

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра менеджменту ім. проф. Й.С. Завадського

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан факультету
конструювання та дизайну

_____ З. В. Ружилю
«_____» _____ 2021 р.

«СХВАЛЕНО»

на засіданні кафедри менеджменту
ім. проф. Й.С. Завадського
Протокол № 14 від «27» травня 2021 р.
Завідувач кафедри

_____ Т. І. Балановська

«РОЗГЛЯНУТО»

Гарант ОП

_____ В. М. Булгаков

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ ТА
ПІДПРИЄМНИЦТВА»**

спеціальність 133 «Галузеве машинобудування»

освітня програма «Галузеве машинобудування»

Факультет конструювання та дизайну

Розробники: Балановська Тетяна Іванівна, кандидат економічних наук, професор,
завідувач кафедри менеджменту ім. проф. Й. С. Завадського
Драмарецька Кристина Павлівна, кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри менеджменту ім. проф. Й. С. Завадського

Київ – 2021 р.

1. Опис навчальної дисципліни
«Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	Бакалавр	
Галузь знань	13 «Механічна інженерія»	
Спеціальність	133 «Галузеве машинобудування»	
Освітня програма	Галузеве машинобудування	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Вибіркова	
Загальна кількість годин	90	
Кількість кредитів ECTS	3	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	-	
Форма контролю	Екзамен	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки (курс)	4	-
Семестр	8	-
Лекційні заняття	13 год.	-
Практичні, семінарські заняття	13 год.	-
Лабораторні заняття	- год.	-
Самостійна робота	64 год.	-
Індивідуальні завдання	- год.	-
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	2 год.	-

2. Мета, завдання та компетентності навчальної дисципліни

Курс «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва» відноситься до циклу дисциплін, які формують профіль майбутнього фахівця, озброюючи його основами теорії та практики управління суб'єктами господарювання в умовах ринкової економіки.

Метою курсу є формування у майбутніх фахівців сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у сфері менеджменту, маркетингу та підприємництва; розуміння концептуальних основ системного управління організаціями; набуття умінь аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, прийняття адекватних управлінських рішень.

Завданням вивчення дисципліни є теоретична підготовка студентів з питань сутності основних понять і категорій менеджменту, маркетингу та підприємництва; системи методів менеджменту; основ прийняття управлінських рішень; формування комунікацій та управління групами; основ планування, організації, мотивації та контролю діяльності; проведення маркетингових досліджень та розуміння основних складових комплексу маркетингу; ознайомлення з правовою базою підприємництва, видами підприємств та об'єднань підприємств, організаційно-правовими формами господарювання, видами господарської діяльності та технологією створення власної справи.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен **знати:**

- основні поняття та категорії менеджменту;
- принципи, методи та функції менеджменту;
- сутність управлінських рішень, технології прийняття та реалізації управлінських рішень;
- етапи та складові комунікаційного процесу;
- особливості аналізу середовища підприємства та проведення маркетингових досліджень;
- основні складові комплексу маркетингу;
- основи підприємницької діяльності;

вміти:

- з'ясовувати причинно-наслідкові зв'язки в організаціях, аналізувати й узагальнювати матеріал у певній системі, порівнювати факти на основі здобутих з різних джерел знань;
- організовувати практичну роботу з менеджменту й маркетингу в сучасних організаціях;

- виявляти чинники впливу зовнішнього та внутрішнього середовища організації;
- використовувати відповідно до ситуації технології прийняття та реалізації управлінських рішень;
- робити посильний внесок в гармонізацію людських відносин та налагоджувати ефективні комунікації у процесі управління;
- обирати та використовувати відповідно до ситуації стиль лідерства;
- застосовувати на практиці отримані знання щодо планування, організації, мотивації та контролю діяльності;
- організовувати проведення маркетингових досліджень;
- використовувати інструменти комплексу маркетингу з метою забезпечення міцних зв'язків між клієнтом і суб'єктом господарювання;
- приймати обґрунтовані рішення щодо здійснення підприємницької діяльності.

Набуття компетентностей:

загальні компетентності (ЗК):

- ЗК3. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- ЗК5. Уміння розв'язувати поставлені задачі та приймати відповідні обґрунтовані рішення.
- ЗК6. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- ЗК8. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.
- ЗК9. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
- ЗК10. Здатність працювати в команді.
- ЗК11. Здатність працювати автономно.

спеціальні (фахові) компетентності (СК):

- СК 8. Здатність аналізувати та розв'язувати завдання у сфері економічних та соціально-трудових відносин.
- СК 13. Здатність проводити економічний аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, оцінку їх конкурентоспроможності.
- СК 14. Здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в одній або декількох професійних сферах з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.
- СК 18. Здатність розробляти стратегії розвитку економічних систем різного призначення та рівня ієрархії.

3. Програма та структура навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1 СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Тема 1. Поняття і сутність менеджменту

Організація та її характеристики. Зовнішнє та внутрішнє середовище організації. Основні характеристики зовнішнього середовища

Співвідношення категорій «управління», «менеджмент», «адміністрування», «керування». Сучасне тлумачення ролі і сутності менеджменту. Менеджери в організації. Ознаки діяльності менеджера. Рівні менеджменту. Якості, необхідні менеджерам.

Завдання, принципи та методи менеджменту. Функції менеджменту.

Розвиток науки управління. Загальна характеристика еволюції наукових підходів до управління організаціями. Інтегровані підходи до управління. Сутнісна характеристика процесного, системного та ситуаційного підходів до управління. Сучасні напрямки розвитку науки управління.

Тема 2. Основи теорії прийняття управлінських рішень

Поняття і моделі прийняття рішень. Моделі теорії прийняття рішень: класична, поведінкова, ірраціональна. Процес прийняття рішень. Інтуїтивна та раціональна технології прийняття рішень. Етапи раціональної технології прийняття рішень.

Методи творчого пошуку альтернативних варіантів. Класифікація методів творчого пошуку альтернативних варіантів. Методи індивідуального творчого пошуку альтернатив. Методи колективного творчого пошуку альтернатив. Методи активізації творчого пошуку альтернативних варіантів.

Класифікація методів обґрунтування управлінських рішень. Кількісні та якісні методи. Можливості та сфери застосування аналітичних, статистичних, теоретико-ігрових методів та методів математичного програмування. Обґрунтування рішень в умовах невизначеності.

Тема 3. Комунікації в менеджменті.

