

**БІЛГОРОД-ДНІСТРОВСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ, БУДІВНИЦТВА ТА
КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Циклова комісія фінансово-економічних дисциплін



ЗАТВЕРДЖЕНО

**Заступник директора з навчальної
роботи**

Марина ЗАЙЧЕНКО

”

2024 р.

МАРКЕТИНГ ТА МЕНЕДЖМЕНТ

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

здобувачів освіти спеціальності

072 «Фінанси, банківська справа та страхування»


Білгород-Дністровський, 2024

Програма навчальної дисципліни «Маркетинг та менеджмент» складена відповідно до освітньо-професійної програми для здобувачів освіти зі спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

Розробник: Завацька Оксана Анатоліївна, викладач економічних дисциплін, кваліфікаційна категорія «спеціаліст»


Робоча програма розглянута та схвалена на засіданні циклової комісії фінансово-економічних дисциплін

Протокол № 1 від 29.08.2024 року

Голова циклової комісії  Світлана СТЕПОВА

Схвалено методичною радою Білгород-Дністровського фахового коледжу природокористування, будівництва та комп'ютерних технологій

Протокол № 6 від 29.08.2024 року

Голова методичної ради  Марина ЗАЙЧЕНКО

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Компонент освітньої програми, спеціальність, освітньо-професійний ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів: 2,0 Модулів: 1 Змістових модулів: 2 Загальна кількість годин: 60	Компонент освітньої програми <i>Цикл професійної підготовки</i> Спеціальність <i>072 «Фінанси, банківська справа та страхування»</i> Освітньо-професійний ступінь <i>«Фаховий молодший бакалавр»</i>	Вибіркова	
		Рік підготовки:	
		3	-
		Семестр	
		5	-
		Лекційні заняття:	
		20 год.	-
		Практичні заняття	
		10 год.	-
		Самостійна робота	
		30 год.	-
		Курсовий проект	
		-	-
		Індивідуальні заняття:	
		-	-
Вид контролю:			
диференційований залік (5й семестр) (денна форма)			
-			

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчальна дисципліна передбачена структурно-логічною схемою підготовки фахівців освітньо-професійного ступеню «Фаховий молодший бакалавр» за освітньо-професійною програмою «Фінанси, банківська справа та страхування».

Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетинг та менеджмент» є ознайомлення студентів з основними принципами та інструментами маркетингу та менеджменту, розвитку навичок ефективного управління бізнес-процесами та стратегічного планування. Студенти отримають знання про методи аналізу ринку, розробки маркетингових стратегій, а також принципи управління організаціями для досягнення конкурентних переваг і ефективного функціонування компаній у змінному бізнес-середовищі.

Завдання вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг та менеджмент» полягає в ознайомленні студентів з основними принципами маркетингової діяльності та управлінського процесу, розвитку навичок аналізу ринку, розробки ефективних маркетингових стратегій і планів, а також управління організаційними процесами. Студенти вивчатимуть методи управління персоналом, фінансами та виробництвом, а також способи досягнення конкурентних переваг через застосування стратегічних підходів у маркетингу та менеджменті.

Предметом вивчення дисципліни «Маркетинг та менеджмент» є основи маркетингової діяльності та управління бізнес-процесами в організаціях. Вивчаються теоретичні та практичні аспекти розробки маркетингових стратегій, аналізу ринку, позиціонування продукту, а також методи ефективного управління організацією, включаючи управління персоналом, фінансами та операціями. Особлива увага приділяється розумінню ролі маркетингу у досягненні конкурентних переваг і забезпеченні сталого розвитку підприємства.

Міждисциплінарні зв'язки: «Економічна теорія», «Економіка підприємства», «Фінансове право».

Набуті здобувачами освіти компетенції згідно з вимогами освітньо-професійної програми «Фінанси, банківська справа та страхування»:

ЗК 3. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

СК 9. Здатність виконувати контрольні функції у сфері фінансів, банківської справи та страхування.

СК 10. Здатність здійснювати ефективні комунікації між фахівцями і користувачами послуг у сфері фінансів, банківської справи та страхування.

