



**НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ  
ДЗВО «УНІВЕРСИТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ ОСВІТИ»  
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ ІНСТИТУТ НЕПЕРЕРВНОЇ  
ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

**Вченою радою**

**Білоцерківського інституту неперервної  
професійної освіти**

**«31» березня 2021 року протокол № 3**

**Введено в дію наказом директорки  
Білоцерківського інституту неперервної  
професійної освіти  
від 01 квітня 2021 року № 01-01/31-О.Д.**

**Директорки  
ПРОФЕСІЙНОЇ  
ОСВІТИ**

**В.В. Сидоренко**



**ПРОГРАМА  
ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ  
З МЕНЕДЖМЕНТУ**

Освітній ступінь/рівень

другий: магістерський

Галузь знань

07 Управління та адміністрування

Спеціальність

073 Менеджмент

Освітня програма

Адміністративний менеджмент

Біла Церква 2021

**УДК: 61:377.4**

**Автор-укладач:**

**Горошкова Лідія Анатоліївна** – доктор економічних наук, професор кафедри педагогіки, психології та менеджменту Білоцерківського інституту неперервної професійної освіти ДЗВО «УМО» НАПН України, академік АЕН України

Схвалено

на засіданні кафедри педагогіки, психології та менеджменту БІНПО протокол № 3 від «03» березня 2021 р.

В.о. завідувача кафедри



В.Є.Харагірло

Схвалено рішенням Відбіркової комісії Білоцерківського інституту неперервної професійної освіти «19» березня 2020 року, протокол № 4

Голова Відбіркової комісії



В.В. Сидоренко

Секретар Відбіркової комісії



А.Б. Єрмоленко

## I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Програму фахового вступного випробування зі спеціальності 073 Менеджмент (згідно з Переліком галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 року № 266) розроблено на основі освітньо-професійної програми підготовки магістрів відповідної спеціальності.

Програма визначає перелік питань, обсяг, складові та технологію оцінювання знань абітурієнтів під час вступу на навчання для здобуття ступеня магістра за спеціальністю 073 Менеджмент.

Мета фахового вступного випробування – перевірка рівня теоретичної та практичної підготовки абітурієнтів на базі здобутого ступеня бакалавр / магістра (освітньо-професійного рівня спеціаліст) і формування рейтингового списку з абітурієнтів, які вступають на навчання для здобуття ступеня магістра за спеціальністю 073 Менеджмент.

Вступні випробування проводяться в обсязі навчальних програм з основних дисциплін навчального плану ступеня бакалавр – *основи економічної теорії, менеджмент, економіка і фінанси підприємств, маркетинг*.

## II. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Фахове вступне випробування проходить у два етапи:

1) **Письмовий** – абітурієнти здають письмову відповідь на питання екзаменаційного білету у письмовій формі. Тривалість письмового етапу – 60 хв (не більше 120 хв.).

2) **Усний** – співбесіда з абітурієнтами з питань екзаменаційного білету.

Білет фахового вступного випробування містить 2 теоретичних питання.

Вимоги до відповіді вступника.

Абітурієнт повинен:

- знати матеріал;
- повно і коректно обґрунтувати відповіді;
- вміти довести точку зору;
- послідовно відповідати на запитання.

Для особи, яка претендує на зарахування за ступенем магістра (за 200 бальною шкалою):

**Високий рівень** (175-200 балів) вступник отримує, виявивши такі знання та вміння: в повній мірі засвоїв увесь програмний матеріал, показує знання не лише основної, але й додаткової літератури, наводить власні міркування, робить узагальнюючі висновки, використовує знання з суміжних галузевих дисциплін, вдало наводить приклади.

**Достатній рівень** (150-174 балів) вступник отримує, виявивши такі знання та вміння: має також високий рівень знань і навичок. При цьому відповідь досить повна, логічна, з елементами самостійності, але містить деякі неточності або пропуски в неосновних питаннях. Можливе слабке знання додаткової

літератури, недостатня чіткість у визначенні понять.

**Задовільний рівень** (124-149 балів) вступник отримує, виявивши такі знання та вміння: в загальній формі розбирається у матеріалі, але відповідь неповна, неглибока, містить неточності, робить помилки при формулюванні понять, відчуває труднощі, застосовуючи знання при наведенні прикладів.

