

**УКРКООПСПЛКА
ВІННИЦЬКА ОБЛАСНА СПЛКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ
ВІННИЦЬКИЙ КООПЕРАТИВНИЙ ІНСТИТУТ**

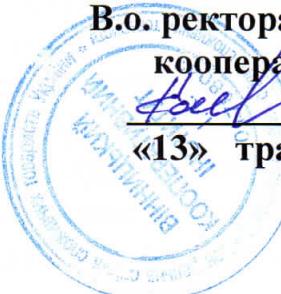
ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. ректора Вінницького

кооперативного інституту

**Світлана КОЛОТІЙ**

«13» травня 2022р.



**ПРОГРАМА
ІНДИВІДУАЛЬНИХ УСНИХ СПІВБЕСІД**
для абітурієнтів, які вступають на денну та заочну форми здобуття
освіти на основі здобутого ступеня ОКР вищої освіти за іншою
спеціальністю для здобуття освітнього ступеня бакалавр за
спеціальністю:
073 «Менеджмент»

РОЗГЛЯНУТО ТА СХВАЛЕНО
на засіданні кафедри менеджменту,
маркетингу та підприємництва
від « 24 » березня 2022р.
Протокол № 8

Вінниця 2022

1. ВСТУП

Програма індивідуальних усих співбесід для абітурієнтів, що вступають на основі здобутого ступеня (освітньо-кваліфікаційного рівня) вищої освіти за іншою спеціальністю для здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю 073 «Менеджмент», охоплює всі основні вимоги до підготовки абітурієнтів. Для вступу на спеціальність «Менеджмент» потрібно мати грутовні і змістовні знання з дисциплін: «Основи менеджменту», «Основи маркетингу», «Етика ділового спілкування».

У запропонованій програмі стисло наведено зміст тем дисциплін, вказано основний понятійний апарат, яким повинен володіти абітурієнт, наводиться перелік основних питань зожної дисципліни, що виносиється на індивідуальну усну співбесіду. Цей перелік дасть можливість абітурієнту систематизувати знання та допоможе зорієнтуватися, на які питання потрібно звернути увагу при підготовці до індивідуальної усної співбесіди.

1. ОСНОВНІ ВИМОГИ ДО ПІДГОТОВКИ ВСТУПНИКІВ

З дисципліни «Основи менеджменту» абітурієнт повинен знати:

- основні категорії та поняття менеджменту;
- основні характеристики історичних етапів розвитку світового та вітчизняного менеджменту;
- зміст і суть основних функцій менеджменту;
- суть, природу конфліктів та шляхів їх вирішення;
- суть керівництва і лідерства;
- умови прийняття управлінських рішень;

вміти:

- використовувати різні принципи структурування при плануванні підрозділів організації, групувати роботи, планувати структурні підрозділи підприємства, формувати схеми управління на базі управлінських повноважень;
- визначати систему цілей організації, проблеми організації; розробляти рішення різних видів і варіантів відповідно до етапів прийняття рішень;
- організовувати процес контролю відповідно до етапів;
- застосовувати економічні та неекономічні способи мотивації під час розробки управлінських проектів;
- регламентувати посадові права та обов'язки, складати кадрові документи, проводити тестування персоналу й керівників нижчих ланок;
- визначати лідерські якості та відповідність вимогам щодо менеджера;
- визначати типи конфліктів і шляхи їх ефективного попередження та вирішення.

З дисципліни «Основи маркетингу» абітурієнт повинен

знати:

- сутність маркетингу, його еволюцію та сучасну концепцію;
- види маркетингу, його засоби та сфери застосування;
- складові маркетингового середовища, його ознаки, види та їх фактори;
- поняття «сегментація» варіанти охоплення, принципи та критерії сегментації ринку;
- види маркетингових досліджень та організацію їх проведення,
- основні принципи та завдання, види маркетингової інформації та джерела її отримання; поняття, елементи та мету дослідження кон'юнктури ринку;
- сутність, види цін та методи ціноутворення;
- сутність маркетингової політики розподілу, функції, типи та характеристики каналів розподілу;
- сутність маркетингової товарної політики, її складові;
- сутність і принципи організації управління маркетинговою діяльністю підприємства, особливості та види планування і контролю маркетингової діяльності.
- сутність, процес та основні елементи маркетингових комунікацій;