Структура навчальної дисципліни є орієнтовною. Під час складання навчальних програм викладачі навчальних закладів можуть вносити обґрунтовані зміни та доповнення в зміст програмного матеріалу і розподіл навчальних годин за темами в межах бюджетного часу, відведеному навчальним планом на вивчення дисципліни. Внесені зміни повинні бути обговорені на засіданні циклової комісії і затверджені заступником директора з навчальної роботи.

3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Модуль 1 МАРКЕТИНГ

Тема 1.1 Суть, принципи та цілі маркетингу. Маркетингове середовище

Сутність маркетингу, його визначення. Філософія маркетингу. Основні поняття маркетингу. Виявлення та задоволення споживчих потреб. Виникнення та етапи розвитку маркетингу. Комплекс маркетингу і його елементи. Набір маркетингових інструментів за “концепцією 4P”. Складові комплексу маркетингу “5P. Види маркетингу.

Етика й соціальна відповідальність у маркетингу. Особиста моральна філософія та норми етичної поведінки в бізнесі.

Поняття внутрішнього і зовнішнього середовища маркетингу. Основні фактори маркетингового середовища, їхня характеристика і класифікація.

Поведінка споживача. Процес прийняття рішення про купівлю. Чинники, що впливають на процес прийняття споживачем рішення про купівлю.

Тема 1.2 Маркетингові дослідження та сегментація ринку

Поняття та значення маркетингових досліджень. Джерела та види маркетингової інформації. Переваги та недоліки первинної і вторинної маркетингової інформації. Основні методи збирання первинної інформації: опитування, спостереження, експеримент, імітація та ін. Анкета як основний інструмент дослідження методом опитування.

Поняття конкуренції. Елементи аналізу конкурентів.

Сегментування, вибір цільового ринку та позиціонування. Фактори та методи сегментації ринку. Оцінка сегментів ринку. Стратегії охоплення ринку: масовий маркетинг, диференційований маркетинг та цільовий маркетинг.

Практична робота

Ознайомлення з порядком проведення маркетингового дослідження. Вибір виду продукції для проведення маркетингового дослідження. Проведення маркетингового дослідження продукції за обраною темою. Складання анкети та опитування споживачів. Аналіз отриманих результатів.

Тема 1.3 Маркетингова товарна політика

Товар у системі маркетингу. Товарна політика. Загальна характеристика і класифікація споживчих товарів і товарів промислового призначення. Товарна номенклатура, товарний асортимент, товарна лінія. Головні атрибути товару. Якість товару, його основні показники і фактори. Система управління якістю

товару.

Товарні марки. Поняття “бренд”. Характеристика товарної марки, товарного імені, фірмового та товарного знака. Упаковка. Значення упаковки та її роль у просуванні товарів.

Поняття життєвого циклу товарів (ЖЦТ), основні стадії, їхня характеристика і тривалість. Задачі маркетингу на різних стадіях ЖЦТ. Види ЖЦТ.

Конкурентоздатність товарів, показники і методи її оцінки. Нові товари. Роль служби маркетингу в розробці і реалізації нового товару.

Практична робота

Ознайомлення з процесом створення нового товару. Розробка товару з новими властивостями відповідно до обраної теми.

Тема 1.4 Цінова політика. Розподіл товарів

Суть маркетингової цінової політики. Види цін. Попит, пропозиція і ціни. Фактори цінової еластичності попиту і пропозиції.

Фактори та методи ціноутворення. Стратегії ціноутворення. Вибір стратегії ціноутворення залежно від ринкового стану.

Сутність маркетингової політики розподілу. Канали розподілу продукції. Рівень каналу розподілу. Довжина каналу розподілу. Ширина каналу розподілу. Посередницька діяльність. Функції торговельних посередників. Види посередників. Оптова та роздрібна торгівля.

Тема 1.5 Маркетингова політика комунікацій

Сутність маркетингової політики комунікацій. Основні елементи комплексу маркетингових комунікацій: реклама, стимулювання збуту, паблік рилейшнз, персональний (особистий) продаж, прямий маркетинг.

Реклама та її особливості. Види реклами. Розроблення рекламного звернення. Ефективність впливу рекламного звернення на споживача, оцінювання ефективності реклами. Вибір засобів поширення реклами.