Управління групами, керівництво та лідерство

Поняття і основні характеристики інформації, класифікація та джерела інформації. Поняття комунікацій та комунікаційного процесу. Елементи комунікації (відправник, одержувач, повідомлення, канал комунікації, перешкоди

комунікації). Модель процесу комунікації. Зміст основних етапів процесу комунікації.

Міжособові та організаційні комунікації. Усна, письмова та невербальна комунікації, їх переваги та недоліки. Формальні та неформальні організаційні комунікації. Поняття «комунікаційна мережа». Типи комунікаційних мереж в групах. Управління комунікаційними процесами. Перешкоди на шляху ефективної комунікації та шляхи їх подолання.

Поняття та сутність груп в організації. Типи груп в організації. характеристика формальних і неформальних груп. Чинники, що впливають на діяльність неформальних груп.

Сутність керівництва та лідерства. Співвідношення категорій «вплив», «влада», «повноваження», «лідерство». Основні форми влади і впливу. Лідерство як механізм сполучення різних джерел влади.

Тема 4. Функції менеджменту

Поняття планування як функції менеджменту. Етапи процесу планування. Типи планів в організації. Суть, значення та класифікація цілей організації. Концепція управління за цілями (концепція МВО): сутність, основні етапи, переваги та недоліки. Стратегічне планування в організації. Поняття «стратегія». Рівні стратегії: загальнокорпоративна стратегія, стратегія бізнесу, функціональна стратегія. Процес стратегічного планування: визначення місії підприємства; аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища; SWOT-аналіз; визначення конкретних цілей діяльності організації; аналіз стратегічних альтернатив та вибір стратегії. Функціональні стратегії. Тактичні та оперативні плани.

Сутність функції організації та її місце в системі управління. Поняття «організація» та «організаційна діяльність». Організаційна структура як результат організаційної діяльності. Основи організаційного проектування. Сутнісна характеристика проектування робіт в організації. Поняття департаменталізації. Делегування повноважень. Централізація і децентралізація. Діапазон контролю і чинники, що впливають на його величину. Висока і плоска структури організації. Механізми вертикальної і горизонтальної координації робіт і видів діяльності в організації. Типи організаційних структур управління. Лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, дивізійна, матрична організаційні структури. Переваги та недоліки різних типів організаційних структур. Чинники формування організаційної структури управління. Методи вибору типу організаційної структури.

Поняття і сутність мотивації. Поняття «потреби», «спонукання», «стимули», «мотивація». Внутрішнє і зовнішнє винагородження. Змістовні теорії

мотивації. Основні положення ключових змістовних теорій мотивації: теорії ієрархії потреб А. Маслоу, теорії ERG К. Альдерфера, теорії набутих потреб Д. МакКлелланда, теорії “мотиваційної гігієни” Ф. Герцберга. Процесні теорії мотивації. Сутнісна характеристика основних теорій процесу мотивації: теорії очікувань В. Врума, теорії справедливості С. Адамса, комплексної теорії мотивації Портера-Лоулера.

Поняття та процес контролю. Етапи процесу контролю. Модель процесу контролю. Види управлінського контролю: попередній, поточний, заключний. Класифікація інструментів управлінського контролю. Фінансовий контроль та його основні складові. Сутність та складові операційного контролю. Контроль поведінки працівників. Основні характеристики ефективної системи контролю.

Координація і регулювання в менеджменті.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2

ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА

Тема 5. Зміст та система сучасного маркетингу.

Маркетингові дослідження

Сутність, завдання та принципи маркетингу. Функції маркетингу. Комплекс маркетингу та його основні елементи. Чотири складові маркетингу-мікс: «4 Р» продавця і «4 С» споживача. Маркетинг-мікс за концепцією «7 Р».

Еволюція концепції маркетингу. Види маркетингу та їх характеристика. Основні поняття маркетингу.

Маркетингові дослідження. Об'єкти маркетингових досліджень. Основні завдання маркетингових досліджень. Основні принципи маркетингових досліджень. Алгоритм процесу маркетингових досліджень. Види маркетингових досліджень: кабінетні та польові дослідження; метод пробних продажів, пілотні дослідження, метод ділових контактів із представниками інших підприємств чи споживачів, панельні дослідження, метод фокус-груп. Інформація, яка використовується у маркетингових дослідженнях. Первинні і вторинні дані. Види маркетингової інформації. Джерела маркетингової інформації. Методи збору маркетингової інформації, їх переваги та недоліки. Правила розробки опитних листів (анкет).

Тема 6. Основні складові комплексу маркетингу

Комплекс маркетингу: product (товар), price (ціна), place (місце), promotion (просування). Маркетингова товарна політика. Чинники привабливості оточення товару. Класифікація товарів. Споживчі товари (товари повсякденного попиту, товари попереднього вибору, товари особливого попиту, товари пасивного попиту) і товари виробничо-технічного призначення.

Три рівні товару. Товарна номенклатура та її основні показники. Товарний асортимент. Види асортименту. Планування та управління асортиментом. Конкурентоспроможність товару. Якість товару. Товарна марка, товарне ім'я, фірмовий знак, товарний знак. Упаковка та її маркетингові функції. Життєвий цикл товару. Основні характеристики кожного етапу традиційного життєвого циклу товару.

Маркетингова цінова політика. Ціна та її основні функції. Методи ціноутворення. Алгоритм методики розрахунку ціни. Маркетингові цінові стратегії.

Маркетингова політика комунікацій. Сучасна комунікаційна модель. Основні засоби маркетингових комунікацій: реклама, стимулювання збуту, паблік рілейшнз, персональний (особистий) продаж, прямий маркетинг. Додаткові засоби маркетингових комунікацій: виставки та ярмарки, брендинг, спонсоринг, продукт-плейсмент, інтегровані маркетингові комунікації в місцях продажу. Завдання маркетингової політики комунікацій.

Маркетингова політика розподілу. Маркетингові канали розподілу, їх функції. Довжина, рівень та ширина каналу розподілу. Типи торговельних посередників. Оптова торгівля, роздрібна торгівля, мерчандайзинг, маркетинг-логістика.

Тема 7. Основи підприємництва

Поняття підприємництва. Ознаки та принципи підприємницької діяльності. Функції і моделі підприємництва. Правова база підприємництва. Суб'єкти підприємницької діяльності. Суб'єкти мікропідприємництва, малого, середнього та великого підприємництва. Об'єкти підприємницької діяльності.

