

**Міністерство освіти і науки України
Київський національний торговельно-економічний
університет
Інститут вищої кваліфікації**

ЗАТВЕРДЖЕНО:
Голова приймальної комісії

_____ А.А. Мазаракі
19 січня 2017 р.

ПРОГРАМА
вступного фахового випробування
для здобуття освітнього ступеня «магістр» за галуззю
знань «Управління та адміністрування»,
спеціальністю «Менеджмент»,
магістерськими програмами: «Бізнес-адміністрування»,
«Міжнародне бізнес-адміністрування», «Маркетинговий
менеджмент», «Торговельний менеджмент»
(на базі вищої непрофільної освіти)

Київ 2017

**Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу КНТЕУ
заборонено**

Автори: І.О. Бланк, доктор екон. наук, проф.
С.І.Бай, доктор екон. наук, проф.
І.О.Чаюн, канд. екон. наук, доц.,
Н.Б.Ткаченко, канд. екон. наук, доц.

Програму обговорено та рекомендовано до друку та затверджено
приймальною комісією 19 січня 2017 р., протокол № 4.

Навчальна програма

ПРОГРАМА
вступного фахового випробування
для здобуття освітнього ступеня «магістр» за галуззю знань
«Управління та адміністрування», спеціальністю «Менеджмент»,
магістерськими програмами:
«Бізнес-адміністрування», «Міжнародне бізнес-адміністрування»,
«Маркетинговий менеджмент», «Торговельний менеджмент»
(на базі вищої непрофільної освіти)

Автори: БЛАНК Ігор Олександрович,
БАЙ Сергій Іванович
ЧАЮН Ірина Олександрівна,
ТКАЧЕНКО Наталія Борисівна

Центр підготовки навчально-методичних видань КНТЕУ
02156, Київ-156, вул. Кіото, 19

© Бланк І.О., Бай С.І.,
Чаюн І.О., Ткаченко Н.Б., 2017
© Київський національний торговельно-
економічний університет, 2017

1. ВСТУП

Програма вступного фахового випробування професійних спрямувань «Бізнес-адміністрування», «Міжнародне бізнес-адміністрування», «Маркетинговий менеджмент», «Торговельний менеджмент» для здобуття освітнього ступеню «магістр» базується на вимогах освітньо-професійної програми підготовки відповідного рівня фахівців.

Метою програми є забезпечення вступників необхідною інформацією щодо структури і змісту вступних випробувань, їх підготовки до фахових випробувань при вступі на спеціальність «Менеджмент» за відповідними професійними спрямуваннями, а також створення необхідних умов для оцінювання здобутих знань.

Програма вступних випробувань складається з таких розділів:

1. Менеджмент.
2. Основи маркетингу.
3. Основи економіки підприємства.

Розділи програми вступного фахового випробування підготовлені на основі нормативних програм дисциплін, що увійшли до його складу.

Під час підготовки до вступного випробування вступникам рекомендується користуватися літературою, наведеною у кінці програми.

КРИТЕРІЇ оцінювання знань на вступному фаховому випробуванні

Оцінювання знань вступників здійснюється за результатами перевірки усних відповідей на питання білету.

При визначенні рівня знань вступників враховуються такі вимоги до відповідей:

- правильність,
- логічність,
- обґрунтованість,
- цілісність.

Рівень знань оцінюється за 100-баловою шкалою.

Бали за відповідь виставляються членами фахової атестаційної комісії під час відповіді на питання білету відповідно до такої шкали:

- «відповідь бездоганна» – 100 балів;
- «відповідь в цілому відповідає вимогам» – 90 балів;
- «відповідь відповідає вимогам із незначним зауваженням» – 80 балів;

“відповідь відповідає вимогам із зауваженнями, але є розуміння сутності теорій, понять, явищ“ – 60 балів;

“відповідь мало відповідає (є суттєві помилки) або не відповідає вимогам“ – менше 60 балів.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ ВСТУПНИХ ВИПРОБУВАНЬ

Розділ 1. МЕНЕДЖМЕНТ

Сутність та співвідношення категорій «управління», «менеджмент», «адміністрування», «керування». Еволюція наукових концепцій та шкіл менеджменту. Характеристика процесного, системного, ситуаційного та комплексного підходів до управління. Розвиток сучасних теорій менеджменту.