Стимулювання збуту та зв'язки із громадськістю. Процес персонального продажу. Додаткові засоби комплексу маркетингових комунікацій: виставки та ярмарки, спонсорство і меценатство, брендинг, продукт-плейсмент, інтегровані маркетингові комунікації в місці продажу.

Практична робота

Аналіз рекламних продуктів на ринку. Створення власної теле-, радіо- та друкованої реклами на нову продукцію відповідно до обраної теми.

Модуль 2 МЕНЕДЖМЕНТ

Тема 2.1 Поняття і сутність менеджменту

Менеджмент як самостійний вид професійної діяльності. Сутність категорій “управління” та “менеджмент”. Менеджмент як мистецтво управління. Менеджери та підприємці. Рівні управління, групи менеджерів. Сфери менеджменту. Види менеджменту.

Поняття організації. Підприємство як організаційно-господарська одиниця. Класифікація, правовий статус та характеристика діяльності підприємств.

Внутрішнє та зовнішнє середовище організації.

Функції менеджменту. Планування, організація, мотивація та контроль.

Тема 2.2 . Інформація і комунікації в менеджменті. Відповідальність та етика

Інформація як основа процесу управління. Класифікація інформації. Джерела інформації. Поняття комунікацій і комунікаційного процесу. Типи та засоби комунікації формальні та не формальні. Бар'єри комунікацій. Забезпечення ефективних комунікацій.

Організація проведення зборів і нарад. Організація проведення ділових бесід. Організація телефонних розмов. Організація проведення комерційних переговорів.

Сутність відповідальності та етики у менеджменті. Соціальна відповідальність. Етична поведінка як сукупність вчинків та дій людей. Причини неетичної поведінки. Заходи щодо забезпечення етичної поведінки.

Тема 2.3 Розробка та ухвалення управлінських рішень

Управлінське рішення як результат управлінської діяльності. Класифікація управлінських рішень. Фактори, що впливають на процес прийняття управлінських рішень. Моделі прийняття управлінських рішень.

Практична робота

Розв'язання ситуаційних задач із розробки і прийняття управлінських рішень.

Тема 2.4 Управління конфліктними ситуаціями.

Суть поняття «конфлікт». Види та типи конфліктів. Причини виникнення конфліктів та їх наслідки. Функції конфліктів і методи управління конфліктами. Поняття стресу як об'єкту управління. Види стресів. Передумови виникнення стресів. Інструменти попередження і уникнення стресів.

Аналіз конфліктних ситуацій та шляхи виходу з них.

Тема 2.5 Керівництво та лідерство в менеджменті

Групи та їх класифікація. Відмінності формальних і неформальних груп. Причини виникнення груп. Природа та визначення керівництва і лідерства. Співвідношення категорій «вплив», «влада», «повноваження», «лідерство». Форми впливу та влади: сила примусу, сила винагороди, влада спеціаліста, еталонна влада, законна, сила взаємодії з підлеглими, інформаційна влада. Типи лідерства в менеджменті: авторитарний, демократичний, ліберальний. Формування ефективного стилю лідерства.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Маркетинг та менеджмент»

Назви розділів і тем	Кількість годин									
	Денна форма					Заочна форма				
	з а г а л ь н и й о б с я г	аудиторні			с а м о с т і й н а р о б о т а	з а г а л ь н и й о б с я г	аудиторні			с а м о с т і й н а р о б о т а
		в с ь о г о	з них				в с ь о г о	з них		
т е о р е т и ч н і			п р а к т и ч н і	т е о р е т и ч н і				п р а к т и ч н і		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Модуль 1										
Суть, принципи та цілі маркетингу. Маркетингове середовище	4	2	2	0	2					
Маркетингові дослідження та сегментація ринку	6	4	2	2	2					
Маркетингова товарна політика	6	4	2	2	2					
Цінова політика. Розподіл товарів	8	2	2	0	6					
Маркетингова політика комунікацій	6	4	2	2	2					
Разом за змістовим модулем 1	30	16	10	6	14					
Модуль 2										
Поняття і сутність менеджменту	4	2	2	0	2					
Інформація і комунікації в менеджменті. Відповідальність та етика	6	2	2	0	4					
Розробка та ухвалення управлінських рішень	6	4	2	2	2					
Управління конфліктними ситуаціями.	6	4	2	2	2					
Керівництво та лідерство в менеджменті	8	2	2	0	6					
Разом за змістовим модулем 2	30	14	10	4	16					
РАЗОМ за V семестр	60	30	20	10	30					

