

Київський університет імені Бориса Грінченка

Факультет економіки та управління

Кафедра міжнародної економіки



«ЗАТВЕРДЖУЮ»  
Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи

О.Б.Жильцов

2022 р.

## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### ОСНОВИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

(шифр і назва навчальної дисципліни)

для студентів

спеціальність 061 Журналістика  
(шифр і назва спеціальності)

освітнього рівня першого (бакалаврського)  
(назва освітнього рівня, ОКР)

освітньої програми 061.00.02 Реклама і зв'язки з громадськістю  
(шифр і назва освітньої програми)



Київ – 2022

**Розробник:**

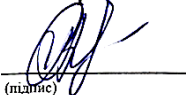
Ушенко Наталя Валентинівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародної економіки факультету економіки та управління Київського університету імені Бориса Грінченка.

**Викладачі:**

Ушенко Наталя Валентинівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародної економіки факультету економіки та управління Київського університету імені Бориса Грінченка.

**Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри міжнародної економіки**

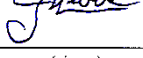
Протокол від 1 вересня 2022 р. № 1.

Завідувач кафедри  А.В. Шлапак  
(підпис)

**Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми (керівником освітньої програми) 061.00.02 Реклама і зв'язки з громадськістю**

(назва освітньої програми)

1.09.2022 р.

Керівник освітньої програми  М.М. Нетреба  
(підпис)

**Робочу програму перевірено**

01.09. 2022 р.

Заступник директора/декана  О.О. Казак

**Пролонговано:**

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ (ПІБ), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ (ПІБ), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ (ПІБ), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ (ПІБ), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання
	денна
<i>Вид дисципліни</i>	Нормативна дисципліна циклу професійної підготовки.
<i>Мова викладання, навчання та оцінювання</i>	українська
<i>Загальний обсяг кредитів / годин</i>	6/180
<i>Курс</i>	2
<i>Семестр</i>	3
<i>Кількість змістових модулів з розподілом:</i>	6
<i>Обсяг кредитів</i>	6
<i>Обсяг годин, в тому числі:</i>	180
<i>Аудиторні</i>	84 (30л/30пр/24с)
<i>Модульний контроль</i>	12
<i>Семестровий контроль</i>	30
<i>Самостійна робота</i>	54
<i>Форма семестрового контролю</i>	іспит

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Мета:** формування системи спеціальних знань з організації підприємницької діяльності, технологією менеджменту та маркетингової діяльності, вироблення у майбутніх фахівців практичних навичок управління бізнес-процесами.

### **Завдання:**

- вивчити організаційно-економічні основи підприємницької діяльності для різних суб'єктів господарювання та пізнання особливостей ведення ними бізнес-справи,

- розкрити сутність і процесу підсистем менеджменту,

- охарактеризувати зміст та особливості реалізації функцій та технологій менеджменту, їх структуру та можливість використання в різних господарських ситуаціях,

- засвоїти технологію розробки та прийняття управлінських рішень, технологію ефективних комунікацій і гнучкого підходу до мотивації в системі соціально-психологічного клімату;

- охарактеризувати види ринків, наслідки дії ринкових сил, умови обміну благами та роль маркетингу;

- розкрити сутність маркетингового комплексу, його значення у діяльності підприємства;

- дослідити види і методи маркетингових досліджень, фактори сегментації, методи аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства;

- з'ясувати зміст товарної, цінової, збутової, комунікаційної політики, маркетингового бюджету.

## 3. Результати навчання за дисципліною

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

### **знати:**

- закономірності і передові форми організації підприємницьких структур;  
- способи та методи започаткування й ведення підприємницької діяльності;

- закони, які визначають правові основи підприємництва;

- основні риси особистості підприємця;

- вимоги щодо підприємницької культури та етики поведінки;

- принципи, закономірності, методи, технології та функції управлінської діяльності в інформаційній сфері;

- систему, концепції, процес, функції, рушійні фактори маркетингу та умови ефективного застосування маркетингу;

- теорію та методологію проведення маркетингових досліджень;

### **вміти:**

- розробляти послідовність створення підприємства;

- аналізувати підприємницьке середовище, виконання функцій бізнесу;

- враховувати вимоги та обмеження законодавства щодо підприємницької діяльності;
- складати установчі документи (установчий договір, статут);
- зіставляти переваги та недоліки різних форм підприємництва, їх ефективність;
- визначати структурні елементи бізнес-середовища та їх характеристики;
- формувати аналітичні навички та вміння щодо прийняття управлінських рішень;
- формувати та вдосконалювати вміння та навички організаційної ефективності та самоменеджменту;
- обрати необхідні види маркетингового дослідження для досягнення визначеної мети, спланувати та здійснити це дослідження
- змоделювати поведінку покупця на ринку під впливом різноманітних факторів;
- здійснити моніторинг підприємств-конкурентів та товарів-конкурентів.

**володіти наступними компетентностями:**

<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>
<b>ЗК 1.</b> Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.
<b>ЗК 3.</b> Здатність бути критичним і самокритичним.
<b>ЗК 6.</b> Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
<b>ЗК 7.</b> Здатність працювати в команді.
<b>ЗК 11.</b> Здатність спілкуватися державною мовою.
<b>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)</b>
<b>СК 4.</b> Здатність організувати й контролювати командну професійну діяльність.
<b>СКУ 7.</b> Здатність виконувати аналітико-прогностичну діяльність на основі дослідження сучасного інформаційного ринку.
<b>Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання</b>
<b>РН 1.</b> Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань
<b>РН 3.</b> Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами
<b>РН 6.</b> Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків
<b>РН 7.</b> Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег
<b>РН 11.</b> Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою
<b>РН 16.</b> Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію
<b>РНУ 19.</b> Проводити якісні та кількісні дослідження в сфері реклами та зв'язків з громадськістю з метою ефективного просування рекламного та PR-продукту.