Соціально-економічна природа управлінської праці. Сутність, роль та місце теорії організації в системі наукових знань. Сутність та класифікація законів та принципів організації. Поняття керуючої та керованої підсистем та утворення рівнів управління в організації. Модель організації як відкритої системи: «вхід», процес перетворення, «вихід». Різновиди організацій в суспільстві. Внутрішнє та зовнішнє середовище функціонування організації. Життєвий цикл організації: підходи до класифікації та характерні особливості етапів.

Різновиди законів, закономірності та принципів в менеджменті: поняття та зміст.

Класифікація та характеристика функцій менеджменту: загальні (основні) та конкретні (спеціальні). Процес управління та управлінський цикл в організації: поняття та особливості.

Система планування в менеджменті: сутність, елементи та принципи. Поняття місії та цілей в організації. Процес та різновиди планування в менеджменті. Результати планування в менеджменті. Методи організаційно-економічного планування в менеджменті.

Сутність функції «Організування», її місце та форми впливу в системі менеджменту. Поняття та типи повноважень в управлінні організацією. Процес делегування повноважень в менеджменті: етапи, правила та перешкоди. Документальні форми закріплення повноважень: призначення та структура положення про підрозділи та посадових інструкцій.

Структура організації як чинник забезпечення її ефективності: зміст поняття, значення та функції. Різновиди структур організації та основні елементи ОСУ. Структура апарату управління організації та характеристика її складових. Типи ОСУ в менеджменті: лінійні, функціональні, матричні та дивізійні. Нові типи ОСУ: едхократичні, багатомірні, партисипативні, підприємницькі, орієнтовані на ринок.

Принципи, цілі та значення функції «Мотивування» в організації. Взаємозв'язок між потребами, інтересами та цілями працівників у процесі

мотивування. Змістовні та процесуальні теорії мотивації в менеджменті: їх співставлення та застосування в менеджменті. Види мотивації в менеджменті: матеріальна та нематеріальна.

Принципи, цілі та значення функції «Контролювання». Суб'єкти, об'єкти та види управлінського контролю в організації. Характерні особливості етапів процесу контролювання в менеджменті. Ефективність контролю в менеджменті: поняття, показники та критерії оцінювання.

Зміст, принципи та цілі функції «Регулювання». Суб'єкти, об'єкти та види регулюючого впливу в менеджменті. Етапи процесу регулювання та їх характеристика.

Методи менеджменту як інструментарій реалізації функцій менеджменту: сутність, спрямованість та особливості формування. Зміст та класифікація економічних методів менеджменту. Зміст та класифікація організаційно-розпорядчих методів менеджменту. Зміст та класифікація соціально-психологічних методів менеджменту.

Сутність та класифікація управлінських рішень за різними ознаками. Поняття, моделі та процес прийняття управлінських рішень. Умови та фактори прийняття управлінських рішень.

Призначення, роль та різновиди інформації в процесі прийняття управлінських рішень. Поняття, роль та різновиди комунікацій в організації. Комунікаційні мережі та стилі в організації. Комунікаційний процес: зміст, елементи та етапи. Ефективність управлінських комунікацій: поняття, показники та критерії оцінювання.

Поняття керівництва в менеджменті: фактори та аспекти здійснення керівництва. Стилi керівництва: демократичний, ліберальний, авторитарний. Сутність, значення та форми влади в менеджменті. Поняття, концепції та моделі лідерства в менеджменті. Типологія лідерів в організації.

Сутність самоменеджменту за різними науковими підходами. Планування особистої діяльності менеджера: методи, стадії та засоби. Ділове спілкування в менеджменті: сутність, значення та різновиди. Сутність, види, напрями та бар'єри розвитку менеджерського потенціалу. Конфлікти у діяльності менеджера: сутність, види та методи подолання.

Сутність, значення та види відповідальності в менеджменті. Етичні норми у сучасному менеджменті.

