

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ І ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

Державний методичний центр навчальних закладів  
культури і мистецтв

## ОСНОВИ ПІДПРИЄМСТВА І УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Програма  
для вищих навчальних закладів культури і мистецтв  
I-II рівнів акредитації

Спеціальність “Діловодство”

Київ – 2005



МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ І ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

Державний методичний центр навчальних закладів  
культури і мистецтв

## **ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА І УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Програма  
для вищих навчальних закладів культури і мистецтв  
I–II рівнів акредитації

Спеціальність “Діловодство”

2005

Видання здійснено на замовлення Державного методичного центру навчальних закладів культури і мистецтв України

## ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА І УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Програма для вищих навчальних закладів культури і мистецтв І–ІІ рівнів акредитації, – Вінниця: НОВА КНИГА, 2005. – 20 с.

Укладач:	<b>С. О. Запара</b> – викладач ОКЗ “Харківське училище культури”
Рецензенти:	<b>О. М. Кобелев</b> – кандидат пед. наук, ст. викладач Харківської державної академії культури <b>М. В. Наюк</b> – заступник директора Київського обласного училища культури
Відповідальний за випуск	<b>Т. Ф. Стронько</b>
Редактор	<b>В. Д. Мельничук</b>

Підписано до друку 02.12.05 р. Гарнітура Times  
Формат 60×84<sub>1/16</sub>. Папір офсетний. Друк офсетний.  
Обл.-вид. арк. 1,25. Наклад 100 прим.

Видавництво «Нова Книга» м. Вінниця, вул. Стеценка, 46/85  
Свідоцтво про внесення до державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції ДК №103 від 30.06.2000 р.  
Тел. (0432)52-34-80, 52-34-82 Факс 52-34-81  
E-mail: newbook1@vinnitsa.com  
www.novaknyha.com.ua

© Державний методичний центр навчальних закладів культури і мистецтв України, 2005

## Пояснювальна записка

Навчальна дисципліна “Основи підприємництва і управлінської діяльності” входить до складу інтегрованого курсу “Діловодство”. Програма складена відповідно до діючого навчального плану для училищ культури. Обсяг курсу розраховано на 162 години. З них:

- лабораторно-практичні роботи – 132 години;
- самостійна робота – 30 годин.

Зважаючи на те, що весь теоретичний матеріал винесено на самостійне вивчення, тематика лабораторно-практичних робіт детально розроблена з метою закріплення теоретичного матеріалу.

Навчальна дисципліна “Основи підприємництва і управлінської діяльності” включає в себе загальні питання з підприємницької діяльності, загальну характеристику комплексу маркетингу і його складових елементів. Третій розділ програми “Менеджмент” розкриває сутність, концептуальні підходи і основи теорії менеджменту. Основна увага приділяється питанням планування, організації, керівництва, теорії прийняття рішень.

Таким чином, головна мета навчальної дисципліни – дати знання з основ підприємництва і управлінської діяльності, навчити майбутнього спеціаліста орієнтуватися в соціально-економічних умовах діяльності сучасних організацій.

Завдання навчальної дисципліни – послідовно, методично вірно спрямувати самостійну роботу студентів і висвітлити питання практичних занять з проблем підприємництва, маркетингу, менеджменту.

Пропонуються такі форми поточного та рубіжного контролю: опитування на заняттях, ділові ігри, доповіді, реферати, три контрольні роботи, тестування з окремих тем та курсу взагалі, іспит у 4 семестрі і диференційований залік у 6 семестрі.

При розробці програми були вивчені наукові, навчальні, довідкові видання, які відбивають сучасний стан питань підприємництва, маркетингу і менеджменту.

**Тематичний план**

№ п/п	Назви розділів, тем	Кількість годин		
		Всього	Самостійна робота	Лабораторно - практичні роботи
1	Вступ <b>I. Основи підприємництва</b> Сутність і форми підприємництва	2	–	2
		1	1	–
2	Умови здійснення підприємницької діяльності	5	1	4
3	Підприємство. Види підприємств	4	1	3
	<b>Контрольна робота</b>	1	-	1
4	<b>II. Маркетинг</b> Маркетинг як соціально-економічне явище	3	1	2
5	Управління маркетингом	8	2	6
6	Маркетингові дослідження і маркетингова інформація	14	2	12
7	Маркетингове середовище	5	1	4
8	Ринок. Сегментування ринку і позиціонування товару	10	2	8