#### 4. Структура навчальної дисципліни

№	Назви змістових модулів і тем	Розподіл год. між видами роб.					
		денна форма					
		Усьо-го	у тому числі				
л.	пр.		сем.	м.к.	с.р.		
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ</b>							
<b>Модуль 1. Організація підприємницької діяльності та бізнесу</b>							
1	Соціально-економічні аспекти розвитку підприємництва та бізнесу	9	2	2	2		3
2	Підприємництво як процес	7	2		2		3
3	Сучасні організаційні форми підприємництва та бізнесу	7	2	2			3
<i>Разом за модулем 1</i>		<b>25</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>9</b>
<b>Модуль 2. Започаткування бізнес-справи та організаційні форми підприємництва</b>							
4	Технологія створення і організаційний механізм роботи підприємницьких бізнес-структур	9	2	2	2		3
5	Способи організації підприємницької діяльності	7		2	2		3
6	Бізнес-план у підприємстві	7	2	2			3
<i>Разом за модулем 2</i>		<b>25</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>9</b>
<b>Семестровий контроль</b>		10					
<i>За блоком «Підприємництво»</i>		<b>60</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>18</b>
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. МЕНЕДЖМЕНТ</b>							
<b>Модуль 3. Процес управління та загальні функції менеджменту</b>							
7	Сутність, принципи, методи та рівні менеджменту	6	2		2		2
8	Планування в менеджменті	8	2	2	2		2
9	Організація як функція менеджменту	5		2			3
10	Мотивація в управлінні та контроль результатів роботи	6	2	2			2
<i>Разом за модулем 3</i>		<b>27</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>9</b>
<b>Модуль 4. Керівництво та забезпечення його ефективності в організації</b>							
11	Прийняття управлінських рішень	9	2	2	2		3
12	Комунікації в системі менеджменту	7	2		2		3
13	Організаційні зміни та ефективність управління	5		2			3
<i>Разом за модулем 4</i>		<b>23</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>9</b>
<b>Семестровий контроль</b>		10					
<i>За блоком «Менеджмент»</i>		<b>60</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>18</b>
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. МАРКЕТИНГ</b>							
<b>Модуль 5. Основи маркетингу</b>							
14	Теоретичні засади маркетингу	9	2	2	2		3
15	Маркетингове дослідження ринку	9	2	2	2		3
16	Споживчі ринки та поведінка покупців	7	2	2			3
<i>Разом за модулем 5</i>		<b>27</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>9</b>
<b>Модуль 6. Напрями маркетингової політики підприємства</b>							
17	Товарна і цінова політики підприємства	10	2	2	2		4
18	Збутова і комунікаційна політики маркетингу на підприємстві	11	2	2	2		5
<i>Разом за модулем 6</i>		<b>23</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>9</b>
<b>Семестровий контроль</b>		10					
<i>За блоком «Маркетинг»</i>		<b>60</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>18</b>
<b>Семестровий контроль за дисципліною</b>		<b>30</b>					
<b>Усього годин</b>		<b>180</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>24</b>	<b>12</b>	<b>54</b>

## **5. Програма навчальної дисципліни**

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ**

#### **Модуль 1. Організація підприємницької діяльності та бізнесу**

##### **Тема 1. Соціально-економічні аспекти розвитку підприємництва та бізнесу**

Ринкова система економіки як база розвитку підприємництва і бізнесу. Свобода та рівність можливостей. Роль підприємництва в економічному розвитку суспільства. Визначення підприємництва та бізнесу. Економічна свобода – основна умова розвитку бізнесу. Рушійні сили бізнесу.

Підприємництво як елемент бізнесу і тип господарювання. Об'єкт та суб'єкти підприємницької діяльності. Принципи і умови організації підприємницького бізнесу.

Дозвільна система на здійснення бізнесу. Основні види дозвільних документів у підприємстві. Ключові принципи державної політики з питань дозвільної системи у сфері підприємницької діяльності. Вплив держави на діяльність підприємницьких структур.

Основні принципи державної політики у сфері ліцензування. Види підприємницької діяльності, що підлягають ліцензуванню. Основні проблеми, пов'язані з отриманням дозволів та ліцензій.

##### **Тема 2. Підприємництво як процес**

Стадії підприємницького процесу. Схема підприємницької діяльності та бізнесу. Підприємницька ідея: характеристика, методи вироблення, їх позитивні сторони та недоліки. Оцінка джерел придбання нової ідеї. Визначення безпосередньої і потенційної цінності ідеї. Аналіз наявних й оцінка недостатніх ресурсів. Оцінка можливостей застосування способів залучення ресурсів.

Соціально-психологічний портрет підприємця. Репутація підприємця як фактор міцності його становища. Соціологічні дослідження розвитку підприємництва і формування особистості підприємця в Україні. Особисті якості підприємця.

Інновація як засіб розвитку підприємницької діяльності. Характерні особливості методів творчого вирішення проблем: етапи та ймовірні результати.

Складання бізнес-плану. Розробка цільових ринків, прогноз обсягів попиту. Складання плану маркетингу, виробничого і фінансового планів.

##### **Тема 3. Сучасні організаційні форми підприємництва та бізнесу**

Основні форми підприємницької діяльності. Критерії вибору організаційної форми. Складні підприємницькі формування. Підприємство як організаційна структура бізнесу.

Господарські товариства як організаційна форма підприємництва. Права та обов'язки учасників господарського товариства. Спільні підприємства як форма міжнародного підприємництва. Використання підприємництва в некомерційних організаціях. Об'єднання підприємств: переваги й недоліки.

## **Модуль 2. Започаткування бізнес-справи та організаційні форми підприємництва**

### **Тема 4. Технологія створення і організаційний механізм роботи підприємницьких бізнес-структур**

Реєстрація фізичної особи-підприємця. Особливості реєстрації юридичної особи. Документи, необхідні для проведення державної реєстрації юридичної особи і фізичної особи-підприємця. Підстави відмови у проведенні державної реєстрації.