Сутність, завдання та функції організаційної культури в менеджменті. Моделі та типологія організаційних культур. Імідж та репутація організації як прояв організаційної культури. Зміст та елементи «культури менеджменту».

Сутність, значення та основні параметри організаційних змін як результат управління.

Поняття та зміст результативності та ефективності менеджменту. Показники економічної, організаційної та соціальної ефективності управління, їх склад, методи визначення і оцінка.

Розділ 2. ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ

Розвиток категорії маркетингу як концепції управління в ринкових умовах господарювання. Визначення маркетингу. Взаємозв'язок основних понять маркетингу: потреба, бажання, попит, товар, обмін, угода, ринок. Поняття конкуренції як умови функціонування сучасного ринку. Роль маркетингу в підвищенні конкурентоспроможності підприємств. Принципи та функції маркетингу на макро- та мікрорівнях.

Поняття маркетингового середовища. Структура маркетингового середовища. Макро- та мікросередовище маркетингу. Зовнішнє та внутрішнє середовище маркетингу. Чинники зовнішнього середовища маркетингу: економічні, соціально-культурні, політико-правові, технологічні, природно-географічні. Елементи мікросередовища маркетингу: ринок, постачальники, посередники, конкуренти, споживачі, контактні аудиторії.

Внутрішнє середовище функціонування підприємства: персонал, система виробництва, технологічний рівень устаткування, розміщення, потужність, менеджмент, організаційна структура управління, корпоративна культура, фінанси, платоспроможність, прибутковість, ліквідність, транспортування, зберігання, продаж, конкурентоспроможність підприємства та товару, визначення конкурентних переваг.

Комплекс маркетингу; функція 4P's як важливий чинник маркетингового внутрішнього середовища.

Маркетингове поняття ринку як сукупності реальних та потенціальних продавців і покупців товарів та послуг. Типи споживачів, їх характеристика та особливості. Етапи прийняття рішення про придбання споживчих товарів. Чинники впливу на поведінку споживачів.

Маркетингове поняття товару. Рівні товару. Загальні поняття про товарну (продуктову) політику в системі маркетингу, її зміст та завдання. Класифікація товарів за різними ознаками. Характеристика маркетингової діяльності на різних етапах життєвого циклу товару.

Види цін за ознаками: оборотом, впливом держави, особливостями комерційного контракту, сферами діяльності, порядком відшкодування транспортних витрат. Формування ціни з урахуванням обов'язків продавця та покупця за базовими умовами постачання. Поняття, мета та завдання цінової політики в системі маркетингу. Особливості механізму ціноутворення на різних типах ринків.

Поняття маркетингової збутової діяльності. Основні типи збутових потоків. Визначення показників каналу розподілу у процесі товароруху. Маркетингові вертикальні системи розподілу: корпоративні, договірні, адміністративні. Маркетингові горизонтальні системи розподілу.

Характеристики посередників: дилери, дистриб'ютори, коміснери, агенти, брокери, комівояжери, маклери, торговельні представники, торговельні синдикати, торговельні дома. Функції оптової та роздрібної торгівлі.

Поняття системи маркетингових комунікацій. Зміст комунікаційної моделі. Елементи типової комунікації. Інструменти (засоби) стимулювання збуту, спрямовані на споживачів, посередників та торговельний персонал. Програма стимулювання збуту: визначення інтенсивності, об'єктів, засобів, терміну дії та бюджету.

Особливості продуктових, географічних, функціональних, матричних та сегментних структур маркетингу.

Поняття та сутність стратегічного планування маркетингу. Види маркетингових стратегій.

Розділ 3. ОСНОВИ ЕКОНОМІКИ ПІДПРИЄМСТВА

Економіка як наука. Підприємство як суб'єкт господарювання, його місце в системі ринкових відносин. Підприємство як суб'єкт та об'єкт ринкових відносин. Організаційно-економічні умови функціонування підприємств. Поняття економічного суверенітету, самоокупності та самофінансування. Характеристика основних ознак підприємства. Теорії та моделі підприємства.