**Низький рівень** (100-123 балів) вступник отримує, виявивши такі знання та вміння: в загальній формі розбирається у матеріалі, допускає суттєві помилки при висвітленні понять, на додаткові питання відповідає не по суті.

До участі у конкурсі не допускається (0-99 балів), якщо вступник виявив такі знання та вміння: не знає значної частини програмного матеріалу, допускає суттєві помилки при висвітленні понять, на додаткові питання відповідає не по суті.

### **III. СТРУКТУРА ПРОГРАМИ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБОВУВАННЯ**

#### **Розділ 1. Основи економічної теорії**

Безмежність потреб та обмеженість ресурсів. Проблема вибору в економіці та альтернативна вартість. Основні питання ринкової економіки. Економічні системи. Основні суб'єкти економіки та їх взаємодія. Економічна поведінка споживача. Попит і пропозиція в ринковому механізмі. Сутність ринкового попиту і факторів що його визначають. Сутність пропозиції і факторів що його визначають. Сутність олігополії. Сутність монополістичної конкуренції. Ринок вільної конкуренції. Витрати виробництва та прибуток. Підприємництво і організаційні форми бізнесу. Види ринків та їх інфраструктура. Національна економіка та результати її функціонування. Економічна роль і функції держави в сучасній економіці. Сукупний попит і сукупна пропозиція: макроекономічна рівновага. Економічне зростання і циклічність економічного розвитку. Податково-бюджетна система та фіскальна політика. Грошово-кредитна система та монетарна політика. Інфляція та антиінфляційна політика. Зайнятість і безробіття. Розподіл доходів. Політика доходів та її інструменти. Міжнародна торгівля і міжнародна валютна система. Глобалізація економіки.

#### **Розділ 2. Менеджмент**

Історія менеджменту. Сутність менеджменту як науки. Предмет вивчення менеджменту. Розділи менеджменту. Підходи до вивчення менеджменту. Методи дослідження в менеджменті. Передумови виникнення менеджменту. Джерела виникнення менеджменту. Особливості формування менеджменту як науки в різних країнах світу. Поняття —організація|| в суспільних, соціогуманітарних та управлінській науках. Види організацій. Природні та штучні організації. Формальні та неформальні організації. Класичні теорії управління організаціями. Передумови виникнення наукових шкіл в менеджменті. Загальна характеристика шкіл та напрямів в менеджменті. Принципи наукового менеджменту Ф.В.Тейлора. Загальне і промислове управління А. Файоля. Теорія бюрократії М. Вебера. Людський фактор в організаціях. Школа людських відносин (Е. Мейо). Школа організаційного

гуманізму. Сучасний етап управління: процесний, системний та ситуаційний підходи до управління. Концепція партисипативного управління. Три ступені участі. Партисипативний менеджмент Р. Лайкерта. Основні поняття: менеджмент, організація, школа наукового управління, класична школа менеджменту, школа людських відносин, школа організаційного гуманізму, процесний підхід, системний підхід, ситуаційний підхід.

Загальна характеристика менеджменту. Організація і менеджмент. Позиція управління всередині організації. Сфери застосування управління. Процес здійснення управління в організації. Зміст та логіка управління. Менеджер, його функції та ролі. Підприємець – місце і роль в організації. Методи управління. Економічні та економіко-математичні методи. Організаційно-розпорядчі методи. Соціально-психологічні та автоматизовані методи. Програмно-цільові та проблемно-орієнтовані методи. Модель взаємодії людини та організаційного оточення. Вхідження людини в організацію. Адаптація людини до організаційного оточення. Основні поняття: управління, менеджмент, методи управління, організаційне оточення.

Сутність функцій управління. Види функцій. Загальна характеристика функцій управління. Постановка цілей і задач в управлінні організацією. Процес визначення місії організації. Сутність процесу планування на підприємстві. Етапи здійснення процесу планування на підприємстві. Принципи та методи планування. Система планів на підприємстві. Види планування: загальна характеристика. Стратегічне планування на підприємстві. Тактичне та оперативне планування. Бізнес-планування. Основні поняття: функція управління, місія організації, планування, стратегічне планування, тактичне планування, оперативне планування, бізнес-планування.