Підприємство та індивідуальне підприємництво. Підприємство як організаційна форма господарювання. Види підприємств та об'єднань підприємств, організаційно-правові форми підприємництва. Види підприємств: приватне підприємство; підприємство, що діє на основі колективної власності (підприємство колективної власності); комунальне підприємство; державне підприємство; підприємство, засноване на змішаній формі власності; спільне комунальне підприємство. Унітарне та корпоративне підприємство. Господарські товариства та їх види (акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, товариства з додатковою відповідальністю, повні товариства, командитні товариства). Підприємства колективної власності: виробничі кооперативи, підприємства споживчої кооперації, підприємства громадських та релігійних організацій, інші підприємства, передбачені законом. Приватне підприємство. Фермерське господарство. Підприємство з іноземними інвестиціями. Іноземне підприємство. Види об'єднань підприємств.

Організаційно-правові форми об'єднань підприємств: асоціації, корпорації, консорціуми, концерни, інші об'єднання підприємств, передбачені законом. Асоційовані підприємства (господарські організації). Холдингова компанія. Громадянин як суб'єкт господарювання. Види господарської діяльності. Передумови підприємництва та елементи підприємницького середовища. Технологія створення власної справи.

Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	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
Змістовий модуль 1. СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ												
Тема 1. Поняття і сутність менеджменту	9	1	1			7						
Тема 2. Основи теорії прийняття управлінських рішень	12	2	2			8						
Тема 3. Комунікації в менеджменті. Управління групами, керівництво та лідерство	12	2	2			8						
Тема 4. Функції менеджменту	12	2	2			8						
Разом за змістовим модулем 1	45	7	7			31						
Змістовий модуль 2. ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА												
Тема 5. Зміст та система сучасного маркетингу. Маркетингові дослідження	14	2	2			10						
Тема 6. Основні складові комплексу маркетингу	16	2	2			12						
Тема 7. Основи підприємництва	15	2	2			11						
Разом за змістовим модулем 2	45	6	6			33						
Усього годин	90	13	13			64						
Курсова робота	-	-	-	-		-						
Усього годин	90	13	13			64						

4. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Поняття і сутність менеджменту	1
2	Основи теорії прийняття управлінських рішень	-
3	Комунікації в менеджменті. Управління групами, керівництво та лідерство	2
4	Функції менеджменту	-
5	Зміст та система сучасного маркетингу. Маркетингові дослідження	2
6	Основні складові комплексу маркетингу	-
7	Основи підприємництва	-
Разом		5

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Поняття і сутність менеджменту	-
2	Основи теорії прийняття управлінських рішень	2
3	Комунікації в менеджменті. Управління групами, керівництво та лідерство	-
4	Функції менеджменту	2
5	Зміст та система сучасного маркетингу. Маркетингові дослідження	-
6	Основні складові комплексу маркетингу	2
7	Основи підприємництва	2
Разом		8

6. Теми лабораторних занять

Не передбачено навчальним планом

7. Контрольні запитання, комплекти тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами

1. Що таке організація та які загальні риси мають всі організації як об'єкти управління ?
2. Що таке зовнішнє і внутрішнє середовище організації? З яких елементів вони складаються ?
3. Які основні підходи до визначення категорії «управління»?
4. Співвідношення категорій «управління» і «менеджмент».
5. Які основні завдання менеджменту?
6. Загальні принципи менеджменту, їх характеристика.
7. Що розуміють під методами менеджменту? Які є групи методів менеджменту?
8. Які основні функції менеджменту?
9. Розкрийте сутність процесного підходу до управління.
10. Розкрийте основні положення системного підходу до управління.
11. Розкрийте сутність і особливості ситуаційного підходу до управління.
12. Які основні напрями сучасної системи поглядів на менеджмент?
13. Що розуміють під управлінським рішенням ?
14. Які чинники впливу на процес прийняття управлінських рішень?
15. Яка класифікація управлінських рішень?
16. Які є умови прийняття управлінських рішень?
17. Які основні моделі прийняття рішень?
18. Розкрийте суть класичної, поведінкової та ірраціональної моделей теорії прийняття рішень
19. Розкрийте суть інтуїтивної та раціональної технологій прийняття управлінських рішень.
20. Які є методи творчого пошуку альтернативних варіантів?
21. Які є методи індивідуального творчого пошуку?
22. Які є методи колективного творчого пошуку?
23. Які є методи активізації творчого пошуку?
24. Які є методи обґрунтування управлінських рішень?
25. Розкрийте поняття «інформація». Які вимоги до якості інформації?
26. Розкрийте поняття «комунікація»? За яких умов здійснюється процес комунікації?
27. З яких етапів складається процес комунікації? Як ці етапи пов'язані між собою в моделі процесу комунікації?
28. Чим відрізняються поняття «міжособові комунікації» та «організаційні комунікації»?
29. Які є методи комунікації? У чому переваги та недоліки кожного з них?
30. Що таке неформальні комунікації та яку роль вони відіграють в організації?
31. У чому особливості міжрівневих, горизонтальних та діагональних комунікацій?
32. Що таке комунікаційна мережа? Як можна класифікувати комунікаційні мережі в організації?

33. Які чинники перешкоджають ефективній комунікації?
34. За допомогою яких методів можна подолати перешкоди до ефективної комунікації та удосконалити комунікаційні процеси в організації?
35. Дайте визначення поняттю «група». Які причини створення груп?
36. Що таке формальна і неформальна група? Дайте їх характеристики.
37. Які чинники впливають на діяльність неформальних груп?
38. Що таке «керівництво», «вплив», «влада», «залежність», «повноваження»? Як ці категорії співвідносяться між собою?
39. Дайте класифікацію форм влади залежно від основи їх походження.
40. Дайте визначення категорії «лідерство». Чим лідерство відрізняється від власне управлінської діяльності?
41. Розкрийте сутність планування як функції управління.
42. У якій послідовності здійснюється процес планування? Які є типи планів в організації?
43. За якими критеріями та як класифікують організаційні цілі?
44. Розкрийте суть «дерева цілей» організації.
45. Що таке «стратегія»? Які основні елементи стратегії?
46. Розкрийте суть SWOT- аналізу.
47. Розкрийте суть матриці BCG (Бостонської консультативної групи) як методу вибору загальнокорпоративної стратегії.
48. Розкрийте суть категорій «організація», «організаційна діяльність», «організаційна структура».
49. Які ситуаційні чинники впливають на формування організаційної структури управління?
50. Що таке департаменталізація, делегування повноважень, діапазон контролю?
51. Що таке висока і плоска структури організації? У чому їх переваги і недоліки?
52. Порівняльна характеристика лінійної та функціональної організаційних структур (принципи побудови, основні переваги і недоліки, сфери застосування).
53. Охарактеризуйте дивізійну організаційну структуру. У чому її переваги і недоліки?
54. Розкрийте сутність матричної організаційної структури. У чому її переваги і недоліки?
55. Дайте визначення категорії «мотивація». У чому відмінність між категоріями «стимулювання» і «мотивування»?
56. Які є найвідоміші змістовні теорії мотивації?
57. На дослідження яких аспектів мотивації спрямовані процесні теорії мотивації? Назвіть ці теорії.
58. Що таке контроль? Яке місце він займає в процесі управління?
59. Охарактеризуйте модель процесу контролю.
60. За якою метою здійснюється попередній, поточний та заключний контроль?
61. Розкрийте суть координації і регулювання в менеджменті.