9	Розробка, розповсюдження, просування товару. Встановлення ціни на товар	19	3	16
10	Маркетинг послуг та маркетинг у сфері некомерційної діяльності	3	1	2
11	Маркетинг та суспільство	9	1	8
<b>Контрольна робота</b>		2	–	2
12	<b>III. Менеджмент</b> Менеджмент: поняття, предмет та завдання. Еволюція та базові школи в теорії менеджменту	6	2	4
13	Планування як основа усіх управлінських функцій	8	2	6
14	Організація як взаємозв'язок людей і дій в процесі досягнення цілей	14	2	12
15	Трудові колективи як об'єкт керівництва	24	2	22
16	Сутність і призначення контролю	6	2	4
17	Прийняття рішень	6	2	4
18	Організація і ведення ділових бесід, переговорів	7	1	6
19	Організація індивідуальної роботи менеджера	4	1	3
<b>Контрольна робота</b>		1	–	1
<b>Всього:</b>		162	30	132

## ВСТУП

Програма курсу, його мета, предмет вивчення, завдання. Зміст і структура навчальної дисципліни. Взаємозв'язок із загальнонауковими і спеціальними навчальними дисциплінами. Значення курсу для професійної підготовки.

Організація навчального процесу, методи вивчення курсу. Форми аудиторних занять, організація самостійної роботи.

Форми контролю знань.

Бібліографічний огляд видань з дисципліни.

## РОЗДІЛ I. ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

### Тема 1. Сутність і форми підприємництва

Економічна природа підприємництва. Підприємницька ініціатива. Соціально-економічна еволюція підприємництва. Цілі і мотиви підприємницької діяльності.

Середовище і функції підприємництва. Фактори підприємництва. Фізичні та юридичні особи.

Організаційні форми підприємництва: індивідуальні підприємці, товариство (партнерство), корпорація.

### Тема 2. Умови здійснення підприємницької діяльності

Становлення ринкових відносин в Україні. Стимулювання підприємництва і розвиток держави. Державна підтримка підприємництва. Державне регулювання підприємництва. Законодавство України про підприємницьку діяльність.

Етика підприємництва. Законодавство України про захист від недобросовісної конкуренції.

### *Лабораторно-практична робота (4 години)*

Вивчення і аналіз законодавчо-правових актів з питань організації та заняття підприємницькою діяльністю.

### Тема 3. Підприємство. Види підприємств

Підприємство як особлива форма організації виробництва. Основні цілі підприємства. Види підприємств.

Створення підприємства і порядок його реєстрації.

Гарантії прав та інтересів підприємств. Правові та економічні умови господарчої діяльності підприємства.

### *Лабораторно-практична робота (3 години)*

Бізнес-плану: призначення, аналіз змісту.

### *Контрольна робота*

## РОЗДІЛ II. МАРКЕТИНГ

### Тема 4. Маркетинг як соціально-економічне явище

Визначення поняття "маркетинг". Вплив маркетингу на споживачів.

Концепції управління маркетингом. П'ять підходів ведення маркетингової діяльності комерційними організаціями: концепція удосконалення виробництва, концепція удосконалення товару, концепція інтенсифікації комерційних зусиль, концепція маркетингу, концепція соціально-етичного маркетингу.

Цілі системи маркетингу.

### *Лабораторно-практична робота (2 години)*

Порівняльна характеристика підходів до управління маркетингом.

### Тема 5. Управління маркетингом

Процес управління маркетингом: аналіз ринкових можливостей, відбір цільових ринків, розробка комплексу маркетингу, втілення в життя маркетингових заходів.

Розробка комплексу маркетингу. Чотири складові комплексу маркетингу: товар, ціна, розповсюдження, стимулювання.

Втілення в життя маркетингових заходів. Системи планування маркетингом, організації служб маркетингу, маркетингового контролю.



### *Лабораторно-практична робота (6 годин)*

1. Розгляд, порівняння та складання схеми організації відділу маркетингу (2 години).
2. Визначення етапів процесу управління маркетингом. Складання схеми (2 години).
3. Опис основних етапів процесу управління маркетингом на прикладі товару чи послуги (за вибором викладача) (2 години).