Типи організацій. Типи організацій по взаємодії із зовнішнім середовищем: механічний та органічний типи. Типи організацій по взаємодії підрозділів: традиційна, дивізійна та матрична організаційна структури. Типи організацій по взаємодії з людиною: корпоративна та індивідуалістська. Нове у типах організацій. Едхократична, багатовимірна, партисипативна організації. Підприємницька організація та організація орієнтована на ринок. Концепція організаційної культури. Поняття та зміст організаційної культури. Формування організаційної культури. Вплив організаційної культури на діяльність фірми. Основні поняття: механічний тип організації, органічний тип організації, традиційна організаційна структура, дивізійна організаційна структура, матрична організаційна структура, едхократична організація, багатовимірна організація, партисипативна організація, організаційна культура.

Поняття та значення інформації. Комунікація в управлінні. Комунікаційний процес. Комунікаційні сіті та комунікаційні стилі. Невербальна комунікація. Основні поняття: інформація, комунікація, комунікаційний процес, засоби комунікації, відправник, повідомлення, канал, одержувач, зворотній зв'язок.

Загальна характеристика поняття «мотивація». Сутність мотиваційного процесу. Змістовні та процесуальні теорії мотивації: загальна характеристика. Теорія ієрархії потреб А. Маслоу; теорія існування, зв'язку і зростання

К. Альдерфера; теорія набутих потреб Д. Мак-Клелланда. ХУ-теорія Д. Мак-Грегора. Двохфакторна теорія мотивації праці Ф. Герцберга. Теорія очікувань В.Врума; теорія справедливості (рівності) С. Адамса; теорія постановки цілей Е. Лока; теорія Л.Портера-Е.Лоулера; теорія посилення мотивації Б. Скінера.

Основні поняття: мотивація, стимулювання, потреба, очікування, постановка цілей.

Влада: сутність та зміст. Джерела влади в організації. Лідерство та влада. Природа та визначення лідерства. Зміст поняття лідерства в управлінні організації. Традиційні концепції лідерства. Ситуаційні концепції лідерства. Нові концепції лідерства. Основні поняття: влада, джерело влади, лідерство, авторитарний стиль керівника, демократичний стиль керівника, ліберальний стиль керівника.

Конфлікт: зміст поняття. Типи конфліктів в організації. Рівні конфліктів. Структурні методи управління конфліктами. Шляхи вирішення конфліктів в організації. Основні поняття: конфлікт, внутрішньоособистісний конфлікт, міжособистісний конфлікт, конфлікт між особою і групою, міждержавний конфлікт, деструктивний конфлікт.

Загальна характеристика поняття «контроль». Особливості системи контролю в організації. Види та форми контролю. Етапи здійснення контролю в організації. Основні поняття: контроль, попередній контроль, підсумковий контроль, поточний контроль.

### **Розділ 3. Економіка і фінанси підприємства**

Підприємство як відкрита система, суб'єкт та об'єкт ринкових відносин. Види підприємств та їх класифікація. Напрями та види діяльності підприємства.

Планування діяльності підприємств. Зміст та основні принципи планування діяльності підприємства. Поняття планів підприємства та їх систематизація. Стратегічне, тактичне та оперативне планування діяльності підприємств.

Виробнича програма підприємства. Маркетингове та інформаційне забезпечення виробничої програми, ресурсне забезпечення виробничої програми.

Виробнича потужність підприємства та її види. Розрахунок виробничої потужності підприємства. Показники використання виробничої потужності. Фактори впливу на ефективність використання виробничої потужності. Класифікація і характеристика.

Економічні ресурси та ресурсний потенціал підприємства.

Засоби виробництва та засоби праці, аналіз, планування, відтворення, оцінка ефективності використання.

Трудові ресурси підприємства та їх характеристика. Розрахунок потреби трудових ресурсів за категоріями працюючих. Продуктивність праці робітників: поняття та методи оцінки. Основні напрями підвищення продуктивності праці та ефективності трудових ресурсів підприємства.