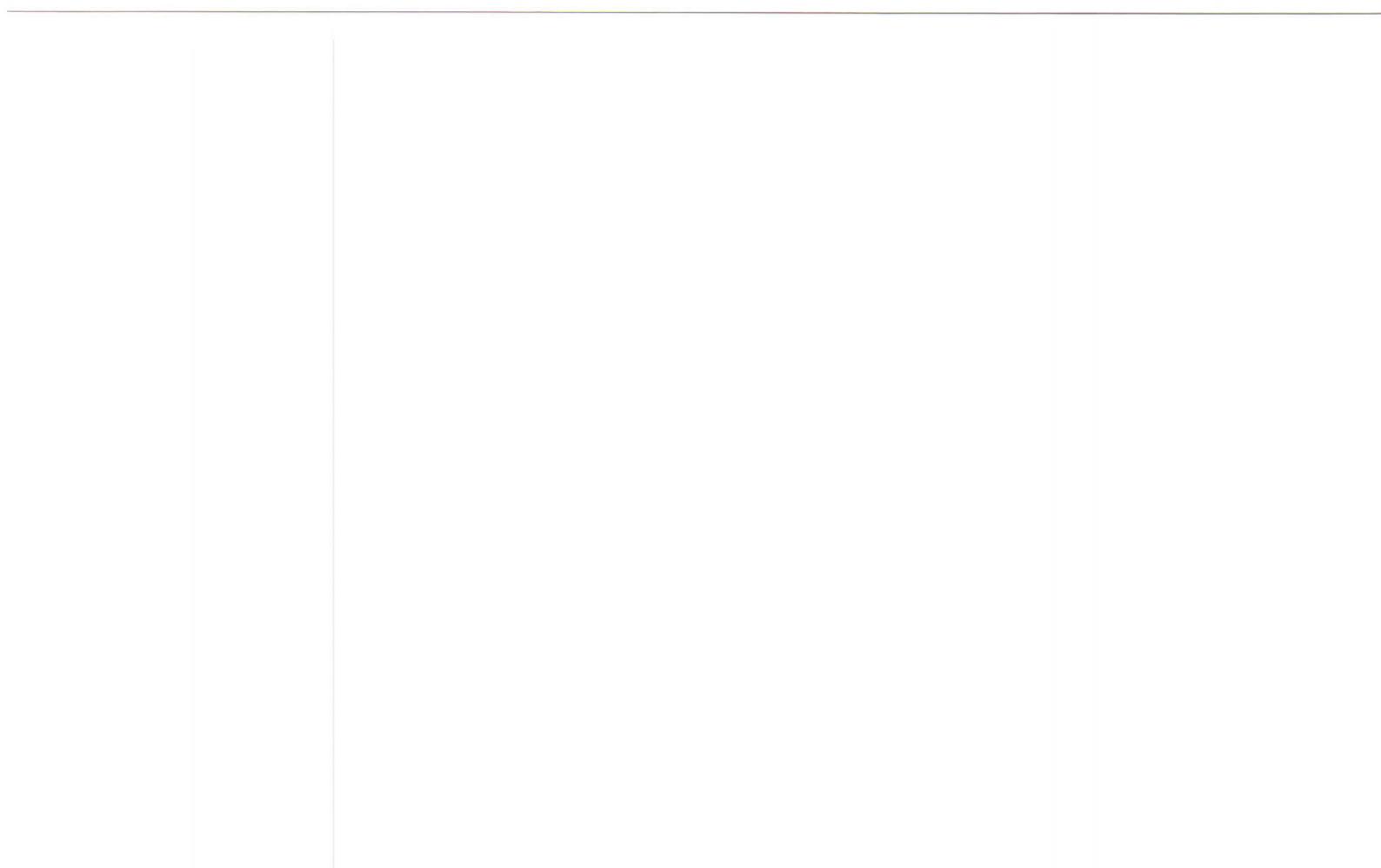
вміти:

- характеризувати основні функції маркетингових служб підприємств;
- визначати вплив факторів середовища на діяльність підприємства;
- оцінювати маркетингові можливості підприємства;
- здійснювати сегментування ринку та позиціонування товару на ринку;
- аналізувати маркетингову інформацію, економічні ситуації на ринку, кон'юнктуру та прогнозування обсягу продажу товарів;
- проводити маркетингові дослідження;
- аналізувати результати маркетингової діяльності підприємства;
- оцінювати ефективність маркетингових заходів;
- розробляти рекомендації щодо покращання товарної, цінової, комунікаційної та розподільчої маркетингової політики підприємства.