### **Тема 6. Маркетингові дослідження і маркетингова інформація**

Системи маркетингової інформації: внутрішньої звітності, збору зовнішньої поточної маркетингової інформації, маркетингових досліджень, аналізу маркетингової інформації.

Маркетингові дослідження: вияв проблем, формування цілей дослідження; відбір джерел інформації; збір інформації; аналіз зібраної інформації; надання результатів.

Поняття “первинні” і “вторинні” дані. Три засоби збору первинних даних (спостереження, експеримент, опитування).

### *Лабораторно-практична робота (12 годин)*

1. Складання питань різних типів для анкети (2 години).
2. Розробка анкети для збору первинних даних при проведенні маркетингового дослідження (4 години).
3. Підготовка питань для проведення особистого інтерв'ю (2 години).
4. Ділова гра “Особисте інтерв'ю” (4 години).

### **Тема 7. Маркетингове середовище**

Маркетингове середовище фірми. Основні фактори мікросередовища функціонування фірми: поставники, інші групи фірми (керівництво, фінансова служба, виробництво, бухгалтерія та інші), клієнтура, контактні аудитори.

Основні фактори макросередовища функціонування фірми: демографічні, економічні, природні, науково-технічні, політичні, культурні.

### *Лабораторно-практична робота (4 години)*

1. Загальна характеристика впливу макросередовища на діяльність фірми (2 години).
2. Складання характеристики культурного середовища певної соціальної групи населення (2 години).

### **Тема 8. Ринок. Сегментування ринку і позиціонування товару**

Ринки споживання. Модель купівельної поведінки. Характеристика покупця. Фактори, які впливають на купівельну поведінку: культурні, соціальні, особисті, психологічні.

Процес прийняття рішення про купівлю: усвідомлення проблеми, пошук інформації, оцінка варіантів, рішення про купівлю, реакція на покупку.

Ринок підприємств. Ринок товарів промислового призначення. Ринок проміжних продавців.

Три підходи до ринку: масовий маркетинг, товарно-диференційний маркетинг, цільовий маркетинг.

Заходи цільового маркетингу: сегментування ринку, вибір цільових сегментів, позиціонування товару на ринку.

Основні принципи сегментування ринків споживання і ринків товарів промислового призначення.

### *Теми лабораторно-практичних завдань (8 годин)*

1. Порівняльний аналіз маркетингу на ринку підприємств і маркетингу на ринку споживання (2 години).
2. Вивчення процесу сприйняття споживачем товарів-новинок (2 години).
3. Вивчення основних принципів сегментування ринків споживання (2 години).
4. Аналіз трьох варіантів охоплення ринку: недиференційований маркетинг, диференційований маркетинг, концентрований маркетинг (2 години).

### **Тема 9. Розробка, розповсюдження, просування товару.**

#### **Встановлення ціни на товар**

Визначення понять “товар”, “товарна одиниця”. Три рівні товару: товар по задуму, товар у реальному виконанні, товар з підкріпленням. Основні види класифікації товарів: товари тривалого користування, товари короткочасного користування, послуги.

Класифікація товарів широкого споживання. Класифікація товарів промислового призначення.

Розробка товаро-марочної політики. Упакування і маркування товарів. Товарний асортимент фірми.

Розробка товарів (розробка нових товарів, життєвий цикл товару).

Встановлення цін на товари. Типи ринкової конкуренції. Попит. Методи ціноутворення. Види скидок.

Методи розповсюдження товарів: канали розподілу і товарорух; роздрібна і оптова торгівля.

Просування товарів: комплекс стимулювання, елементи процесу маркетингової комунікації, реклама, стимулювання збуту і пропаганда.

#### **Лабораторно-практична робота (16 годин)**

1. Вивчення і аналіз трьох рівнів товару (2 години).
2. Аналіз товаро-марочної політики фірми (2 години).
3. Вивчення етапів процесу створення нового товару (2 години).
4. Аналіз життєвого циклу товару (2 години).
5. Вивчення рівнів і функцій каналів розповсюдження (2 години).
6. Розробка рекламної програми (2 години).
7. Розробка програми стимулювання збуту (2 години).
8. Складання плану пропаганди (2 години).