5. МЕТОДИ ТА ФОРМИ НАВЧАННЯ

I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності

Словесні методи (бесіда, розповідь, пояснення, лекції тощо) характерні тим, що інформацію для засвоєння здобувач освіти отримує вербальними засобами, тобто через слово.

Наочні методи - інформація для засвоєння одержується на основі сенсорно- перцептивної діяльності (демонстрування, ілюстрації, показ об'єкта, моделі).

Практичні методи. Суть їх у тому, що шляхом виконання практичних дій здобувач освіти отримує деяку інформацію, яку аналізує, робить висновок і приходить до тих знань, які необхідно засвоїти. Особливість методу в тому, що діяльність з одержання знань накладається в часі на діяльність з їх застосування, що дає винятково важливий педагогічний ефект.

II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності.

1. Бесіда, або діалог з аудиторією. Ставиться серія запитань, які потребують відповіді. Це дає можливість зрозуміти, чи готові здобувачі освіти сприймати новий матеріал, чи їх потрібно активізувати. Практика підказує, що здобувачі освіти ідуть на заняття не підготовлені, але коли знають, що буде опитування – готуються. Разом з тим це дає можливість виявити прогалини, що важливо не стільки для здобувача освіти, як для викладача.

2. Сократична бесіда. Ставиться серія запитань, які дають можливість здобувачу освіти дати не повну відповідь, що спонукає з зацікавленістю сприймати новий матеріал.

3. Проблемне заняття. Висловлюється проблема, з метою викликати зацікавленість у здобувачів освіти. Цей вид інтерактивних технологій можна використовувати після опрацювання серії занять, бо здобувачі освіти вже повинні мати багаж знань.

4. Дискусія. Відбувається активний обмін думками. Це різновид проблемних лекцій. Проводяться ділові ігри, самостійна робота. Лекція-дискусія дає можливість охопити складний, великий за обсягом і найбільш вдалий матеріал.

5. Аналіз конкретних ситуацій. Береться конкретна ситуація з життя (професійна діяльність, соціум тощо) і вирішується різними шляхами. Сьогодні неможливо навчати здобувача освіти старими методами. Знань стало так багато, професійні навички стали настільки багатоманітними, що їх неможливо передати в повному обсязі в межах традиційних методів, шляхом ретрансляції, позбавленої емоційності.

6. Заняття з використанням техніки зворотного зв'язку. Після подачі лекції починається її обговорення. З'ясовується наскільки здобувачі освіти зрозуміли матеріал.

7. Консультація. Для індивідуальної роботи зі здобувачами освіти використовую

пояснення.

6. МЕТОДИ ТА ФОРМИ КОНТРОЛЮ

За місцем у навчальному процесі розрізняють **вхідний, поточний, періодичний, підсумковий види контролю.**

Вхідний контроль – використовують перед вивченням нової теми на початку семестру для з'ясування загального рівня підготовки здобувачів освіти з дисципліни, щоб передбачити організацію їх навчально-пізнавальної діяльності.

Поточний контроль – спостереження викладача за навчальною діяльністю здобувачів освіти на занятті. Метою його є отримання оперативних даних про рівень знань здобувачів освіти і якість навчальної роботи на занятті, оптимізація управління навчальним процесом.

Періодичний (тематичний) контроль – виявлення й оцінювання засвоєних на кількох попередніх заняттях знань, умінь здобувачів освіти з метою визначення, наскільки успішно вони володіють системою знань, чи відповідають ці знання програмі. Різновидом періодичного є **тематичний контроль**, що полягає у перевірці та оцінюванні знань здобувачів освіти з кожної теми і спрямований на те, щоб усі належно засвоїли кожен модуль.