З дисципліни «Етика ділового спілкування» абітурієнт повинен

знати:

- суть, принципи та види етики, особливості етики ділового спілкування як прикладної науки;
- суть спілкування;
- особливості верbalного та неверbalного спілкування;
- основні види ділового спілкування та етичні вимоги до них;
- етичні вимоги до відносин між керівниками, підлеглими, споживачами та діловими партнерами, особливості спілкування з іноземцями;
- суть культури професійної діяльності;
- значення позитивного іміджу у професійній діяльності та правила його формування;
- види та правила етикету;
- елементи ділової атрибутики;



вміти:

- обирати способи та засоби ділового спілкування відповідно до психологічних та соціокультурних особливостей співрозмовників і норм етики;
- творчо застосовувати обрані засоби та способи спілкування у професійному середовищі;
- застосовувати правила мовлення та слухання у професійній діяльності, спілкуватися телефоном та способом ділового листування;
- формувати власний імідж, застосовувати правила культури поведінки та етикету у професійній діяльності.

**3. РОЗДІЛИ ДИСЦИПЛІН, ЩО ВИНОСЯТЬСЯ НА
ІНДИВІДУАЛЬНУ УСНУ СПІВБЕСІДУ****3 дисципліни «Основи менеджменту»**

1. Вступ до менеджменту.
2. Виникнення та розвиток менеджменту.
3. Організація як об'єкт управління.
4. Планування як загальна функція менеджменту.
5. Організаційна функція менеджменту.
6. Мотивування як функція менеджменту.
7. Контроль та регулювання як функція менеджменту.
8. Принципи і методи менеджменту.
9. Управлінські рішення.
10. Інформація та комунікація у менеджменті.
11. Основні засади керівника.
12. Лідерство.
13. Конфлікт та стрес як об'єкти керівництва.

3 дисципліни «Основи маркетингу»

1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція.
2. Класифікація маркетингу та його основні категорії.
3. Маркетингові дослідження.
4. Сегментація ринку та позиціонування товару на ринку.
5. Маркетингова товарна політика.
6. Маркетингова цінова політика.
7. Маркетингова політика розподілу.
8. Маркетингова політика комунікацій.
9. Організація та контроль маркетингової діяльності підприємства.

З дисципліни «Етика ділового спілкування»

1. Етика ділового спілкування як наука та навчальна дисципліна.
2. Психологічні основи спілкування.
3. Засоби та техніка ділового спілкування.
4. Професійна культура спілкування та етикет.

4. ОРІЄНТОВНИЙ ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВИНОСЯТЬСЯ НА ІНДИВІДУАЛЬНУ УСНУ СПІВБЕСІДУ

З дисципліни «Основи менеджменту»

1. Суть поняття «менеджмент».
2. Поняття «менеджмент». Співвідношення понять «підприємець», «менеджер».
3. Співвідношення понять «менеджмент» і «управління».
4. Сутність і ознаки організації.
5. Розподіл праці в організації.
6. Сутність розподілу праці.
7. Сутність та види планування.
8. Повноваження, відповідальність, делегування.
9. Порядок складання бізнес-плану
10. Поняття «функція організації» у менеджменті.
11. Обов'язки та повноваження, їх сутність.
12. Поняття та види мотивації.
13. Економічні та неекономічні стимули.
14. Ієрархії потреб А. Маслоу.
15. Сутність, основні елементи і завдання контролю.
16. Поточний та попередній контроль.
17. Сутність і основні завдання підсумкового контролю
18. Регулювання як функція менеджменту.
19. Сутність управлінських рішень.
20. Комунікації як сполучний процес у менеджменті. Поняття «комунікації».
21. Шляхи подолання комунікаційних шумів (перешкод) в міжособистісному та діловому спілкуванні.
22. Ділові переговори. Стратегії проведення переговорів.
23. Прийоми ведення переговорів.
24. Наради та правила їх проведення.
25. Природа лідерства. Сутність поняття «лідерство».
26. Основні відмінності між лідером і керівником.
27. Формальне лідерство. Неформальне лідерство.
28. Визначення поняття «управлінське рішення».
29. Поняття «конфлікт», причини конфліктів.
30. Методи розв'язання конфліктів.