### **Тема 10. Маркетинг послуг та маркетинг у сфері некомерційної діяльності**

Маркетинг послуг, сутність поняття “послуга” (основні характеристики, класифікація). Розповсюдженість і значимість маркетингу в сфері послуг.

Маркетинг організацій. Маркетинг окремих особистостей. Маркетинг місць. Маркетинг ідей.

#### **Лабораторно-практична робота (2 години)**

Співвідношення складових комплексу маркетингу (товар, ціна, методи розподілу і стимулювання) з проведенням компанії суспільного маркетингу.

### **Тема 11. Маркетинг та суспільство**

Критичне ставлення спільноти до маркетингу: вплив маркетингу на індивідуальних споживачів, вплив маркетингу на суспільство в цілому.

Діяльність громадян по регулюванню маркетингу: рух по захисту споживачів, рух за охорону навколишнього середовища.

Державне регулювання маркетингу. Становлення соціально відповідального маркетингу. Моральні принципи маркетингу.

#### **Лабораторно-практична робота (8 годин)**

Проведення аналізу маркетингової діяльності фірми за поданою схемою.

#### **Контрольна робота**

## **РОЗДІЛ III. МЕНЕДЖМЕНТ**

### **Тема 12. Менеджмент: поняття, предмет та завдання.**

#### **Еволюція та базові школи в теорії менеджменту**

Зміст поняття “менеджмент”. Відмінність поняття “менеджмент” від поняття “управління”. Предмет і завдання менеджменту як наукової дисципліни.

Сучасний менеджер. Вимоги до базової освіти менеджера.

Взаємозв'язок розвитку промисловості, соціально-економічного прогресу і теорії менеджменту. Еволюція і спадкоємність наукових підходів в теорії менеджменту. Наукові школи у менеджменті: науковий метод, адміністративний підхід, школа “людських відносин”, біхевіористський, кількісний, процесний, системний, ситуаційний підходи. Використання елементів різноманітних підходів до управління.

### *Лабораторно-практична робота (4 години)*

1. Складання схеми “Структура вимог до базової освіти менеджера” (2 години).
2. Порівняльна характеристика наукових шкіл в менеджменті (2 години).

### **Тема 13. Планування як основа усіх управлінських функцій**

Поняття і сутність планування. Мета і завдання планування. Види планів. Стратегічне і тактичне планування. Залежність вибору форм і методів планування від невизначеності і швидкості наростання змін у зовнішньому середовищі.

Організаційні цілі: висування, деталізація, пріоритети. Вимоги до успішного формування системи цілей.

Стратегічне планування: зміст і завдання стратегічного планування, аналіз стратегічних завдань, розробка альтернативних варіантів і вибір стратегії.

Планування реалізації стратегії. Сутність, зміст і завдання тактичного планування. Уточнення цілей. Розробка політики, процедур, правил бюджету. Виробничий контроль.

### *Лабораторно-практична робота (6 годин)*

1. Порівняльна характеристика стратегічного планування (2 години).
2. Опис взаємозв'язку планування і контролю (2 години).
3. Характеристика складу і змісту основних етапів стратегічного планування (2 години).

### **Тема 14. Організація як взаємозв'язок людей і дій в процесі досягнення цілей**

Структуризація і делегування повноважень. Структури управління: лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, дивізійна, проектно-організаційна, матрична.

Управління персоналом: поняття і завдання управління людськими ресурсами; планування потреби, залучення і відбір персоналу, оцінка діяльності, навчання і підвищення кваліфікації.

Організаційна (корпоративна) культура і розвиток організації. Поняття і значення корпоративної культури для ефективного функціонування і адаптації організації у змінному зовнішньому середовищі. Необхідність організаційного розвитку, діагностика проблеми. Природа причин стресу, необхідність управління стресом.

### *Лабораторно-практична робота (12 годин)*

1. Характеристика основних типів структур управління і факторів, визначаючих еволюцію структурних рішень (2 години).
2. Характеристика основних завдань управління персоналом (2 години).
3. Підготовка ділової гри (4 години).
4. Проведення ділової гри “Співбесіда при працевлаштуванні” (2 години).
5. Виконання ситуаційних вправ з теми (2 години).

### **Тема 15. Трудові колективи як об'єкт керівництва**

Організація як соціальна система. Організація і проблеми особистості. Фактори, які формують організаційну поведінку (структура особистості, міжособова взаємодія, робочі групи). Дизайн, культура виробництва та проектування робочих місць, мотивація, лідерство, комунікації. Фактори, які формують організаційний вплив. Влада, джерело влади і особистий вплив менеджера.