Установчі документи та їх підготовка. Структура статуту і характеристика його розділів. Статутний фонд і його формування. Умови припинення підприємницької діяльності. Технологія створення складних підприємницьких структур.

### **Тема 5. Способи організації підприємницької діяльності**

Способи входження в бізнес. Порівняльні ознаки для вибору місцезнаходження підприємства. Фактори, які впливають на вибір місцезнаходження підприємства. Особливості розміщення виробничих і комерційних підприємств та підприємств сфери послуг. Фактори, що впливають на вибір назви підприємства.

Придбання існуючого бізнесу. Переваги та недоліки створення власного бізнесу. Варіанти придбання існуючого бізнесу. Фактори вибору варіанта придбання існуючого бізнесу. Переваги та недоліки придбання існуючого бізнесу. Система франчайзингу. Учасники франчайзингових відносин.

### **Тема 6. Бізнес-план у підприємстві**

Сутність і зміст бізнес-плану. Цілі, особливості, завдання складання бізнес-плану в підприємстві. Загальні принципи та зауваження при розробці бізнес-плану. Значення і види бізнес-плану. Структура та зміст розділів бізнес-плану.

Технологія складання бізнес-плану підприємства. Особливості розробки оперативного плану. Робота над планом доходів та витрат. Складання плану руху грошових коштів. Розробка балансового плану. Галузеві аспекти розробки бізнес-плану.

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. МЕНЕДЖМЕНТ**

### **Модуль 3. Процес управління та загальні функції менеджменту**

#### **Тема 7. Сутність, принципи, методи та рівні менеджменту**

Сутність і зміст менеджменту, його унікальність, складність та обмеження. Цілі та завдання сучасного менеджменту, його функції. Об'єкти та суб'єкти управління у менеджменті. Менеджер, його функції та основні якості. Рівні менеджменту. Принципи менеджменту. Методи менеджменту.

Загальна характеристика еволюції наукових підходів до управління організацією. Класична теорія менеджменту (школа наукового управління та школа адміністрування): напрямки і цілі досліджень; основні здобутки; значення для сучасної практики. Неокласична (поведінкова) теорія менеджменту (школа людських стосунків, школа організаційної поведінки).



Кількісна теорія менеджменту. Інтегровані підходи до управління. Загальна характеристика процесного, системного та ситуаційного підходів до управління. Сучасні напрямки розвитку науки управління.

Поняття “організація” та його сутність. Ознаки та загальні риси організації як об’єкту управління. Зовнішнє та внутрішнє середовище організації. Моделі організації та концепції управління організацією.

### **Тема 8. Планування в менеджменті**

Сутність планування як функції менеджменту. Планування основних видів управлінської діяльності: розподілу організаційних ресурсів, адаптації до зовнішнього середовища, внутрішньої координації для досягнення ефективної інтеграції внутрішніх дій, усвідомлення організаційних стратегій.

Вимоги до планування. Модель процесу планування: розробка місії організації; формулювання цілей; оцінювання і аналіз зовнішнього середовища; управлінське обстеження сильних і слабких сторін організації; аналіз стратегічних альтернатив; вибір стратегії; оцінювання стратегії щодо її відповідності місії; реалізація стратегії; корекція місії.

### **Тема 9. Організація як функція менеджменту**

Сутність і зміст організації, основні вимоги до організації управління: організаційне забезпечення рішень, що приймаються; персональна відповідальність; висока виконавча дисципліна; удосконалення організації спільної діяльності; доцільний розподіл обов’язків. Сутність делегування повноважень, основні вимоги до його здійснення. Організаційна структура, її типи: лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, матрична, дивізійна.

### **Тема 10. Мотивація в управлінні та контроль результатів роботи**

Сутність мотивації як процесу спонукання до професійної діяльності. Основні теорії мотивації у менеджменті. Ієрархія потреб А. Маслоу. Теорія трудової мотивації Ф. Герцберга. Теорія справедливості. Теорія очікувань Віктора Врума. Модель Портера-Лоулера.

Сучасні проблеми мотивації трудової діяльності та проблеми їх дослідження. Контроль як функція управління, його сутність і призначення. Види контролю. Процес здійснення контролю, його основні етапи. Критерії ефективності контролю: стратегічний характер контролю; спрямованість на досягнення конкретних результатів; своєчасність контролю; гнучкість, простота й економічність контролю. Корегувальні дії після контролю.

## **Модуль 4. Керівництво та забезпечення його ефективності в організації**

### **Тема 11. Прийняття управлінських рішень**

Поняття управлінського рішення та його місце у процесі управління. Моделі теорії прийняття рішень: класична; поведінкова; ірраціональна.

Процес прийняття рішень. Етапи раціональної технології прийняття рішень. Індивідуальні та групові моделі прийняття рішень (моделі Р. Роскіна, Врума-Йеттона, Врума-Джаго).

Методи творчого пошуку альтернативних варіантів. Методи індивідуального та колективного творчого пошуку альтернатив. Методи активізації творчого пошуку альтернативних варіантів.

Кількісні та якісні методи обґрунтування управлінських рішень. Поняття ефективності управління. Підходи до визначення ефективності управління. Показники ефективності управлінської діяльності.

### **Тема 12. Комунікації в системі менеджменту**

Поняття і характеристика комунікації. Різновиди "внутрішніх" та "зовнішніх" комунікацій. Перешкоди в комунікаціях. Зворотний зв'язок в процесі комунікації. Засоби комунікації, їх переваги та недоліки. Комунікаційний процес, елементи та етапи процесу. Моделі комунікаційного процесу. Організація комунікаційного процесу. Комунікаційні переваги.

### **Тема 13. Організаційні зміни та ефективність управління**

Організаційний розвиток. Планування організаційних змін. Управління організаційними змінами.