Системи оплати праці та їх характеристика. Методичні інструменти аналізу чисельності та фонду оплати праці підприємства.

Майнові ресурси (активи) підприємства, їх місце в системі ресурсного забезпечення, класифікація, особливості формування та відтворення. Оборотні та необоротні активи підприємства.

Фінансові ресурси підприємства, їх сутність, склад, класифікація та джерела формування. Фінансово-майновий стан підприємства, основні елементи, методи оцінки. Основні елементи, що визначають фінансово-майновий стан підприємства. Поняття та методи оцінки фінансово-майнового стану підприємства.

Капітал як складова ресурсів підприємства: характеристика сутності з позицій різних підходів та принципи його формування. Власний та позиковий капітал підприємства: сутність, склад, класифікація, функції, відмітні особливості. Планування обсягу і структури капіталу підприємства. Резерви зростання вартості капіталу.

Сутність поняття витрати, поточні та капітальні витрати підприємства, виробнича собівартість продукції, послуг та робіт. Показники собівартості продукції та порядок їх обчислення. Калькулювання собівартості продукції та послуг. Кошторис витрат виробництва. Резерви зниження витрат.

Цінова політика підприємства. Економічний зміст і класифікація цін.

Методи ціноутворення. Поняття, види та класифікація фінансових результатів діяльності підприємства. Прибуток та джерела його утворення. Ефект як результат діяльності підприємства. Ефективність діяльності підприємства: сутність та основні характеристики.

Поняття «розвиток»; його роль, місце і значення в господарській діяльності. Концепції розвитку підприємств. Сучасні моделі розвитку підприємств.

Сутність та фази розгортання кризи. Фактори, що обумовлюють виникнення кризи. Банкрутство підприємства. Методи моніторингу економічної безпеки підприємства. Механізми забезпечення економічної безпеки підприємства.

#### **Розділ 4. Маркетинг**

Сутність та принципи маркетингу. Визначення маркетингу. Комплекс маркетингу та його основні елементи. Основні ознаки маркетингового стилю управління. Концепції маркетингу. Основні функції маркетингу. Маркетингове середовище організації.

Основні види маркетингу. Особливості споживчого маркетингу.

Особливості промислового маркетингу.

Джерела та види маркетингової інформації. Основні цілі, напрями та етапи маркетингових досліджень. Маркетингові дослідження стану ринку. Сегментування ринку: сутність, цілі, вимоги. Маркетингові дослідження споживачів. Способи сегментування ринку. Оцінка та вибір ринкових сегментів.

Маркетингова товарна політика. Товар у системі маркетингу. Маркетинговий аналіз товару. Основні маркетингові рішення по товару. Концепція життєвого циклу товару. Товарна номенклатура та асортимент товару. Товарні марки. Поняття «бренд». Споживчі властивості товару. Розробка та

впровадження нового товару на ринок. Стратегічні рішення у товарній політиці. Товарна інноваційна політика. Організаційні аспекти розробки нових товарів та послуг.

Маркетингова цінова політика. Функції ціни в маркетингу. Фактори та методи ціноутворення. Цінова еластичність попиту. Методи ціноутворення. Процес ціноутворення.

Маркетингова політика розподілу. Канали розподілу в маркетингу. Функції та характеристики каналів розподілу. Торговельні посередники. Базові поняття маркетинг-логістики.

Маркетингова політика комунікації. Система взаємовідносин у каналі збуту продукції. Комунікаційний процес в маркетингу. Споживач як об'єкт маркетингового комунікаційного впливу. Реклама. Стимулювання збуту. Паблік релейшнз. Персональні продажі. Прямий маркетинг. Виставки та ярмарки як додаткові засоби маркетингових комунікацій. Брендинг. Продукт-плейсмент. Інтегровані маркетингові комунікації.

Маркетингова стратегія. Стратегія маркетингу на рівні бізнес-одиниць.

Процес маркетингового стратегічного планування.

Організація маркетингу на підприємстві. Контроль маркетингової діяльності

#### **IV. Список рекомендованої літератури**

##### **Розділ 1. Основи економічної теорії**

1.Базилевич В.Д. Макроекономіка. Підручник. / Базилевич В.Д., Базилевич К.С.,Баластрик Л.О.– К.: Знання, 2017. – 851 с.