62. Розкрийте сутність маркетингу. На яких принципах ґрунтується маркетинг?
63. Які завдання і функції маркетингу?
64. Що таке комплекс маркетингу? Які основні елементи комплексу маркетингу?
65. Охарактеризуйте маркетинг-мікс за концепцією «7 Р».
66. У чому полягає сутність основних концепцій маркетингу?
67. Наведіть класифікацію основних видів маркетингу.
68. Що розуміють під нестачею і потребою? Що таке ієрархія потреб і як характеризують потреби в різних теоріях мотивації?
69. Що розуміють під бажанням і попитом? Які розрізняють види попиту?
70. Що таке товар і послуга? Наведіть маркетингову класифікацію товарів.
71. Що таке ринок? Наведіть класифікацію ринків.
72. Розкрийте суть та основні завдання маркетингових досліджень.
73. Назвіть і охарактеризуйте основні етапи проведення маркетингових досліджень.
74. Які є види маркетингових досліджень?
75. Які є види даних, що покладені в основу маркетингових досліджень?
76. Які переваги та недоліки застосування первинної та вторинної інформації? Назвіть джерела маркетингової інформації.
77. Охарактеризуйте методи збору маркетингової інформації, їх переваги та недоліки.
78. Розкрийте сутність маркетингової товарної політики.
79. Розкрийте поняття «товар» з позиції маркетингу і дайте визначення поняття «новий товар».
80. Охарактеризуйте три рівня товару.
81. Охарактеризуйте споживчі товари та товари виробничо-технічного призначення.
82. Розкрийте поняття товарної номенклатури та асортименту товару.
83. Розкрийте поняття «конкурентоспроможність товару» і «якість товару».
84. Що таке товарна марка, товарне ім'я, фірмовий знак, товарний знак?
85. Що собою представляє упаковка? Які існують види упаковки?
86. Що собою представляє сервісне обслуговування товару? Як сервіс впливає на здійснення купівлі товарів?
87. У чому сутність концепції життєвого циклу товару та маркетингової стратегії на різних етапах життєвого циклу товару?
88. Що таке ціна? Розкрийте сутність маркетингової цінової політики.
89. Назвіть та поясніть функції, які виконує ціна в маркетингу.
90. Дайте характеристику маркетинговим методам ціноутворення.
91. Які є маркетингові цінові стратегії? Охарактеризуйте їх.
92. Розкрийте суть та завдання маркетингової політики комунікацій.
93. Назвіть й охарактеризуйте основні та допоміжні засоби маркетингових комунікацій.
94. Розкрийте суть маркетингової політики розподілу.
95. Які функції каналів розподілу?

96. Розкрийте сутність понять «довжина», «рівень» та «ширина» каналу розподілу.
97. У чому полягає відмінність між оптовою та роздрібною торгівлею?
98. Розкрийте сутність мерчандайзингу та маркетингової логістики.
99. Розкрийте суть поняття та ознаки підприємництва. Які принципи підприємницької діяльності?
100. Які функції підприємництва?
101. Які є моделі підприємництва?
102. Якими нормативно-правовими актами регулюється підприємництво?
103. Назвіть суб'єкти і об'єкти підприємницької діяльності?
104. Хто відноситься до суб'єктів мікропідприємництва, малого, середнього та великого підприємництва?
105. Підприємство як організаційна форма господарювання.
106. Які виділяють види підприємств в Україні залежно від форм власності, передбачених законом?
107. Які особливості правового статусу унітарних і корпоративних підприємств?
108. Які є види господарських товариств згідно законодавства України?
109. Що таке об'єднання підприємств? Які є їх види згідно законодавства України?
110. Які є організаційно-правові форми об'єднань підприємств згідно законодавства України?
111. За яких умов згідно законодавства України громадянин визнається суб'єктом господарювання?
112. Які є основні види господарської діяльності?
113. Охарактеризуйте зовнішнє середовище підприємництва.
114. Які виділяють стадії та етапи створення власної справи?
115. Які органи здійснюють державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань?
116. Які функції здійснює державний реєстратор?
117. Які документи подаються для державної реєстрації фізичної особи підприємцем?

Тести для визначення рівня засвоєння знань студентами

1. Використання впливу лідера завдяки наявності у нього індивідуальних характеристик і властивостей, які охоче наслідуються підлеглими, що прагнуть бути такими ж, як і лідер - це влада ...:

А.	примусу;
Б.	базується на винагородах;
В.	експертна;
Г.	еталонна (прикладу);
Д.	інформаційна.

2. Процес розподілення загальної роботи в організації на окремі завдання, достатні для виконання окремим робітником відповідно до його кваліфікації та здібностей – це.....

3. – це генеральний комплексний план, призначений для забезпечення здійснення місії організації і досягнення її цілей.

4. Згрупуйте види комунікацій за їх класифікаційними ознаками

	Класифікаційна ознака		Види комунікацій
А.	за сферою охоплення	1.	формальні
Б.	за способом виникнення	2.	внутрішньоорганізаційні
В.	за способом здійснення	3.	між організацією та зовнішнім середовищем
		4.	вербальні
		5.	міжособистісні
		6.	неформальні
		7.	невербальні

5. На практиці існує багато критеріїв класифікації планів організації. Найчастіше з них використовують такі. Встановіть відповідність.

А.	за критерієм широти охоплюваної сфери плани поділяють на	1	довгострокові й короткострокові
Б.	за критерієм часового горизонту плани поділяють на	2	стратегічні й оперативні
В.	за ступенем конкретизації плани поділяють на	3	завдання й орієнтири.

6. Мотивація – це.....