Поняття “особистість”. Підходи до вивчення особистості: біологічний, соціальний, психоаналітичний, біхевіористський. Рівні опису особистості. Факторний аналіз основних властивостей особистості. Тест Кеттела. Вплив ситуації на прояв властивостей особистості. Тест Айзенка. Використання аналізу особистих структур в практичному менеджменті.

Мотивація. Потреби і мотиваційна поведінка. Змістовні теорії мотивації (Маслоу, Мак-Клеланда, Герцберга). Процесуальні теорії мотивації (теорія справедливості, теорія очікування, модель мотивації Портера-Лоулера).

Групи і групова динаміка. Природа й основні типи груп. Статуси, ролі, норми поведінки. Груповий контроль і групові комунікації.

Лідерство. Теорія рис лідерства. Поведінська теорія лідерства. Континуум базових стилів лідерства.



Управління конфліктними ситуаціями. Поняття і природа конфліктів, наслідки. Види конфліктів. Структурні методи управління конфліктною ситуацією (роз'яснення вимог до роботи, забезпечення балансу повноважень, прав, відповідальності тощо). Міжособистісні стилі вирішення конфліктів (ухилення, згладжування, примушування, компроміс), вирішення проблем.

Комунікації. Стадії і канали процесу комунікації. Види повідомлень. Бар'єри на шляху передачі повідомлень, пов'язані з середовищем. Значення зворотного зв'язку при комунікації. Режими міжособистісної комунікації (мислення, жести, вибіркоче сприйняття мовлення, слухання, читання). Забезпечення ефективних комунікацій в організаціях.

#### *Лабораторно-практична робота (22 години)*

1. Визначення типів керівника на основі характеристик (2 години).
2. Аналіз ситуацій, де найбільш використовується авторитарний, демократичний і ліберальний керівник (2 години).
3. Проведення тестування "Керівник чи підлеглий" (2 години).
4. Розробка та аналіз ситуацій, в яких сьогодні можливе використання політики "батога і пряника" (2 години).
5. Вибір ситуації (із переліку) і розробка системи стимулювання з урахуванням основних видів теорії мотивації (2 години).
6. Аналіз групової динаміки колективу (2 години).
7. Визначення видів конфліктів (2 години).
8. Вивчення етапів вирішення конфліктних ситуацій різними методами. (2 години).
9. Вирішення конфліктних ситуацій (2 години).
10. Вивчення загальних правил раціонального слухання (2 години).
11. Вирішення ситуацій, які виникають в процесі комунікації (2 години).

#### **Тема 16. Сутність і призначення контролю**

Контроль, контролінг і системи бізнесу. Типи і об'єкти контролю. Характеристики ефективного контролю.

Процес контролю та його стадії. Визначення масштабу допустимих відхилень. Влада і контроль. Поведінські аспекти процесу контролю.

#### *Лабораторно-практична робота (4 години)*

1. Вивчення і характеристика основних видів контролю і етапів процесу контролю (2 години).
2. Вирішення ситуаційних завдань з теми (2 години).

#### **Тема 17. Прийняття рішень**

Поняття, ознаки і класифікація рішень, критерії замірів результатів. Взаємозв'язок і відмінність понять "управлінська проблема", "управлінське рішення". Фактори середовища, які впливають на прийняття рішень. Стадії процесу прийняття рішень.

#### *Лабораторно-практична робота (4 години)*

1. Вивчення основних етапів прийняття рішень (2 години).
2. Вирішення ситуаційних завдань (2 години).

#### **Тема 18. Організація і ведення ділових бесід, переговорів**

Загальна характеристика і критерії ефективності ділових бесід і переговорів. Принциповий підхід до ведення ділових переговорів. Рекомендації по використанню основних елементів переговорного процесу. Склад, зміст і рекомендації по плануванню і здійсненню ділових переговорів.

#### *Лабораторно-практична робота (6 годин)*

1. Вивчення змісту основних етапів переговорного процесу (2 години).
2. Складання схеми планування ведення ділової бесіди або переговорів (2 години).
3. Вирішення проблемних ситуацій переговорного процесу (2 години).