Видова класифікація ефективності організації: індивідуальна, групова, загально-організаційна. Особливості оцінки різновидів ефективності.

Концепції визначення ефективності менеджменту в організації. Підходи до оцінки ефективності менеджменту в організації. Характеристика та система показників економічної, організаційної та соціальної ефективності менеджменту.

Напрями підвищення ефективності управління організацією. Ефективна самоорганізація та самоменеджмент.

Сутність та різновиди відповідальності та етики у менеджменті. Соціальна відповідальність як добровільна реакція на соціальні проблеми суспільства з боку організації. Сутність та значення соціальної поведінки менеджменту.

Культура менеджменту. Концептуальні підходи до формування організаційної культури. Моделі організаційної культури.

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. МАРКЕТИНГ**

### **Модуль 5. Основи маркетингу**

#### **Тема 14. Теоретичні засади маркетингу**

Теоретичні засади маркетингу. Планування та управління маркетингом. Етимологія слова "маркетинг". Хронологія виникнення та розвитку маркетингу. Сутність маркетингу та його визначення. Підходи до розуміння предмета маркетингу.

Еволюція концепцій маркетингу. Сутність виробничої, товарної, збутової, суто маркетингової та сучасної його концепцій. Концепція пасивного (епізодичного, або інструментального), організаційного та активного (стратегічного) маркетингу. Тенденції розвитку сучасної концепції маркетингу. Основні поняття маркетингу. Суб'єкти маркетингу. Основні проблеми розвитку маркетингу на вітчизняних підприємствах.

Види маркетингу. Система засобів маркетингу та їх структура (концепція

“4P”). Поняття “маркетингова суміш” (marketing-mix). Стратегічне маркетингове планування: сутність, мета, завдання та етапи його проведення. Складання, аналіз бізнес-портфелю та розробка стратегій зростання. Матриця БКГ. Матриця І. Ансоффа.

Роль маркетингу в стратегічному плануванні. План маркетингу, його структура. Організація і контроль маркетингової діяльності. Структура маркетингових служб, їх функції. Критерії ефективності діяльності маркетингових служб. Сутність контролю маркетингової діяльності. Складові контролю: контроль за реалізацією; контроль прибутковості; ревізія маркетингу.

### **Тема 15. Маркетингове дослідження ринку**

Значення збору інформації для прийняття маркетингового рішення. Поняття маркетингового дослідження ринку. Напрями дослідження ринку: аналіз навколишнього середовища підприємства; вивчення конкурентів; вивчення споживачів; аналіз підприємства.

Навколишнє середовище маркетингу (зовнішнє та внутрішнє). Сили й умови зовнішнього середовища (регулюючі, економічні, технологічні, екологічні, конкурентні, соціальні). Фактори внутрішнього середовища (власники, менеджери, робітники та службовці, структурні підрозділи).

Маркетингові дослідження навколишнього середовища як головна передумова успішного маркетингу (дослідження кон'юнктури й місткості ринку, конкурентного середовища, поведінки споживачів, мікросередовища фірми). Методи дослідження ринку.

### **Тема 16. Споживчі ринки та поведінка покупців**

Основні фактори, що впливають на купівельну поведінку споживачів. Етапи прийняття споживачами рішень щодо покупки. Прийняття рішення про купівлю товару-новинки. Ринки організованих споживачів та поведінка компаній-покупців.

Поняття сегментації, сегмента, таргетинга. Значення, переваги та недоліки сегментації ринку. Методи сегментації. Оцінка та вибір цільових ринків. Позичування задля досягнення конкурентних переваг – поняття, фактори.

## **Модуль 6. Напрями маркетингової політики підприємства**

### **Тема 17. Товарна і цінова політики підприємства**

Сутність маркетингової товарної політики та її структура. Маркетингова концепція товару. Головні атрибути товару: користь від нього, властивості, упаковка, унікальність, популярність, імідж, якість, фабрична марка, умови поставки, ремонтпридатність, монтаж, сервіс, гарантії, ціна.

Конкурентоспроможність продукції: сутність, концепція та методи оцінювання. Поняття бренду, стратегії його просування. Концепція життєвого циклу продукції та характеристика його основних етапів. Маркетингові дії на різних етапах життєвого циклу продукції. Можливі варіанти кривих життєвого циклу продукції.

Товарний асортимент і товарна номенклатура. Сутність та роль

маркетингової цінової політики. Алгоритм маркетингового розрахунку цін та характеристика його основних етапів. Сутність та особливості використання методів прямого ціноутворення.

Методи непрямого ціноутворення: кредитна політика; політика кондицій; політика знижок. Маркетингові політики управління цінами. Цінові політики. Психологічне сприйняття ціни.

### **Тема 18. Збутова і комунікаційна політики маркетингу на підприємстві**

Сутність, завдання, функції та елементи маркетингової політики розподілу. Канали розподілу продукції: сутність, актуальність, види та основні характеристики. Функції каналів розподілу та основні проблеми їх формування. Алгоритм формування маркетингових каналів розподілу. Посередницька діяльність у каналах розподілу.

Сутність маркетингової політики комунікацій. Основні елементи комплексу маркетингових комунікацій: реклама, стимулювання продажу, індивідуальний продаж. Етапи індивідуальних продажів. Використання зв'язків із громадськістю як складова програм маркетингових комунікацій.

Алгоритм планування комплексу маркетингових комунікацій та характеристика його основних етапів. Поняття реклами: її функції та види. Роль реклами у суспільстві. Елементи реклами, їх характеристика. Вербальні і невербальні елементи оформлення реклами. Сутність фірмового стилю.

Алгоритм прийняття рішень з рекламування: визначення цілей, ідентифікація цільового ринку, розробка бюджету, розробка текстової частини реклами, вибір носіїв реклами, складання графіка рекламування, тестування реклами, безпосереднє рекламування, контроль та аналіз програми рекламування.