7. Конкретизуйте, які чинники впливають на зазначені види ефективності менеджменту згідно рівневого підходу до оцінки ефективності управління?

	Вид ефективності менеджменту		Чинники впливу
А	індивідуальна ефективність	1.	взаємозв'язок, лідерство, структура, статус, ролі, норми
Б	групова ефективність	2.	зовнішні умови, технологія, вибір стратегії, структура, процеси, культура
В	організаційна ефективність	3.	здібності, вміння, знання, стосунки, мотивація, стрес

8. Встановіть відповідність

А.	процесний підхід	1.	розглядає управління як мистецтво менеджера усвідомити ситуацію, визначити її характеристики, вибрати відповідну модель управління і вже потім використовувати наукові управлінські рекомендації загального характеру.
Б.	системний підхід	2.	організація розглядається як система в сукупності частин, з яких вона складається та зв'язків з її зовнішнім середовищем.
В.	ситуаційний підхід	3.	розглядає управління як серію взаємопов'язаних і неперервних дій (функцій управління).

9. До яких груп теорій мотивації належать наукові висновки наведених нижче авторів?

	Групи теорій		Автор теорії
А.	змістовні	1.	А. Маслоу
Б.	процесні (пізнавальні)	2.	К. Альдерфер
		3.	В. Врум
		4.	С. Адамс
		5.	Ф. Герцберг

10. Процес групування робіт і видів діяльності в окремі підрозділи організації (бригади, групи, сектори, відділи, цехи, виробництва тощо) – це.....

11. Процес, який починається з констатації виникнення проблемної ситуації та завершується вибором дії, яка спрямована на усунення проблемної ситуації -це.....

12. Згрупуйте інструменти контролю відповідно до його видів.

	Види контролю		Інструментів контролю
А.	прямий управлінський контроль	1.	дисциплінарний вплив
Б.	непрямий управлінський контроль	2.	підсилення мотивації;
		3.	ефективна селекція (підбір кадрів);
		4.	використання феномену організаційної культури;
		5.	формалізація процедури прийому на роботу;
		6.	підвищення кваліфікації підлеглих.

13. Підходи до вивчення процесу прийняття рішень. Встановіть відповідність

А.	нормативний підхід	1.	спрямований на розробку організаційних, інформаційних та методологічних засад прийняття раціонального рішення.
Б.	описовий підхід	2.	спрямований на емпіричне дослідження поведінки окремих осіб та груп людей в процесі прийняття рішень.

14. Вкажіть яким обов'язковим вимогам повинно відповідати будь-яке організаційне утворення.

А.	наявність принаймні двох людей, які вважають себе частиною цієї групи
Б.	орієнтація на отримання максимального прибутку
В.	наявність принаймні однієї цілі (тобто бажаного кінцевого стану або результату), яку приймають як загальну всі члени даної групи
Г.	наявність членів групи, які свідомо координують роботу інших, щоб досягти значимої для всіх мети
Д.	пріоритет задоволення індивідуальних потреб членів організації

15. Потреба – це.....

16. Розкрийте суть видів (форм) влади.

Вид влади		Зміст зміст	
А.	влада примусу	1.	використовує бажання підлеглих отримати певну винагороду в обмін на виконану дію (роботу), певну поведінку тощо
Б.	влада винагороди	2.	базується на поведінці підлеглих, яка відображає дотримання установлених стандартів, критеріїв, інструкцій, методик, наказів, розпоряджень тощо
В.	дисциплінарна влада	3.	базується на впливі через „розумну” віру. Виконавець вірить, що влада має спеціальні знання, які зможуть задовольнити певні потреби
Г.	законна влада	4.	формується на засадах харизми, тобто не на логіці, не на традиціях, а на силі особистих якостей або здібностей лідерів
Д.	влада прикладу (еталонна)	5.	базується на використанні широкого спектру інформаційних джерел, якими володіє менеджер
Е.	інформаційна влада	6.	базується на впливі через страх. Виконавець вірить в те, що влада може заважати задоволенню певної потреби або призвести до інших неприємностей
Ж.	влада експерту	7.	ґрунтується на традиціях, які здатні задовольнити потребу виконавця в захищеності і приналежності

17. Що характеризує погляд на причину існування організації з точки зору самої організації, деталізує статус організації, надає орієнтири для визначення її задач?

А.	мета
Б.	глобальна мета
В.	місія організації
Г.	задачі організації

18. Упорядкуйте етапи комунікаційного процесу в логічній послідовності.

А.	оцінка і уточнення повідомлення
Б.	формування або вибір ідеї
В.	декодування
Г.	передача ідеї
Д.	кодування
Е.	здійснення зворотного зв'язку
Ж.	вибір каналу

19. Вертикальна координація реалізується через: (встановіть відповідність)

А.	взаємну комунікацію	1.	тобто через визначення способу, за допомогою якого операція (завдання, дія)
Б.	прямий контроль	2.	безпосередні неформальні контакти між членами організації
В.	стандартизацію діяльності	3.	(надання керівникові повноважень розподіляти завдання та контролювати їх виконання)

20. Процес передачі керівником частини будь-якої своєї роботи та повноважень, необхідних для її виконання, підлеглому, який приймає на себе відповідальність за її виконання – це.....

21. є інструментом впливу на об'єкт управління та окремі його підсистеми, важливою ланкою формування та реалізації відносин управління в організації; складає основу реалізації кожної функції менеджменту.

22. Конкретизуйте методи менеджменту організаційно-розпорядчого впливу за їх групами

Групи методів менеджменту		Види методів	
А.	методи організаційного впливу	1.	накази
Б.	методи розпорядчого впливу	2.	організаційне регламентування
		3.	усні вказівки
		4.	організаційне нормування
		5.	організаційно-методичне інструктування
		6.	розпорядження

23. Винагорода – це.....

24. характеризує погляд на причину існування організації з точки зору суспільства, це уявлення про суспільне призначення організації.

