парковому господарстві» студентами ОС «Магістр» спеціальності 206 «Садово-паркове господарство». Київ, 2017. 60 с.

4. Електронний навчальний курс «Менеджмент у садово-парковому господарстві» за адресою <https://elearn.nubip.edu.ua/enrol/index.php?id=2631> (доступ лише для зареєстрованих користувачів).

10. Рекомендована література

Основна

1. Армстронг Г., Котлер Ф. Маркетинг. Загальний курс : навч. посіб. / пер. з англ. Москва : Вільямс, 2001. 608 с.

2. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручн. Вид. 5-те. Київ : Лібра, 2007. 720 с.

3. Дикань Н. В., Борисенко І. І. Менеджмент : навч. посіб. Київ : Знання, 2008. 389 с.

4. Донець Л.І. Економічні ризики та методи їх вимірювання : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 312 с.

5. Іванюта С. М. Антикризове управління : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 288 с.

6. Костюкевич Р.М. Інвестиційний менеджмент : навч. посіб. Рівне : НУВГП, 2011. 270 с.

7. Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. Основи менеджменту : підручник. Київ : Академвидав, 2007. 464 с.
8. Мартиненко М. М. Основи менеджменту : підручник. Київ : Каравела, 2008. 496 с.
9. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основи менеджмента / пер. с англ. Изд. 3-е. Москва : ООО «И.Д. Вильямс», 2008. 672 с.
10. Рульєв В. А., Гуткевич С. О. Менеджмент : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 312 с.
11. Скібіцький О. М. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 312 с.
12. Скрипко Т.О. Інноваційний менеджмент : підруч. Київ : Знання, 2011. 423 с.
13. Хміль Ф. І. Основи менеджменту : підручник. Київ : Академвидав, 2007. 576 с.
14. Шегда А. В. Менеджмент : навч. посіб. Київ : Знання, 2002. 583 с.

Допоміжна

1. Адамовський О.М., Кушнір О.В. Еколого-економічна оцінка заходів щодо покращення стану насаджень регіонального ландшафтного парку «Знесіння». *Науковий вісник НЛТУ України*. Львів : РВВ НЛТУ України, 2012. Вип. 22.7. С. 126 – 132.
2. Бізнес-планування : навч. посіб. / Т. Г. Васильців та ін. Київ : Знання, 2013. 173 с.
3. Боумен К. Основи стратегического менеджмента / пер. с англ. ; под. ред. Зайцева Л. Г., Соколовой М. И. Москва : ЮНИТИ, 1997. 175 с.
4. Василенко В. О. Антикризове управління підприємством : навч. посіб. Вид. 2-ге. Київ : Центр навчальної літератури, 2005. 504 с.
5. Вітлінський В.В., Верченко П.І. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком : навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. Київ : КНЕУ, 2000. 292 с.
6. Герасимчук В.Г. Маркетинг: теорія і практика : навч. посіб. Київ : Вища школа, 1994. 327 с.
7. Загвойська Л.Д., Маселко Т.Є., Якуба М.М. Економічний аналіз інвестиційних проектів : навч. посіб. Львів : Афіша, 2006. 318 с.
8. Захарченко В.І., Корсікова Н.М., Меркулов М.М. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 448 с.
9. Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. Київ : Знання, 2010. 406 с.
10. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2003. 504 с.
11. Купалова Г. І. Теорія економічного аналізу : навч. посіб. Київ : Знання, 2008. 639 с.

12. Ларіонов Ю. І., Левикін В. М., Хажмурадов М. А. Дослідження операцій та математичні методи : навч. посіб. Ч. 3: Теорія ігор. Харків, 2000. 76 с.
13. Лук'янова В.В., Головач Т.В. Економічний ризик : навч. посіб. Київ : Академвидав, 2007. 464 с.
14. Маркетинг : навч. посіб. / Чеботар С. І. та ін. Київ : «Наш час», 2007. 504 с.
15. Мартиненко М. М., Ігнатієва І. А. Стратегічний менеджмент : підруч. Київ : Каравела, 2006. 320 с.
16. Миронов Ю.Б., Крамар Р.М. Основи рекламної діяльності : навч. посіб. Дрогобич : Посвіт, 2007. 108 с.
17. Михайлова Л.І., Турчіна С.Г. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 248 с.
18. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 384 с.
19. Пірс П. Основи економіки лісового господарства / пер. з англ. Київ : Еко-інформ, 2006. 224 с.
20. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посіб. Вид. 3-є. Київ : Знання, 2007. 668 с.
21. Скібіцька Л. І. Конфліктологія : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 384 с.
22. Скібіцький О. М. Антикризовий менеджмент : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 568 с.
23. Старостіна А.О., Кравченко В.А. Ризик-менеджмент: теорія та практика : навч. посіб. Київ : ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2004. 200 с.
24. Тарасюк Г. М., Шваб Л. І. Планування діяльності підприємства : навч. посіб. Київ : Каравела, 2012. 368 с.
25. Томпсон А. А., Стрікленд А. Дж. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа / пер. с англ., 12-е изд. Москва : «Вильямс», 2006. 928 с.
26. Шиян А. А. Теорія ігор: основи застосування в економіці та менеджменті : навч. посіб. Вінниця : ВНТУ, 2009. 164 с.
27. Эддоус М., Стэнсфилд Р. Методы принятия решений : учеб. пособ. / пер. с англ. под ред. И. И. Елисеевой. Москва : Аудит, 1997. 590 с.

11. Інформаційні ресурси

З метою вивчення дисципліни «Менеджмент у садово-парковому господарстві» можуть використовуватись документи в інформаційних системах (бібліотеках, архівах, фондах, банках даних тощо), зокрема:

1. Національна бібліотека ім. В.І.Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua>.
2. Наукова бібліотека Національного університету біоресурсів і природокористування України. URL: <http://library.nubip.edu.ua>.
3. Нормативно-правова база України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws>.
4. Інтернет-портал для управлінців. URL: <http://www.management.com.ua>.