2.Кучерявенко І.А. Макроекономіка. Практикум. Навч. посібн. / І.А. Кучерявенко.–К.: Вікар, 2018. – 239 с.

3.Кушнір В. С. Мікро-та макроекономіка: навчальний посібник / В.С. Кушнір.– К. :Центр навчальної літератури, 2016. 256 с.

4.Панчишин С. Макроекономіка. Навч. Посібник / С. Панчишин. – К.: Либідь, 2015. – 616 с.

5.Савченко А. Г. Макроекономіка: Підручник/ А. Г. Савченко. - К.: КНЕУ, 2018.- 441 с.

6. Основи економічної теорії. – Ч.3: Підприємництво в ринковій економіці: Навч. Посіб./ За ред.. Ю.В. Ніколенка. – К.: НМК ВО, 2017. – 232 с.

7. Основи економічної теорії: політ економічний аспект: Підручник/ За ред.. Г.Н. Климка, В.П. Нестеренка. – 2 –ге вид., перероб. і доп. – К.: Вища школа: Знання, 2015. – 743 с.

##### **Розділ 2. Менеджмент**

1. Єрмошенко М. М. Менеджмент : навч. посіб. / М. М. Єрмошенко, С. А. Єрохін, О. А. Стороженко / Національна академія управління. – К. : НАУ, 2015. – 656 с.

2. Менеджмент : навч. посіб. для студ. вузів / за ред. В. І. Крамаренко. – К. : ЦНЛ, 2018. – 248 с.

3. Менеджмент: навч. посібник для студ. вищих навч. закладів / Міжрегіональна академія управління персоналом / Г. В. Щокін. – К. : МАУП, 2012. – 816 с.
4. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 2007. – 702 с.
5. Основы менеджменту: навчальний посібник. / За ред. А. Мазаракі. Харків. В-во «Фолио». 2014. – 848 с.
6. Юрій Палеха, Григорій Мошек, Ірина Миколайчук. Основы менеджменту. Теорія і практика: навчальний посібник. В-во «Ліра-К». 2018. – 528 с.
7. Шкільняк М. М., Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л., Демків І. О. Менеджмент: навчальний посібник. Тернопіль: Крок. 2017. - 252 с.
8. Мошек Г.Є., Ковальчук М.М., Поканевич Ю.В., Погодаєв І.В., Сиваненко Г.П., Соломко А.С., Юрківська Т.Р. Менеджмент: навчальний посібник. / Заг. ред. канд. екон. наук, професора Г.Є. Мошека. 2-ге вид., доп. і перер. К.: В-во «Ліра-К». 2016. – 548 с.
9. Мостенська Т.Л. Менеджмент : Підр. Вид. 2-ге. / Т.Л. Мостенська, В.О.Новак, М.Г.Луцький, О.В.Ільєнко – К.: Кондор-Видавництво, 2012. – 758с.
10. Менеджмент: навчальний посібник. С.І. Михайлов, Т.І. Балановська, О.В. Новак, О.П. Гоголя та ін. За ред. С.І. Михайлова. К.: НУБіП України, 2013. - 536 с.
11. Кузьмін О.Є. Основы менеджменту. О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. 2-е вид., випр. і доп. К.: Академвидав, 2007. - 464 с.
12. Дудар Т. Г., Волошин Р. В., Дудар В. Т. Менеджмент: Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2013. - 336 с.
13. Шегда А.В. Основы менеджмента : учеб. пособие/ А.В. Шегда. - К.: О-во "Знання", КОО, 2013. – 514 с.
14. Осовська Г.В. Основы менеджменту: Підручник. Видання 4-е, перероблене і доповнене/ Г.В. Осовська, О.А. Осовський. – К.: «Кондор», 2012. – 664 с.