25. Вказані чинники оточуючого середовища організації передбачають:

А.	організаційні	1.	Рівень механізації та автоматизації виробничих процесів, забезпеченість засобами виробництва, технології, що використовуються тощо
Б.	технічні	2.	Розміри підприємства та його спеціалізація, рівень економічного розвитку та використання виробничого потенціалу, рентабельність виробництва тощо
В.	економічні	3.	Організаційна структура, форми організації праці та виробництва, територіальне розміщення виробництва, чисельність та склад персоналу
Г.	соціально-психологічні	4.	Розвиток соціальної інфраструктури, демографічна ситуація, мотиваційні потреби, згуртованість колективу тощо

26. Вказані чинники оточуючого середовища організації передбачають:

А.	організаційні	1.	Рівень механізації та автоматизації виробничих процесів, забезпеченість засобами виробництва, технології, що використовуються тощо
Б.	технічні	2.	Розміри підприємства та його спеціалізація, рівень економічного розвитку та використання виробничого потенціалу, рентабельність виробництва тощо
В.	економічні	3.	Організаційна структура, форми організації праці та виробництва, територіальне розміщення виробництва, чисельність та склад персоналу
Г.	соціально-психологічні	4.	Розвиток соціальної інфраструктури, демографічна ситуація, мотиваційні потреби, згуртованість колективу тощо

27. Вкажіть, які із запропонованих чинників належать до внутрішнього середовища організації?

А.	цілі організації
Б.	макроекономічний чинник
В.	Завдання
Г.	Технологія
Д.	людський фактор
Е.	соціально-культурне середовище
Ж.	міжнародне середовище
З.	поведінка конкурентів
И.	політико-правовий аспект
К.	науково-технічний прогрес
Л.	структура організації

28. Процес визначення обсягів та змісту кожного виду робіт в організації – це.....

29. Процес, який забезпечує координацію дій персоналу підприємства (організації) на всіх його рівнях з раціонального використання ним наявних ресурсів, із застосуванням наукового підходу, психологічних та етичних норм керівництва – це

30. Розмістіть в логічній послідовності етапи планування.

А.	виконання плану
Б.	визначення вихідних передумов,
В.	постановка цілей,
Г.	вибір найкращої альтернативи або альтернатив,
Д.	введення плану в дію,
Е.	виявлення альтернатив,

8. Методи навчання

Методами навчання є способи спільної діяльності й спілкування викладача і здобувачів вищої освіти, що забезпечують вироблення позитивної мотивації навчання, оволодіння системою професійних знань, умінь і навичок, формування наукового світогляду, розвиток пізнавальних сил, культури розумової праці майбутніх фахівців.

Під час навчального процесу використовуються наступні методи навчання:

Залежно від джерела знань: словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог); наочні (демонстрація, ілюстрація); практичні (рішення задач, ділові ігри).

За характером пізнавальної діяльності: пояснювально-наочний проблемний виклад; частково-пошуковий та дослідницький методи.

За місцем в навчальній діяльності:

- методи організації й здійснення навчальної діяльності, що поєднують словесні, наочні і практичні методи; репродуктивні й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача й методи самостійної роботи здобувачів вищої освіти;

- методи стимулювання й мотивації навчальної роботи, що включають пізнавальні ігри, навчальні дискусії, рольові ситуації;

- методи контролю й самоконтролю за навчальною діяльністю: методи усного, письмового контролю; індивідуального й фронтального, тематичного і систематичного контролю.

У процесі викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти передбачено застосування таких навчальних технологій:

- *робота в малих групах* дає змогу структурувати практично-семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного здобувача вищої освіти в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування;

- *семінари-дискусії* передбачають обмін думками і поглядами учасників з приводу даної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди і переконання, вміння формулювати думки й висловлювати їх, вчать оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів;

- *мозкові атаки* – метод розв’язання невідкладних завдань, сутність якого полягає в тому, щоб висловити як найбільшу кількість ідей за обмежений проміжок часу, обговорити і здійснити їх селекцію;

- *кейс-метод* – метод аналізу конкретних ситуацій, який дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності фахівців і передбачає розгляд виробничих, управлінських та інших ситуацій, складних

конфліктних випадків, проблемних ситуацій, інцидентів у процесі вивчення навчального матеріалу;

- *презентації* – виступи перед аудиторією, що використовуються для подання певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань, інструктажу, демонстрації;

- *дидактичні ігри* – метод імітації (наслідування, відображення) ухвалення управлінських рішень в різноманітних ситуаціях згідно правил, які вже розроблено або формуються самими учасниками, реалізується через самостійне вирішення здобувачами вищої освіти поставленої проблеми за умови недостатності необхідних знань, коли є потреба самостійно опановувати новий зміст або шукати нові зв'язки в уже засвоєному матеріалі;

- *банки візуального супроводу* сприяють активізації творчого сприйняття змісту дисципліни за допомогою наочності.

9. Форми контролю

Основними формами організації навчання під час вивчення дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва» є лекції, семінарські (практичні) заняття, консультації, самостійна робота здобувачів вищої освіти.

Відповідно до вище зазначених форм організації навчання формами контролю засвоєння програми є: самоконтроль, написання модульних контрольних робіт, реферату, виконання індивідуальних практичних завдань та іспит за період вивчення дисципліни.

Контрольні заходи, які проводяться в університеті визначають відповідність рівня набутих студентами знань, умінь та навичок вимогам нормативних документів щодо вищої освіти і забезпечують своєчасне коригування навчального процесу.

Відповідно до **«Положення про екзамени та заліки у Національному університеті біоресурсів і природокористування України» затвердженого вченою радою НУБіП України 27 грудня 2019 року, протокол № 5**, видами контролю знань здобувачів вищої освіти є поточний контроль, проміжна та підсумкова атестації.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних, лабораторних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувачів вищої освіти до виконання конкретної роботи.

Проміжна атестація проводиться після вивчення програмного матеріалу кожного змістового модуля. Навчальний матеріал дисциплін, які викладаються протягом одного семестру – осіннього чи весняного, поділяється лекторами на *два-три змістові модулі*.

Проміжна атестація має визначити рівень знань здобувачів вищої освіти з програмного матеріалу змістового модуля (рейтингова оцінка із змістового модуля), отриманих під час усіх видів занять і самостійної роботи.

Форми та методи проведення проміжної атестації, засвоєння програмного матеріалу змістового модуля розробляються лектором дисципліни і затверджується відповідною кафедрою у вигляді тестування, письмової контрольної роботи, колоквіуму, результату експерименту, що можна оцінити чисельно, розрахункової чи розрахунково-графічної роботи тощо.

Засвоєння здобувачем вищої освіти програмного матеріалу змістового модуля вважається успішним, якщо рейтингова оцінка його становить не менше, ніж 60 балів за 100-бальною шкалою.