## 6. Контроль навчальних досягнень

### 6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів.

№ з/п	Вид діяльності студента	Макс. кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4		Модуль 5		Модуль 6	
			Кільк. одиниць до розрахунку	Макс. кількість балів за вид	Кільк. одиниць до розрахунку	Макс. кількість балів за вид	Кільк. одиниць до розрахунку	Макс. кількість балів за вид	Кільк. одиниць до розрахунку	Макс. кількість балів за вид	Кільк. одиниць до розрахунку	Макс. кількість балів за вид	Кільк. одиниць до розрахунку	Макс. кількість балів за вид
1	Відвідування лекцій	1	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2
2	Відвідування практичних занять	1	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2
3	Відвідування семінарських занять	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	Виконання завдань для самостійної роботи	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5
5	Робота на практичних заняттях	10	2	20	3	30	3	30	2	20	3	30	2	20
6	Робота на семінарських заняттях	10	2	20	2	20	2	20	2	20	2	20	2	20
7	Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25	1	25	1	25
Разом		-	-	<b>77</b>	-	<b>87</b>	-	<b>88</b>	-	<b>76</b>	-	<b>88</b>	-	<b>76</b>
Максимальна кількість балів:		<b>492</b>												
Розрахунок коефіцієнта:		<b>492/60=8,2</b>												
Екзамен		<b>40</b>												
Загалом		<b>100</b>												

## 6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання.

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	Бали
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ</b>			
1.	<b>Модуль 1. Організація підприємницької діяльності та бізнесу.</b> Сформулювати та обґрунтувати комерційну ідею, яка може бути запропонована для реалізації на ринку. Провести оцінювання запропонованої комерційної ідеї на предмет можливості її реалізації.	9	5
2.	<b>Модуль 2. Започаткування бізнес-справи та організаційні форми підприємництва.</b> Обґрунтувати місце розташування підприємства (для Вашої комерційної ідеї), яке б забезпечувало отримання максимального прибутку.	9	5
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. МЕНЕДЖМЕНТ</b>			
3	<b>Модуль 3. Процес управління та загальні функції менеджменту.</b> Використовуючи матеріали мережі Internet визначте рішення, які були прийняті в обраній вами компанії з приводу шести основних елементів організаційної структури і визначте, який тип організації характеризує компанію. З'ясуйте особливості формування організаційної структури управління компанії.	9	5
4	<b>Модуль 4. Керівництво та забезпечення його ефективності в організації.</b> Визначте особливості здійснення процесу організаційних змін на вітчизняних підприємствах з конкретизацією сутності змін, причин, часу для їх здійснення, дорожньої карти змін, причин опору змінам, заходів ефективного реалізації перетворень, методів стимулювання новаторства, креативності та запровадження нововведень (з використанням матеріалів журналів “Бізнес”, “Компаньон”, статей мережі Internet).	9	5
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 5. МАРКЕТИНГ</b>			
5.	<b>Модуль 5. Основи маркетингу.</b> Розробити анкету для проведення опитування споживачів (мінімум 15 питань різного типу)	9	5
6.	<b>Модуль 6. Напрями маркетингової політики підприємства.</b> Визначте переваги електронної торгівлі для продавців та покупців	9	5
<b>Разом</b>		<b>54</b>	<b>30</b>

### Критерії оцінювання самостійної роботи

К-ть балів	Критерії оцінювання
5	оволодіння теоретичним матеріалом, винесеним на самостійне опрацювання, використання рекомендованої та додаткової літератури; творчий підхід, чітке володіння понятійним апаратом, уміння використовувати отримані знання для виконання конкретних практичних завдань, розв'язання ситуацій
4-3	засвоєння теоретичного матеріалу з відповідної теми, винесеного на самостійне опрацювання, усвідомлене застосування знань для розв'язання практичних завдань за наявності незначних помилок або неточностей
2-1	неповне засвоєння матеріалу, винесеного на самостійне опрацювання, недостатнє володіння основними поняттями навчальної дисципліни, недостатнє вміння застосовувати теоретичний матеріал для виконання практичних завдань
0	матеріал для самостійного опрацювання не засвоєний, відсутні знання основних понять і термінів навчальної дисципліни, невміння застосовувати теоретичний матеріал для виконання практичних завдань

### 6.3. **Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання.**

Модульні контрольні роботи проводяться дистанційно (онлайн в середовищі Moodle).

Модулі	Теми дисципліни	Форма контролю	Максимальна сума балів
1	Теми 1, 2,3 згідно з тематичним планом дисципліни	контрольна робота	25 балів
2	Теми 4, 5, 6 згідно з тематичним планом дисципліни	контрольна робота	25 балів
3	Теми 7, 8, 9, 10 згідно з тематичним планом дисципліни	контрольна робота	25 балів
4	Теми 11, 12, 13 згідно з тематичним планом дисципліни	контрольна робота	25 балів
5	Теми 14, 15, 16 згідно з тематичним планом дисципліни	контрольна робота	25 балів
6	Теми 17, 18 згідно з тематичним планом дисципліни	контрольна робота	25 балів

У модульній контрольній роботі передбачено виконання 25 тестових завдань. За кожне правильно виконане завдання, в системі МУДЛ, проставляється 1 бал. Максимально можна набрати 25 балів за 100% надані правильні відповіді. Час, що відводиться на проходження модульної контрольної 25 хвилин.