Види підприємства та їх класифікація. Економічні особливості різних видів підприємств. Об'єднання підприємств. Особливості створення та реєстрації підприємств.

Напрями та види діяльності підприємства. Господарська діяльність, підприємництво як вид господарської діяльності. Операційна як основний вид економічної діяльності підприємства. Основні положення теорії організації виробництва. Характеристика видів операційної діяльності підприємства. Сутність інвестиційної та фінансової діяльності підприємства.

Зовнішнє середовище функціонування підприємства, його характеристика. Ринок та його інфраструктура: торговельно-посередницька, виробнича, фінансово-кредитна, інформаційно-інноваційна, соціальна та інші. Державний регуляторний механізм діяльності підприємства. Пряме державне регулювання діяльності підприємства, економічні важелі регулювання.

Конкурентне ринкове середовище підприємства. Поняття інтенсивності конкуренції. Методичні підходи до визначення інтенсивності конкуренції. Поняття межі конкурентного ринку. Фактори, що впливають на визначення межі конкурентного ринку.

Організаційно-економічні передумови обґрунтування стратегії підприємства: аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування підприємства, визначення цілей діяльності підприємства та їх пріоритетності.

Мета функціонування підприємства на ринку. Поняття головної мети підприємства. Класифікація цілей та вимоги до їх формування. Стратегічні та тактичні цілі, їх характеристика та особливості реалізації. Залежність цілей господарювання від стадій життєвого циклу. Дерево цілей, його побудова та зміст. Прибуток як цільова функція діяльності підприємства на ринку. Економічні межі обсягу діяльності підприємства.

Зміст, об'єкт та предмет планування діяльності підприємства. Принципи та завдання планування діяльності підприємства.

Послідовність та характеристика етапів процесу планування діяльності підприємства. Зміст окремих етапів планової роботи.

Система поточних планів господарської діяльності підприємства: характеристика взаємозв'язку та призначення окремих видів планів.

Стратегічне планування, його відмінність від традиційного планування та обмеження у використанні. Поняття стратегії підприємства.

Поняття «виробнича потужність підприємства», економічний та інженерно-технологічний підходи до визначення виробничої потужності. Систематизація видів виробничої потужності підприємства. Системи та методи визначення виробничої потужності підприємства. Специфіка розрахунку виробничої потужності у різних сферах економічної діяльності.

Поняття економічних ресурсів та ресурсного потенціалу підприємства. Складові частини ресурсного потенціалу, їх характеристики та взаємозв'язок у процесі виробництва. Особливості ресурсного потенціалу підприємств різних галузей економіки. Взаємозв'язок окремих елементів ресурсного потенціалу підприємства.

Сутність та класифікація матеріальних запасів підприємства. Фактори, що визначають обсяг матеріальних запасів підприємства.

Аналіз матеріальних запасів підприємства: сутність, інформаційна база, інструментарій, методи проведення.

Оборотність матеріальних запасів, інструментарій аналізу оборотності, її взаємозв'язок з діловою активністю підприємства.

Сутність, склад та класифікація основних засобів підприємства.

Особливості оцінки основних засобів підприємства. Види вартості основних засобів підприємства. Поняття зносу основних засобів підприємства. Види зносу основних засобів підприємства та

особливості їх оцінки. Сутність амортизації, методи нарахування амортизації. Система показників стану, руху, ефективності використання та відтворення основних засобів підприємства.

Поняття «нематеріальні ресурси», їх види та характеристика. Оцінка нематеріальних активів підприємства. Методи і способи оцінки, амортизація нематеріальних активів.

Напрями підвищення ефективності використання основних засобів та нематеріальних активів підприємства.

Трудові ресурси підприємства та характеристика їх видів. Принципи та завдання формування трудових ресурсів підприємства. Фактори, що впливають на процес формування трудових ресурсів.

Продуктивність праці робітників: поняття та методи оцінки. Фактори, що впливають на продуктивність праці, їх класифікація. Основні напрями підвищення продуктивності праці та ефективності використання трудових ресурсів підприємства. Методи нормування витрат праці на підприємстві.