Після проведення проміжних атестацій з двох змістових модулів і визначення їх рейтингових оцінок лектором дисципліни визначається рейтинг здобувача вищої освіти з навчальної роботи **$R_{НР}$** (не більше 70 балів) за формулою:

$$R_{HP} = \frac{0,7 \cdot (R^{(1)}_{3M} \cdot K^{(1)}_{3M} + \dots + R^{(n)}_{3M} \cdot K^{(n)}_{3M})}{K_{дис}}, \quad (1)$$

де $R^{(1)}_{3M}, \dots, R^{(n)}_{3M}$ – рейтингові оцінки із змістових модулів за 100-бальною шкалою;

n – кількість змістових модулів;

$K^{(1)}_{3M}, \dots, K^{(n)}_{3M}$ – кількість кредитів Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи (ЄКТС) (або годин), передбачених робочим навчальним планом для відповідного змістового модуля;

$K_{дис} = K^{(1)}_{3M} + \dots + K^{(n)}_{3M}$ – кількість кредитів ЄКТС (або годин), передбачених робочим навчальним планом для дисципліни у поточному семестрі.

Формулу (1) можна спростити, якщо прийняти $K^{(1)}_{3M} = \dots = K^{(n)}_{3M}$. Тоді вона буде мати вигляд

$$R_{HP} = \frac{0,7 \cdot (R^{(1)}_{3M} + \dots + R^{(n)}_{3M})}{n}. \quad (2)$$

Рейтинг здобувача вищої освіти з навчальної роботи округлюється до цілого числа.

На рейтинг з навчальної роботи можуть впливати рейтинг з додаткової роботи та рейтинг штрафний.

Рейтинг з додаткової роботи додається до рейтингу з навчальної і не може перевищувати 20 балів. Він визначається лектором і надається здобувачам вищої освіти рішенням кафедри за виконання робіт, які не передбачені навчальним планом, але сприяють підвищенню рівня їх знань з дисципліни.

Максимальна кількість балів (20) надається здобувачу вищої освіти за:

- отримання диплому I-го ступеню переможця студентської наукової конференції навчально-наукового інституту чи факультету (коледжу) з відповідної дисципліни;

- отримання диплому переможця (I, II чи III місце) II-го етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни чи спеціальності (напрямку підготовки) у поточному навчальному році;

- отримання диплому (I, II чи III ступеню) переможця Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з відповідної дисципліни у поточному навчальному році;

- авторство (співавторство) у поданій заявці на винахід чи отриманому патенті України з відповідної дисципліни;

- авторство (співавторство) у виданій науковій статті з відповідної дисципліни;

- виготовлення особисто навчального стенду, макету, пристрою, приладу; розробка комп'ютерної програми (за умови, що зазначене використовується в освітньому процесі при викладанні відповідної дисципліни).

Рейтинг штрафний не перевищує 5 балів і віднімається від рейтингу з навчальної роботи. Він визначається лектором і вводиться рішенням кафедри для здобувачів вищої освіти, які невчасно засвоїли матеріали змістових модулів, не дотримувалися графіка роботи, пропускали заняття тощо.

Підсумкова атестація включає семестрову та державну атестацію здобувачів вищої освіти.

Семестрова атестація проводиться у формах семестрового екзамену або семестрового заліку з конкретної навчальної дисципліни.

Семестровий екзамен (далі – **екзамен**) – це форма підсумкової атестації засвоєння здобувачем вищої освіти теоретичного та практичного матеріалу з навчальної дисципліни за семестр.

Семестровий залік (далі – **залік**) – це форма підсумкової атестації, що полягає в оцінці засвоєння здобувачем вищої освіти теоретичного та практичного матеріалу (виконаних ним певних видів робіт на практичних, семінарських або лабораторних заняттях та під час самостійної роботи) з навчальної дисципліни за семестр.

Диференційований залік – це форма атестації, що дозволяє оцінити виконання та засвоєння здобувачем вищої освіти програми навчальної чи виробничої практики, підготовки та захисту курсової роботи (проекту).

Здобувачі вищої освіти зобов'язані складати екзамени і заліки відповідно до вимог робочого навчального плану у терміни, передбачені графіком освітнього процесу. Зміст екзаменів і заліків визначається робочими навчальними програмами дисциплін.

10. Розподіл балів, які отримують студенти

Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамени та заліки у Національному університеті біоресурсів і природокористування України», затвердженого Вченою радою НУБіП України від 27.12.2019 р., протокол № 5 (наказ про уведення в дію від 27.12.2019 р. № 1371).

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

Для визначення рейтингу здобувача вищої освіти із засвоєння дисципліни $R_{\text{дис}}$ (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу з навчальної роботи $R_{\text{нр}}$ (до 70 балів):

$$R_{\text{дис}} = R_{\text{нр}} + R_{\text{ат}}. \quad (3)$$

11. Методичне забезпечення

1. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва».
2. Балановська Т. І., Гоголю О. П., Троян А. В. Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва: навчальний посібник. Київ: ЦП «Компринт», 2018. 533 с. URL: <http://dglb.nubip.edu.ua:8080/handle/123456789/6184>
3. Балановська Т.І., Троян А.В., Драмарецька К.П. Методичні вказівки до вивчення дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва» для підготовки фахівців ОС «Бакалавр» спеціальність 133 «Галузеве машинобудування», спеціальність 192 «Будівництво та цивільна інженерія». Київ: ЦП «КОМПРИНТ», 2020. 261 с.
4. Балановська Т.І., Троян А.В. Управління бізнесом: навчальний посібник. Київ: НУБіП України, 2019. 401 с. URL: <http://dglb.nubip.edu.ua:8080/handle/123456789/6194>
5. Менеджмент: Навчальний посібник / С.І. Михайлов, Т.І. Балановська, О.С. Степасюк, О.П. Гоголю та ін. / За ред. С.І. Михайлова. Київ: НУБіП України, 2013. 536 с.
6. Електронний навчальний курс «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»: <http://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=2095>

12.Рекомендована література

Основна:

1. Балановська Т. І., Гоголю О. П., Троян А. В. Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва: навчальний посібник. Київ: ЦП «Компринт», 2018. 533 с. URL: <http://dglib.nubip.edu.ua:8080/handle/123456789/6184>
2. Балановська Т.І., Троян А.В. Управління бізнесом: навчальний посібник. Київ: НУБіП України, 2019. 401 с. URL: <http://dglib.nubip.edu.ua:8080/handle/123456789/6194>
3. Балановська Т.І., Троян А.В., Драмарецька К.П. Методичні вказівки до вивчення дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва» для підготовки фахівців ОС «Бакалавр» спеціальність 133 «Галузеве машинобудування», спеціальність 192 «Будівництво та цивільна інженерія». Київ: ЦП «КОМПРИНТ», 2020. 261 с.
4. Довгань Л.Є., Малик І.П., Мохонько Г.А., Шкробот М.В. Менеджмент організацій. Київ: КПП ім. Ігоря Сікорського, 2017. 271 с.
5. Маркетинг: навчальний посібник/ Я. С. Ларіна, С. І. Чеботар, Т. В. Арестенко, В. В. Арестенко. Суми: ТД «Папірус», 2014. 263 с.
6. Менеджмент: навчальний посібник / С.І. Михайлов, Т.І. Балановська, О.В. Новак, О.П. Гоголю та ін. / За ред. С.І. Михайлова. Київ: НУБіП України, 2013. 536 с.
7. Основи менеджменту. Теорія і практика: навчальний посібник/ Г.Є. Мошек, І.П. Миколайчук, Ю.І. Палеха, Ю.В. Поканєвич, А.С. Соломко, О.В. Коваленко, Н.В. Коваленко, В.С. Ціпурида, Г.П. Сиваненко, О.І. Белова; за заг. ред. проф. Мошека Г.Є. Київ: Видавництво Ліра-К, 2017. 528 с.
8. Основи менеджменту/ за ред. А.А. Мазаракі. Харків: «Фоліо», 2014. 846 с.
9. Храбатин О.І., Яворська Л.В. Маркетинг: навчальний посібник/ За наук. ред. О. А. Тимчик. Київ : Видавництво, 2014. 284 с.
10. Шкільняк М. М, Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л., Демків І. О. Менеджмент: Навчальний посібник. Тернопіль: Крок, 2017. 252 с.

Допоміжна:

1. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Маркетинг підприємства: навчальний посібник. Київ, 2012. 612 с.
2. Балановська Т.І., Гоголю О.П., Троян А.В. Словник-довідник з менеджменту. Київ: ЦП «Компринт», 2016. 480 с.
3. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник. 7-е вид. Київ: Лібра, 2010. 720 с.
4. Гой І.В., Смелянська Т.П. Підприємництво: навчальний посібник. Київ, 2013. 368 с.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Пер. с англ. Москва: Издательский дом «Вильямс», 2007. 656 с.

6. Економіка і підприємництво, менеджмент: навчальний посібник / С. М. Рогач, Т. А. Гуцул, В. А. Ткачук, О. Д. Балан, Т. І. Балановська, О. П. Гоголя. Київ, 2015. 714 с.
7. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник/ Я.С. Ларіна, О.М. Барилович, Ю.М. Гальчинська, В.А. Рафальська, О.І. Бабічева, А.В. Рябчик та ін. Харків: Діса-плюс, 2016. 208 с.
8. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: учебник. пер. с англ. 3-е изд. Москва, 2008. 702 с.
9. Мочерний С. В. Устенко О. А., Чеботар С. І. Основы підприємницької діяльності: посібник. Київ, 2001. 280 с.
10. Осовська Г.В., Осовський О.А. Основы менеджменту: підручник. Видання 4-е, перероблене і доповнене. Київ: «Кондор», 2012. 664 с.
11. Підприємницька діяльність та агробізнес: підручник / За ред. М.М. Ільчука, Т.Д. Іщенко. Київ: Вища освіта, 2006. 543 с.

13. Інформаційні ресурси

Нормативно-правові акти:

1. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. № 436-IV. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
2. Класифікація організаційно-правових форм господарювання ДК 002:2004 / Про затвердження національних стандартів України, державних класифікаторів України, національних змін до міждержавних стандартів, внесення зміни до наказу Держспоживстандарту України від 31 березня 2004 р. № 59 та скасування нормативних документів: наказ Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 28 травня 2004 р. № 97. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FIN10242.html.
3. Кодекс законів про працю України: Закон України від 10.12.1971 № 322-VIII. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/322-08>
4. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>
5. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010: наказ Держспоживстандарту України від 11 жовтня 2010 р. № 457. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10>
6. Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
7. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 23.12.1993 р. № 3792-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12>
8. Про акціонерні товариства: Закон України від 17.09.2008 р. № 514-VI. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/514-17>

9. Про господарські товариства: Закон України від 19.09.1991 р. № 1576-XII. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1576-12>
10. Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань: Закон України від 15.05.2003 р. № 755-IV. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/755-15>
11. Про затвердження Методичних рекомендацій з розробки бізнес-планів інвестиційних проєктів: наказ Державного агентства України з інвестицій та розвитку від 31 серпня 2010 р. № 73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0073537-10>
12. Про затвердження Методичних рекомендацій з розроблення бізнес-плану підприємств: наказ Міністерства економіки України від 06 вересня 2006 р. № 290. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0290665-06>
13. Про затвердження Порядку державної реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань, що не мають статусу юридичної особи: наказ Міністерства юстиції України від 09 лютого 2016 р. № 359/5 (Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 09 лютого 2016 р. за № 200/28330). URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0200-16>
14. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України від 07.06.1996 р. № 236/96-ВР. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80>.
15. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11.01.2001 р. № 2210-III. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>.
16. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1023-XII. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
17. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-XII. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>
18. Про ліцензування видів господарської діяльності: Закон України від 02.03.2015 р. № 222-VIII. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/222-19>
19. Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні: Закон України від 21.12.2000 р. № 2157-III. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2157-14>
20. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг: Закон України від 15.12.1993 р. № 3689-XII. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/3689-12>
21. Про підприємництво: Закон України від 07.02.1991 р. № 698-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12>
22. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>

23. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: Закон України від 22.03.2012 р. № 4618-VI. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>
24. Про фермерське господарство: Закон України від 19.06.2003 р. № 973-IV. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/973-15>
25. Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. № 435-IV. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

Інтернет-джерела

1. Законодавство України. Верховна Рада України: офіційний вебпортал парламенту України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show>
2. Бізнес-книги. MANAGEMENT.COM.UA: вебсайт . URL: <http://www.management.com.ua/books/>
3. Балановська Т.І., Гогуля О.П., Троян А.В. Основи менеджменту маркетингу та підприємництва: навчальний посібник. Київ: ЦП «КОМПРИНТ», 2018. 518с. URL: http://dglib.nubip.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/6184/1/Balanovska_Osnoyu%20menedgmenty%20i%20marcetungy.pdf
4. Журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій». URL: <https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>
5. Журнал «Маркетинг і цифрові технології». URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt>

Електронний навчальний курс:

<http://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=2095>