#### **Критерії оцінювання модульної контрольної роботи**

Кількість балів	Критерії оцінювання
25	В повному обсязі володіє матеріалом, глибоко знає зміст теоретичних питань з дисципліни, використовує різноманітні джерела інформації для пошуку вирішення проблемних питань
24-20	Досить повно володіє матеріалом, знає зміст більшості теоретичних питань з дисципліни, використовує обов'язкову літературу для пошуку вирішення проблемних питань, допускає незначні помилки при вирішенні тестових завдань
19-15	Загалом володіє навчальним матеріалом, володіє знаннями з деяких теоретичних питань з дисципліни, не використовує обов'язкову літературу для пошуку вирішення проблемних питань, допускає окремі суттєві неточності та помилки
14-10	Володіє навчальним матеріалом не в повному обсязі, викладає його фрагментарно без обґрунтування, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань, допускає суттєві неточності
9-5	Частково володіє навчальним матеріалом, не в змозі викласти зміст більшості питань з дисципліни, допускає суттєві помилки
4-0	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань

### 6.4. **Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання.**

Семестровий контроль – іспит. Іспит проводиться у вигляді тестування. На нього виносяться тести з усіх тем курсу.

Форма проведення іспиту – тестова.

Тривалість проведення – 1 год. 20 хв.

Максимальна кількість балів – 40 балів  
Критерії оцінювання – 1 бал за кожне тестове питання

## **6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю.**

### **ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ**

1. Сутність, принципи та значення підприємництва
2. Підприємництво як елемент бізнесу і тип господарювання
3. Суб'єкти та об'єкти підприємницької діяльності
4. Система бізнесу та її ключові елементи
5. Ринкова система економіки як основа розвитку підприємництва
6. Роль підприємництва у розвитку суспільства
7. Основні способи входження в бізнес
8. Особливості розміщення виробничих і комерційних підприємств та підприємств сфери послуг
9. Переваги і недоліки створення власного бізнесу
10. Варіанти придбання існуючого бізнесу: переваги та недоліки придбання існуючого бізнесу
11. Господарські товариства як організаційна форма підприємництва
12. Підприємництво в некомерційних організаціях
13. Об'єднання підприємств: переваги та недоліки
14. Вплив національних особливостей на підприємництво
15. Психологічний портрет сучасного підприємця
16. Особливості реєстрації фізичної особи-підприємця та юридичної особи
17. Документи, необхідні для проведення державної реєстрації
18. Види установчих документів та їх підготовка
19. Структура статуту і характеристика його розділів
20. Припинення підприємницької діяльності
21. Зміст, цілі та завдання бізнес-плану
22. Значення і види бізнес-плану
23. Структура та зміст розділів бізнес-плану
24. Технологія складання бізнес-плану підприємства
25. Основні види дозвільних документів у підприємстві
26. Принципи державної політики з питань дозвільної системи у сфері підприємництва
27. Визначення підприємництва, його основні ознаки
28. Рушійні сили підприємництва
29. Виникнення і розвиток підприємництва у світі
30. Формування іміджу ділової людини
31. Умови виховання особистості підприємця
32. Репутація підприємця як фактор міцності його становища
33. Ділові та особисті якості підприємця
34. Стадії підприємницького процесу
35. Суть підприємницької ідеї, джерела її пошуку
36. Визначення безпосередньої і потенційної цінності ідеї



- 37.Ресурсний потенціал підприємства
- 38.Аналіз наявних й оцінка недостатніх ресурсів
- 39.Методи творчого вирішення проблем у підприємницькій діяльності
- 40.Планування та проектування нової продукції підприємства

## МЕНЕДЖМЕНТ

- 41.Розкрити сутність поняття “організація”, визначити її ознаки та загальні риси.
- 42.Комунікаційні процеси в організації: елементи, етапи, види. Комунікаційні бар’єри.
- 43.Організаційна культура, її значення у функціонуванні організації.
- 44.Дати визначення поняття комунікації, пояснити її етапи.
- 45.Розкрити сутність комунікаційних бар’єрів.
- 46.Розкрити сутність менеджменту, його особливості та функції.
- 47.Охарактеризувати рівні менеджменту.
- 48.Ефективність самоорганізації та самоменеджмент.
- 49.Розкрити зміст поведінкової школи.
- 50.Пояснити сутність сучасних підходів у менеджменті.
- 51.Дати загальну характеристику системи стратегічного управління.
- 52.Розкрити зміст поняття “управлінське рішення” та теорії його прийняття.
- 53.Розкрити фактори та обмеження в прийнятті управлінських рішень.
- 54.Розкрити моделі прийняття управлінських рішень.
- 55.Дати визначення поняття “планування” як функції менеджменту, та класифікацію планів.
- 56.Описати модель процесу планування.
- 57.Сформулювати вимоги до планування.
- 58.Розкрити сутність “управління за цілями”.
- 59.Розкрити сутність організації як функції менеджменту.
- 60.Охарактеризувати лінійну та функціональну організаційні структури.
- 61.Охарактеризувати лінійно-функціональну організаційну структуру.
- 62.Охарактеризувати дивізійну і матричну структури управління.
- 63.Розкрити сутність делегування повноважень, основні вимоги до його здійснення.
- 64.Розкрити сутність мотивації як функції управління.
- 65.Пояснити теорію ієрархії потреб А.Маслоу.
- 66.Пояснити теорію потреб Девіда Мак-Клеланда.
- 67.Пояснити теорію трудової мотивації Ф.Герцберга.
- 68.Пояснити теорію очікувань В.Врума.
- 69.Пояснити “теорію справедливості” С. Адамса.
- 70.Визначити сучасні системи та форми стимулювання праці.
- 71.Визначити завдання та типи управлінського контролю.
- 72.Розкрити поняття контролю та його принципи.
- 73.Охарактеризувати етапи контролювання.
- 74.Охарактеризувати види управлінського контролю.

75. Організаційні зміни та ефективність управління.