Соціально-економічна сутність та основи організації оплати праці. Державне регулювання оплати праці. Мінімальна заробітна плата і фактори, що її визначають.

Система матеріального стимулювання праці. Характеристика форм та систем оплати праці. Форми додаткової заробітної плати, особливості їх застосування на підприємствах з різними формами власності. Форми та системи преміювання на підприємстві. Соціальні виплати та пільги як стимулюючий фактор зростання продуктивності праці. Аналіз та планування чисельності та фонду оплати праці. Кругообіг фінансових ресурсів підприємства в перебігу формування його капіталу.

Сутнісні характеристики капіталу підприємства. Класифікація видів капіталу підприємства. Власний капітал підприємства: сутність, склад, класифікація, функції, відмітні особливості. Особливості формування в залежності від основних характеристик підприємства.

Позиковий капітал підприємства: сутність, склад, класифікація, функції, відмітні особливості. Особливості формування в залежності від основних характеристик підприємства.

Кредитування як механізм формування позикового капіталу підприємства: поняття, принципи, завдання. Особливості, форми та інструменти банківського та небанківського кредитування підприємства.

Сутність понять «витрати», «поточні витрати підприємства», «собівартість продукції, послуг та робіт». Взаємозв'язок та взаємообумовленість ресурсів і поточних витрат підприємства.

Сутність доходів підприємства, їх призначення, склад та джерела утворення. Доходи від операційної діяльності підприємства. Формування доходів (виручки) від реалізації продукції (товарів, послуг, інших активів), інших операційних доходів. Фактори, що впливають на доходи від операційної діяльності.

Сутність та функції прибутку, його значення в діяльності підприємства, джерела утворення.

Поняття ефективності діяльності підприємства. Аналіз планування фінансових результатів діяльності підприємства. Система показників ефективності. Основні і допоміжні показники ефективності.

Організаційно-економічні та техніко-технологічні фактори, що обумовлюють конкурентоспроможність підприємства. Обґрунтування заходів щодо зміцнення конкурентоспроможності підприємства. Оцінка ефективності та конкурентоспроможності підприємства.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Законодавчі та нормативні документи

1. Господарський кодекс України: Закон України № 436-IV від 16.01.2003 р. з змінами та доповненнями // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

2. Податковий кодекс України: Закон України № 2856-VI від 23.12.2010 р. з змінами та доповненнями // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

3. Про акціонерні товариства: Закон України №514-VI від 17.09.2008 р. з змінами та доповненнями // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

4. Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом: Закон України № 784-XIV від 30.06.1999 р. з змінами та доповненнями // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

5. Про господарські товариства: Закон України № 1576-XII від 19.09.1991 р. з змінами та доповненнями // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

6. Про захист економічної конкуренції: Закон України № 2211-III від 11.01.2001 р. з змінами та доповненнями // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

7. Про оплату праці: Закон України № 108/95-ВР від 24.03.1995 р. з змінами та доповненнями // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

8. Національні стандарти бухгалтерського обліку в Україні [з змінами та доповненнями]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/SH000099.html

9. Методичні рекомендації по формуванню собівартості продукції, робіт, послуг у промисловості. Наказ Міністерства промислової політики України № 373 від 09.07.2007р. з змінами та доповненнями. – Режим доступу: <http://www.interbuh.com.ua>

10. Методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства: Наказ Міністерства економіки України № 14 від 19.01.2006 р. з змінами та доповненнями. – Режим доступу: <http://zakon.nau.ua>

Основний

1. Безус А. М. Менеджмент: навч. посіб. / А. М. Безус . – К.: АМУ, 2015. – 268 с.

2. Волков О.И. Экономика предприятия: учебное пособие / О.И.Волков, В.К.Склярченко. – М. : Инфра, 2013. – 264 с.

3. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підручник для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. / С.С. Гаркавенко. – 7-ме вид. – К. : Лібра, 2010. – 717 с.

4. Эванс Дж.Р., Берман Б. Маркетинг / Дж.Р. Эванс, Б. Берман. – М. : Экономика, 1998. – 468 с.