### **Розділ 3. Економіка і фінанси підприємства**

1. Гринчуцький В.І., Карапетян Е.Т., Погріщук Б.В. Г Економіка підприємства : навчальний посібник. 2-ге вид., доп. і перер – К.: Центр учбової літератури, 2019. – 304 с.
2. Суліма Н.М., Степасюк Л.М., Величко О.В. Економіка і фінанси підприємства: Підручник. К. : «ЦП «КОМПРИНТ»», 2019. – 466 с.
3. Михайлов С.І., Степасюк Л.М., Городенко С.В. Економіка підприємства. К.: «ЦП «КОМПРИНТ»», 2018. – 417с
4. Н.М. Суліма, Л.М. Степасюк, О.В. Величко. Практикум з економіки і фінансів підприємства. К.: «ЦП «КОМПРИНТ»», 2016. 385с.
5. Яркіна Н.М. Економіка підприємства : навч. посіб. / Н.М. Яркіна. – вид. 2-ге перероб. і доп. – К. : Видавництво Ліра, 2017. – 600 с.
6. Економіка підприємства. В.І. Мацибора, Т.В. Мацибора, В.К. Збарський: [Навчальний посібник]. К.: Каравела, 2012. – 328 с.

7. Мних Є.В. Економічний аналіз: Підручник. К.: Знання. 2011. 630 с.

#### **Розділ 4. Маркетинг**

1. Буряк Р.І., Збарський В.К., Ларіна Я.С., Луцій О.П., Барилевич О.М., Рябчик А.В., Четверик О.В., Ніколаєвська В.В. та ін. Маркетинг / Підручник / За редакцією Р.І. Буряка, В.К. Збарського. Київ: ЦП «Компринт». 2019. 783с.
2. Балабанова Л.В. Маркетинг : підручник / Л.В. Балабанова. – Вид. 3-тє, переробл. і допов. – К. : КНЕУ, 2011. – 543 с.
3. Корінев В.Л., Корецький М.Х., Дацій О.І. Маркетингова цінова політика / Навчальний посібник / Київ: Центр навчальної та практичної літератури. 2019. - 200с.
4. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. для студентів ВНЗ / Захарченко П. В. та ін. – К. : КНУБА, 2016. – 143 с.
5. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник / за заг. ред. Я. С.Ларіної та О. М. Барилевич – 2-ге вид., переробл. і доповн. – Х. : Діса плюс, 2016. – 280 с.
6. Ортинська В.В. Маркетингові дослідження : підручник / В.В. Ортинська, О.М. Мельникович. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 455 с.
7. Парсяк В.Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології : підручник / В.Н. Парсяк. – Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. – 324 с.
8. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навчальний посібник / Ю. Є. Петруня, В. Ю. Петруня. – 3-тє вид., переробл. і доповн. – Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. – 362 с.
9. Попова Н.В. Маркетинг : підручник / Н.В. Попова. – Харків : В справі, 2016. – 298 с.
10. Яковенко В.Б. Менеджмент і маркетинг: Навч. посібник. / В.Б. Яковенко. – К.: Вид-во Європейського ун-ту, 2018. – 144 с.
11. Балабанова Л.В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств: Навч. посібник для вузів./ Л.В. Балабанова, О.А. Бриндіна. – К.: Професіонал, 2015. – 336 с.
12. Грищенко І.М. Маркетингові основи комерційного посередництва: Навч. посібник для вузів. / І.М. Грищенко. – К.: Грамота, 2018. – 304 с.
13. Иган Дж. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений: Учебник для вузов / Пер. С англ. Е.Э.Лалаян. – 2-е изд. – М.: ЮНИТИ, 2015. – 376 с.
14. Корінев В.Л. Маркетингова цінова політика: Навч. посібник для вузів. / Корінев В.Л., Корецький М.Х., Дацій О.І. – К.: Центр навч. літератури, 2015. – 200 с.
15. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: Монографія / За заг. ред. С.М.Ілляшенка. – Суми: Університет-книга, 2018. - 616 с.
16. Литвиненко Я.В. Маркетингова цінова політика: Навч. посібник. –К.: / Я.В. Литвиненко. - Персонал, 2017. – 244 с.
17. Маркетинговая стратегия / О. Уолкер-младший, Х. Бойд-младший, Ж.-К. Ларше, Дж. Маллинз; Пер. с англ. И. Ключевой. – М.: Вершина, 2017. – 496 с.