## МАРКЕТИНГ

76. Розкрити сутність маркетингу, історію його виникнення та розвитку.
77. Сформулювати і коротко розкрити функції маркетингу.
78. Дати загальну характеристику послуг: поняття, особливості.
79. Розкрити основні елементи маркетингу.
80. Охарактеризувати виробничу концепцію маркетингу (концепцію масового виробництва), фактори успіху та ризику.
81. Охарактеризувати сутність товарної концепції маркетингу, фактори успіху та ризику.
82. Розкрити класичну концепцію маркетингу, фактори успіху та ризику.
83. Розкрити сутність соціально-етичного маркетингу, фактори успіху та ризику.
84. Розкрити сутність клієнто-орієнтованої концепції маркетингу.
85. Визначити сутність і напрями маркетингових досліджень.
86. Охарактеризувати види маркетингових досліджень (кількісні, якісні).
87. Розкрити методи дослідження ринку.
88. Пояснити сутність вторинного маркетингового дослідження, його переваги, недоліки.
89. Пояснити сутність первинного маркетингового дослідження, його переваги і недоліки.
90. Розкрити зміст аналізу внутрішньої та зовнішньої сфер маркетингу.
91. Розкрити сутність позиціонування товару і його фактори.
92. Розкрити поняття сегментів, сегментації і таргетинг.
93. Визначити фактори сегментації.
94. Розкрити сутність матриці Бостонської консалтингової групи.
95. Розкрити зміст матриці І. Ансофа.
96. Розкрити сутність процесу маркетингового планування.
97. Визначити сутність маркетингової товарної політики та рівні товару.
98. Проаналізувати сприйняття споживачами нового товару.
98. Розкрити сутність життєвого циклу товару та види кривих життєвого циклу.
99. Проаналізувати етап життєвого циклу товару “розробка”
100. Охарактеризувати етап життєвого циклу товару “впровадження”
101. Охарактеризувати етап життєвого циклу товару “зростання”
102. Охарактеризувати етап життєвого циклу товару “зрілість”
103. Охарактеризувати етап життєвого циклу товару “спад”
104. Розкрити сутність поняття “елімінування”
105. Проаналізувати зміст управління життєвим циклом товару.
106. Сформулювати поняття бренду, визначити його основні елементи.
107. Розкрити сутність дослідження конкуренції та конкурентів ринку.
108. Проаналізувати зміст маркетингової цінової політики та цілі ціноутворення
109. Розкрити поняття ціни, її функції в маркетингу

- 110. Розкрити види цінових стратегій
- 111. Розкрити поняття і функції збутової політики в комплексі маркетингу
- 112. Розкрити сутність маркетингової комунікаційної політики. дати загальну характеристику її інструментів
- 113. Сформулювати цілі рекламної політики
- 114. Визначити етапи формування рекламного бюджету та його методи
- 115. Розкрити поняття стимулювання збуту, назвати його методи

#### **6.6. Шкала відповідності оцінок.**

90 – 100	A
82-89	B
75-81	C
69-74	D
60-68	E
35-59	FX
1-34	F



Семінарські заняття (теми, бали)	
<b>Тема 1.</b> Соціально-економічні аспекти розвитку підприємництва та бізнесу (11 бал.)	
<b>Тема 2.</b> Підприємництво як процес (11 бал)	
<b>Тема 4.</b> Сучасні організаційні форми підприємництва та бізнесу (1бал)	
<b>Тема 5.</b> Способи організації підприємницької діяльності (11 бал.)	
<b>Тема 7.</b> Сутність, принципи, методи та рівні менеджменту (11 бал.)	
<b>Тема 8.</b> Планування в менеджменті (11 бал.)	
<b>Тема 11.</b> Прийняття управлінських рішень (11 бал.)	
<b>Тема 12.</b> Комунікації в системі менеджменту (11 бал.)	
<b>Тема 14.</b> Теоретичні засади маркетингу (11 бал.)	
<b>Тема 15.</b> Маркетингове дослідження ринку (11 бал)	
<b>Тема 17.</b> Товарна і цінова політики підприємства (11 бал.)	
<b>Тема 18.</b> Збутова і комунікаційна політики маркетингу на підприємстві (11 бал.)	
Самостійна робота 5*6=30 балів	
Поточний контроль Модульна контрольна робота 1,2,3,4,5,6*25=150 балів	
Сума за семестр 492, коефіцієнт переведення у 60-бальну шкалу 8,2	
Іспит - 40 балів	
Загалом 100	

## 8. Рекомендовані джерела

### Методичне забезпечення

Викладання навчальної дисципліни забезпечується сучасними технічними засобами навчання, які побудовані на новітніх інформаційно-комунікаційних технологіях (мультимедійний комп'ютер, мультимедійний проектор, інтерактивний комплекс SMART Board, авторські засоби мультимедіа).

На заняттях і під час самостійній роботі студентів використовуються методичні рекомендації щодо вивчення дисципліни, ілюстративні комп'ютерні дидактичні матеріали, які розроблені на кафедрі, а саме:

- електронний навчальний курс,
- презентації,
- навчальні посібники,
- робоча навчальна програма,
- збірка тестових і контрольних завдань для тематичного (модульного) оцінювання навчальних досягнень студентів,
- засоби підсумкового контролю (комп'ютерна програма тестування, комплект друкованих завдань для підсумкового контролю).

### Основна (базова)

1. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 611 с.
2. Буднікевич І.М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: навчальний посібник. Київ, 2017. 536 с.
3. Гаєвська Л. М. Підприємницька діяльність: підручник / Л. М. Гаєвська, О. І. Марченко; Державна фіскальна служба України, Університет ДФС України – Ірпінь, 2019. –500 с.
4. Друкер П. Ефективний керівник. К: КМ-Букс, 2018. 242 с.
5. Дудяк Р.П. Маркетинг: навчальний посібник. Львів: Магнолія 2006, 2018. 455с.
6. Дятленко С., Конопкін В., Корнецький А., Кучерук О., Савицький І. Соціальне шкільне підприємництво: твій перший стартап: Посібник для учнів 8 (9, 10, 11) класів, батьків та освітян. – К.: ТОВ «ВІ ЕН ЕЙ ПРЕС», 2020. – 184 с.
7. Карпюк Г.І. Основи підприємництва: Навчальний посібник для здобувачів професійної (професійно-технічної) освіти.  
<https://mon.gov.ua/storage/app/media/pto/2021/04/19/Osnovy%20pidpryyemnytstva.pdf>
8. Краус К.М., Краус Н.М., Радзіховська Ю.М. Менеджмент і маркетинг: посібник. Київ: Аграр Медіа Груп, 2022. 241с.
9. Литовченко І.Л., Пилипчук В.П. Інтернет-маркетинг: навчальний посібник. Київ, 2017. 184 с.
10. Михайлова С.І. Менеджмент: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 536 с.
11. Назарчук Т.В., Косіюк О.М. Менеджмент організацій: навч. посіб. К.: Центр