Підсумковий контроль здійснюється наприкінці семестру або навчального року. Підсумкову оцінку за семестр виставляють за результатами тематичного оцінювання, за рік – на основі семестрових оцінок.

Навчальні досягнення здобувачів освіти з навчальної дисципліни «Маркетинг та менеджмент» можуть оцінюватися за кредитно-трансферною системою ЄКТС, в основу якої покладено принцип прозорості, об'єктивності, індивідуальності та певної уніфікованості. Головне завдання при цьому – досягти найбільш ефективного та об'єктивного оцінювання, яке повинне одночасно виконувати контролюючу й мотивуючу функції.

Кожен модуль включає лекційні та практичні заняття, самостійну роботу.

Модульний контроль знань здобувачів освіти здійснюється через проведення аудиторних письмових контрольних робіт або комп'ютерного тестування.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- своєчасність виконання завдань;
- повний обсяг їх виконання;
- якість виконання навчальних завдань;
- самостійність виконання;
- творчий підхід до виконання завдань;
- ініціативність у навчальній діяльності.

Форма підсумкового контролю успішності навчання – диференційований залік – 5й семестр 3го року навчання (денна форма).

7. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання навчальних досягнень здобувачів освіти здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання навчальних досягнень здобувачів освіти у Білгород-Дністровському фаховому коледжі природокористування, будівництва та комп'ютерних технологій».

Формою семестрової атестації є диференційований залік – 5й семестр 3го року навчання (денна форма).

Результати навчання здобувачів фахової передвищої освіти Коледжу з теоретичної та практичної підготовки можуть оцінюватись за 100-бальною шкалою, оцінкою в ЄКТС.

Відповідно рейтинг здобувача освіти із засвоєння навчальної дисципліни може складатися з рейтингу з навчальної роботи – 70 балів та рейтингу з атестації – 30 балів. Таким чином, на оцінювання засвоєння змістових модулів, на які поділяється навчальний матеріал дисципліни, передбачається 70 балів. Рейтингові оцінки із змістових модулів, як і рейтинг з атестації, теж обчислюються за 100-бальною шкалою.

Для занесення оцінок до екзаменаційної відомості, індивідуального навчального плану здобувача освіти (залікової книжки) та журналу рейтингової оцінки знань здобувача освіти його рейтинг з різних видів навчальної роботи у балах переводиться у національну та ЄКТС (Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система) оцінки згідно з таблицею.

Відповідність результатів контролю знань за різними шкалами і критерії оцінювання

Оцінка ЄКТС	Сума балів за 100 бальною шкалою	Націо нальна шкала (12-бальна)	Націо нальна шкала (4-бальна)	Рівень компетен тності	Критерії оцінювання
A	90 – 100 (відмінно)	12-10	відмінно	Високий рівень	Здобувач освіти виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно здобувати знання, без допомоги викладача знаходить та опрацьовує необхідну інформацію, вміє використовувати набуті знання і вміння для ухвалення рішень у нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді, самостійно розкриває власні обдарування і нахили.
B	85 – 89 (дуже добре)	9-8	добре	Достатній рівень	Здобувач освіти вільно володіє вивченим обсягом матеріалу, застосовує його на практиці, вільно розв'язує справи і задачі у стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна
C	75 – 84 (добре)	7			Здобувач освіти вміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача; в цілому самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, серед яких є суттєві, добирати аргументи для підтвердження думок
D	70 – 74 (задовільно)	6-5	задовільно	Середній рівень	Здобувач освіти відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень; з допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, серед яких є значна кількість суттєвих.
E	60 – 69 (достатньо)	4			Здобувач освіти володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні
FX	35 – 59 (незадовільно)	3	незадовільно	Початковий рівень	Здобувач освіти володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу
F	1 – 34 (незадовільно)	2			Здобувач освіти володіє матеріалом на елементарному рівні засвоєння, викладає його уривчастими реченнями, виявляє здатність викласти думку на елементарному рівні.
		1			Здобувач освіти навчальним матеріалом на рівні елементарного розпізнавання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів, що

позначаються учнем окремими словами чи реченнями.

8. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

1. Підручники та посібники.
2. Конспекти лекцій.
3. Лекції на електронних носіях
4. Презентації
5. Методичні вказівки до практичних робіт.
6. Матеріали для самостійного вивчення на електронних носіях.
7. Індивідуальні завдання студентів
8. Матеріали з контролю знань студентів

Вивчення дисципліни здобувачами освіти передбачає вміння використовувати різні інформаційні ресурси – опубліковану українську та іноземну літературу (нормативні документи, підручники, навчальні посібники, наукові періодичні та монографічні видання, словники, довідники тощо), методичну літературу та Інтернет-джерела.

9. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Менеджмент : навч. посіб. / Муромець Н.Є., Мирошниченко Ю.В., Корсаков Д. О.; Харків. торг.-екон. ін-т Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. Харків: Мезіна В.В., 2017. 322 с.
2. Негрей М.В., Тужик К.Л. Теорія прийняття рішень. К.: Центр навчальної літератури, 2018. – 272 с.
3. Рульєв В.А., Гуткевич С.О. Менеджмент. К.: Центр навчальної літератури, 2019. – 312 с.
4. Скібіцька Л.І. Організація праці менеджера. К.: Центр навчальної літератури, 2019. – 360 с.
5. Осовська Г.В. Менеджмент: підручник / Г.В. Осовська, О.А. Осовський – вид. 4-е, перероблене і доповнене. – К.: Кондор-Видавництво, 2015. – 563 с.
6. Палеха Ю, Мошек Г., Миколайчук І. Основи менеджменту. Теорія і практика: навч. посіб. К.: ЛіраК, 2018. 528 с.
7. Julie Zhuo. The Making of a Manager: What to Do When Everyone Looks to You. Virgin Digital 2019. 274 p.
8. Адізес Іцхак. Як подолати кризу управління. Харків : Фабула, 2019. 272 с.
9. Анісімова Л.А., Жилінська О.І. Менеджмент: практикум. Видання друге. Навч. посіб. К.: 2018. 237 с.
- 10.Аппело Юрген. Менеджмент 3.0. Agile-менеджмент. Лідерство та управління командами. Харків : Фабула, 2019. – 464 с.

11. Білорус Т.В. Менеджмент: практикум. навчальний посібник К. : Київський університет. – 2020. 185с.
12. Лі Цзиці. Лідерські якості менеджерів: вектори успіху [Монографія]. К. : Центр навчальної літератури, 2018 р. – 184 с.
13. Лутай Л.А. Формування системи соціального управління персоналом підприємства: стратегічний підхід» монографія / Л.А. Лутай, А.В. Черкасов, Ю.М. Рудь; за ред. Л.А. Лутай. – К. : ПК ДСЗУ, 2016. – 241 с.
14. Основи менеджменту: підручник для студентів вищих навчальних закладів / Мазаракі А.А., Кузьмін
15. О.Є., Мельник О.Г. та ін.; за ред. А.А. Мазаракі. – Харків: Фоліо, 2014. – 846 с.

Допоміжна

16. Маркіна І.А., Біловол Л.І., Власенко В.А. Менеджмент організації. К.: Центр навчальної літератури, 2019. – 248 с.
17. Міждисциплінарний словник з менеджменту / За ред. Д.М. Черваньова, О.І. Жилінської. – К.: Нічлава, 2011. – 623 с.
18. Мошек Г.Є., Ковальчук М.М., Поканевич Ю.В. та ін. Менеджмент: навч. посіб. К.: Ліра-К, 2016. – 551 с.
19. Святненко В.Ю. «Делегування повноважень як напрям підвищення ефективності управлінської праці» // Матеріали I Міжнародного економічного форуму / За аг. Ред. проф.. А.І. Ігнатюк: – К.: ФОП Ямчинський О.В., 2019. – Вип. I. Частина I – 154 с. С. 149-150.
20. Федоренко В. Г. Менеджмент: підручник. К.: Алерта, 2015. – 491 с.
21. Яланська С.П.. Творча компетентність менеджера та соціально-психологічний клімат в колективі : стаття С. П. Яланська. – К.: Економіка, організація і управління підприємством, 2015. С. 128-131.