#### **Тема 19. Організація індивідуальної роботи менеджера**

Самоуправління. Висування і деталізація особистих цілей, визначення пріоритетів. Діагностика потенціалу особистості.

Постановка завдань саморозвитку і удосконалення особистості менеджера.

Режим трудового процесу, раціоналізація розпорядку дня. Правила ефективного управління часом.

### *Лабораторно-практична робота (3 години)*

1. Характеристика системи "Тайм-менеджер" (2 години).
2. Складання плану робочого дня менеджера (1 година).

### *Контрольна робота*

#### **Література**

##### **до розділу I "Основи підприємства"**

1. Закон України про підприємництво // Збірник законодавчо-правових актів з питань організації та заняття підприємницькою діяльністю. Ч.1 / Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України. – К., 2000. – С. 3–19.
2. Закон України про державну підтримку малого підприємництва // Збірник законодавчо-правових актів з питань організації та заняття підприємницькою діяльністю. Ч.1 / Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України. – К., 2000. – С. 20–27.
3. Закон України про підприємництво в Україні // Збірник законодавчо-правових актів з питань організації та заняття підприємницькою діяльністю. Ч.1 / Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України. – К., 2000. – С. 40–61.
4. Закон України про захист від недобросовісної конкуренції // Збірник законодавчо-правових актів з питань організації та заняття підприємницькою діяльністю. Ч.1 / Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України. – К., 2000. – С. 230–240.
5. Бизнес-план: Методика разработки 25 реальных образцов бизнес-плана / Горемочкин В. А., Богомолов А. Ю. – М.: "Ось-89", 2000. – 576 с.
6. Варналій З. С. Основи підприємництва: Навч. посібник / З.С.Варналій. – К.: Знання-Прес, 2002. – 239 с.: іл.
7. Васюта-Беркут Ю. О. Організаційна структура управління підприємством / Ю. О. Васюта-Беркут // Коледжанин. – 2002. – № 11 (11). – С. 19–25.
8. Довідник приватного підприємця / За заг. ред.. В. Д. Кончи. – К.: Літера ЛТД, 2001. – 224 с.
9. Економіка підприємства: Підручник / За ред.. С. Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, перероб. та доп., – К., 2000. – 528 с.: іл..

10. Как это делается: Регистрация субъектов предпринимательской деятельности // Акценты. – 1997. – № 1 (1). – С. 26–27.
11. Кисельов А. П. Основи бізнесу: Підручник. – К.: Вища шк., 1998. – 191 с.: іл.

#### **Література**

##### **до розділу II "Маркетинг"**

1. *Абрамова Г. П.* Маркетинг: Вопросы и ответы. – М.: Агропромиздат, 1991. – 158 с.
2. *Бродовой Г. В.* Товарный знак – от А до Я // Акценты. – 1997. – № 4. – С. 26–27.
3. *Викентьев И.* Мифы отечественной рекламы и их опровержение // Деловая жизнь. – 1996. – № 28. – С. 24–25.
4. *Герасимова Л. Н.* Маркетинг информационных продуктов и услуг. М., 1997. – 115 с.
5. *Котлер Ф.* Основы маркетинга. – М.: Ростинер, 1996. – 698 с.
6. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 2-ге европ. изд. – К.; М.; Сп-б.: Изд. Дом "Вильемс", 1998. – 1056 с.
7. Основы рыночной экономики Украины. Власть. Право. Предпринимательство. Финансы. Налоги. Маркетинг. Менеджмент. Торговля. Реклама. Преступность: Учеб. пособие / Селезнев В. В. – К.: А.С.К., 2000. – 544 с.
8. *Прауде В. Р., Білий О. Б.* Маркетинг: Навч. посібник, – К.: Вища шк., 1994. – 256 с.

#### **Література**

##### **до розділу III "Менеджмент"**

1. *Берн Э.* Игры в которые играют люди: Психология человеческих взаимоотношений; Люди, которые играют в игры: Психология человеческой судьбы: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1988.
2. *Блейк Р., Моутон Д.* Научные методы управления: Пер. с англ. – К.: Наукова думка, 1996.
3. *Васюта-Беркут Ю. О.* Організаційна структура управління підприємством / Ю. О. Васюта-Беркут // Коледжанин. – 2002. – № 11(11). – С.19–25.