- учбової літератури, 2018. 560 с.
12. Основи менеджменту. Теорія і практика: навч. посіб.. За заг. ред. проф. Мошека Г.Є. Київ: Видавництво Ліра-К, 2017. 528 с.
  13. Основи підприємництва [Електронний ресурс]: навч.-метод. посібник / О. А. Спориш, І. В. Юрко, Л. В. Іржавська, Н. М. Тягунова, К. М. Краус. – Полтава: ПУЕТ, 2016. – Режим доступу: [http://elib.puet.edu.ua/action.php?kt\\_path\\_info=lm.web.view&fDocumentId=762873](http://elib.puet.edu.ua/action.php?kt_path_info=lm.web.view&fDocumentId=762873). – Назва з екрана.
  14. Основи підприємництва: Підручник / [Біляк Т.О., Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О., та ін.]; під заг. ред. Н.В. Валінкевич. – Житомир : ЖДТУ, 2019. – 492 с.

#### Додаткова

15. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2017. 612 с.
16. Друкер П. Як управляти собою. К.: Книголав, 2017. 72 с.
17. Кім В. Чан, Моборн Р. Стратегія блакитного океану. Як створити безхмарний ринковий простір і позбутися конкуренції. Харків: Клуб Сімейного Дозвілля, 2018. 270 с.
18. Корягіна С.В.. Маркетинговий аудит: навч. посіб. Київ, 2017. 320 с.
19. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.
20. Лайкер Джефрі К. Філософія Toyota. 14 принципів роботи злагодженої команди. Переклад з англійської Н. Валевської. 2-е видання. Київ: Наш формат, 2018. 424 с.
21. Мінцберг Г. Анатомія менеджменту. Ефективний спосіб керувати компанією. Перекладач Р. Корнута. Київ: Наш формат, 2018. 400 с.
22. Окландер М.А., Кірносова М.В. Маркетингова товарна політика: навч. посіб.. Київ, 2017. 208 с.
23. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. Київ, 2017. 240 с.
24. Підприємництво [Текст]: підручник / С. В. Панченко, В. Л. Дикань, О. В. Шраменко [та ін.]. – Харків : УкрДУЗТ, 2018. – Ч. 1. Теоретичні основи організації підприємницької діяльності. – 241 с.
25. Підприємництво [Текст] : підручник / С. В. Панченко, В. Л. Дикань, О. В. Шраменко [та ін.]. – Харків : УкрДУЗТ, 2018. – Ч. 2. Реалізація підприємницької діяльності у сучасних ринкових умовах. – 228 с.
26. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність [Текст] : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І. М. Сотник, д.е.н., проф. Л. М. Таранюка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2018. – 572 с.
27. Ушенко Н.В. Адаптаційні зміни у системі фінансово-економічної безпеки бізнесу України в умовах пандемії / Ушенко Н.В., Костікова К.О. // Формування ринкових відносин в Україні. 2021. №12 (247). С.82-91.
28. Kraus K., Kraus N., Marchenko, O. Management of BAIS: Technological Trends and Digital Initiatives 4.0. *VUZF review*, 2021, 6(2), pp. 88-99.
29. Teaching Guidelines For Digital Entrepreneurship, eds. Kateryna Kraus, Nataliia Kraus, Olena Shtepa, Cracow University of Economics, Kiev-Cracow 2021, 71 p.

ISBN: 978-83-959463-6-3. (<https://ted.uek.krakow.pl/output-1-teaching-guidelines/>) [http://webgate.ec.europa.eu/eac/mobility/systemLayers/5\\_FE/dist/index.html#/project/272256/view/0](http://webgate.ec.europa.eu/eac/mobility/systemLayers/5_FE/dist/index.html#/project/272256/view/0)

30. Ushenko N. Behavioral Models of Decisions-Making by Business and Industry Stakeholders / Tereshchenko E., Ushenko N., Dielini M., Nesterova M., Lozhachevska J., Honcharenko N. // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. – 2021. – №5(40). – С. 300-313. <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i35.245156> – Режим доступу: <https://fkd.ubs.edu.ua/index.php/fkd/article/view/3544>
31. Ushenko N. Education Process Digitalization and Its Impact on Human Capital of an Enterprise / Kateryna Andriushchenko; Alina Khaletska; Natalya Ushenko; Hanna Zholnerchuk; Iryna Ivanets; Svilana Petrychuk; Sergey Uliganets // Journal of Management Information and Decision Sciences Volume 24, Issue 5, 2021. – P.1-9.
32. Ushenko N. Strategic priorities for the formation of social responsibility of business / Ushenko N.; Blyzniuk V., Dniprov O.; Ridel T., Kurbala N. // Entrepreneurship and Sustainability. 2021. Issues 8(4). Pp. 641-653.

#### **Інформаційні джерела:**

33. Господарський кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 16.01.2003 р. № 436-IV. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
34. Державна служба статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
35. Національна бібліотека ім. Вернадського (наукові ресурси) – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/node/1539>
36. Онлайн-платформа «Дія. Бізнес». – Режим доступу: <https://business.diia.gov.ua/>
37. Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://portal.rada.gov.ua>.