5. Економіка підприємства: підручник [І.О.Чаюн, Г.М.Богославець, Л.Л.Стасюк, та ін.]. За заг. ред. проф. Н.М.Ушакової. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 569 с.

6. Економіка підприємства: опорний конспект лекцій [І.О.Чаюн, Г.М.Богославець, Л.Л.Стасюк, О.М. Трубей та ін.] – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 569 с.

7. Маркетинг : підручник для студ. вищ. навч. закл. / В. Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко, Е.Н. Берковіць ; ред.-упор. О.І. Сидоренко, Л.С. Макарова. – 3-тє вид. – К. : Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні, 2015. – 112 с.

8. Основи менеджменту : підручник / за ред. А. А. Мазаракі, І. В. Чумаченко. – Харків : Фоліо, 2014. – 846 с.

9. Старостіна А.О. Маркетинг : навч. посіб. / А.О. Старостіна, О.В. Зозульов. – 2-ге вид., переробл. і допов. – К. : Знання-Прес, 2003. – 326 с.

Додатковий

1. Балан В.Г. Моделі прийняття управлінських рішень. Навчально-методичний посібник / В.Г. Балан. – К.: Нічлава, 2011. – 100 с.
2. Бланк И.А. Управление прибылью. 3-е изд. / И.А. Бланк. - М.: Ника-Центр, 2007. – 768 с.
3. Бланк И.А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И.А. Бланк. – К.: Ника-Центр Эльга, 2004.
4. Бойчик І.М. Економіка підприємства: навч. посіб./ І.М. Бойчик – К.: Атіка, 2007. – 528 с.
5. Богиня Д.П. Основи економіки праці : навч. посіб. / Д.П. Богиня, О.А. Грیشнова. – 3-тє вид. стер. – К. : Знання Прес, 2002.
6. Брутман А.Б. Конкурентоспособность предприятий: оценка на основе их потенциалов: монография / А. Б. Брутман ; Запорож. нац. техн. ун-т. - Запорожье: ЛИПС, 2012. – 219 с.
7. Гірняк О. М. Менеджмент: Підручник для студентів ВНЗ. / О. М. Гірняк, П. П. Лазановський. – Львів: «Магнолія 2006», 2007. – 260 с.
8. Дайновська С.М. Ціноутворення: підручник / за заг. ред. С.М. Дайновської. – К.: Київ. нац. торг. екон. ун-т, 2009. – 320 с.
9. Дафт Р. Л. Теория организации : учеб. для студ. высш. учеб. зав.: пер. с англ. / Р. Л. Дафт; под ред. Э. М. Короткова. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 735 с.
10. Економіка підприємств : підручник / Ф. В. Горбонос, Г. В. Черевко, Н. Ф. Павленчик, А. О. Павленчик. – К. : Знання, 2010. – 463 с.
11. Економіка підприємства : підруч. для студентів ВНЗ / Д. К. Семенда [та ін.] ; за ред. Д. К. Семенди; Уман. нац. ун-т садівництва. - Умань : Сочінський, 2014. – 477 с.
12. Кузьмін О. Є. Менеджмент. Навчальний посібник / О. Є. Кузьмін, Н. Т. Мала, О. Г. Мельник, О. Р. Саніна. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. – 240 с.
13. Мартиненко М.М. Основи менеджменту / М. М. Мартиненко – К.: Каравела, 2011. – 496 с.
14. Менеджмент : навч. посіб. / Г. Є. Мошек, М. М. Ковальчук, Ю. В. Поканєвич, ін. та ; за ред. Г.Є.Мошека. – вид. 2-ге, допов., переробл. – Київ : Ліра-К, 2016. – 550 с.
15. Монастирський Г. Л. Теорія організації : підручник. / Г. Л. Монастирський. – Тернопіль: ТНЕУ, 2014. – 288 с.
16. Стадник, В.В. Менеджмент. Підручник. / В. В. Стадник, М. А. Йохна. – 2-ге видання, виправлене, доповнене. – К. : Академвидав, 2010. – 472 с.
17. Яркіна Н.М. Економіка підприємства: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Н.М. Яркіна. – Київ: Ліра, 2013. – 497 с.