З дисципліни «Основи маркетингу»

1. Виникнення та основні етапи розвитку маркетингу.
2. Еволюція концепцій маркетингу.
3. Принципи, цілі, завдання та функції маркетингу.
4. Класифікація маркетингу.
5. Основні категорії маркетингу та їх характеристика.
6. Поняття комплексу маркетингу «4Р» та «7Р».
7. Основні сфери застосування маркетингу.
8. Макросередовище та його вплив на маркетингову діяльність.
9. Мікросередовище організації та його основні складові.
10. Основні етапи маркетингового дослідження.
11. Оцінка кон'юнктури ринку.
12. Особливості та методи проведення досліджень конкретних об'єктів.
13. Характеристика недиференційованого, диференційованого та концентрованого варіанту охоплення ринку.
14. Принципи та критерії сегментації ринків.
15. Пошук нових та вибір цільових сегментів ринку.
16. Позиціонування товару на ринку.
17. Сутність та структура маркетингової товарної політики.
18. Рівні, класифікація та маркетингова концепція товарів.
19. Поняття про товарну марку, її типи.
20. Створення та впровадження на ринок нових товарів.
21. Характеристика етапів життєвого циклу товарів.
22. Конкурентоспроможність товару, методи визначення та система показників, що її характеризують.
23. Поняття товарного асортименту та номенклатури товарів підприємства й управління ними.
24. Види цінової політики та цінових стратегій.
25. Суть, методи та функції маркетингової політики розподілу.
26. Основні характеристики каналів розподілу.
27. Сутність маркетингової політики комунікацій.
28. Основні елементи комплексу маркетингових комунікацій.
29. Просування товару.
30. Розробка комунікаційної програми.

З дисципліни «Етика ділового спілкування»

1. Етика, її зміст. Категорії етики.
2. Види етики. Етика ділового спілкування, її предмет та завдання.
3. Спілкування, його суть, мета та значення у життєдіяльності людей.
4. Особливості ділового спілкування.
5. Класифікація видів спілкування у психології.
6. Структура спілкування. Спілкування як обмін інформацією.
7. Рівні спілкування: співробітництво та суперництво. Трансакції.

8. Спілкування як сприймання та розуміння один одного.
 9. Ефективність спілкування.
 10. Способи протистояння негативному впливу.
 11. Типи співрозмовників.
 12. Психологічні бар'єри у спілкуванні.
 13. Вербальне спілкування, його види та характеристика.
 14. Культура мови та мовлення. Культура слухання.
 15. Основні засоби ділового спілкування.
 16. Ділове листування.
 17. Ділове спілкування телефоном.
 18. Невербальні засоби спілкування.
 19. Культура поведінки фахівця. Етичні кодекси.
 20. Етика спішування «керівник – підлеглий», «підлеглий – керівник», «співробітник – співробітник».
 21. Етичні правила спілкування зі споживачами.
 22. Етика спілкування з діловими партнерами.
 23. Етика спілкування з конкурентами.
 24. Етичні принципи реклами.
 25. Етика поведінки фахівця під час спілкування з іноземцями.
 26. Особливості ділового спілкування з іноземцями: листування, організація та проведення переговорів, стилі спілкування.
 27. Етика невербального спілкування з іноземцями.
 28. Імідж та його основні характеристики. Основні вимоги до зовнішнього вигляду фахівця.
 29. Поняття про етикет. Види етикету. Особливості ділового етикету. Правила етикету.
 30. Ділова атрибутика, візитні картки, подарунки.
-

**5. СТРУКТУРА ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ
ІНДИВІДУАЛЬНОЇ УСНОЇ СПІВБЕСІДИ**

ЗРАЗОК

УКРКООПСПЛКА
ВІННИЦЬКА ОБЛАСНА СПЛКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ
ВІННИЦЬКИЙ КООПЕРАТИВНИЙ ІНСТИТУТ

Варіант №

ЗАВДАННЯ № 1

ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОЇ УСНОЇ СПІВБЕСІДИ

для абітурієнтів, які вступають на денну та заочну форми здобуття освіти на основі здобутого ступеня ОКР вищої освіти за іншою спеціальністю для здобуття освітнього ступеня бакалавр за спеціальністю
073 «Менеджмент»

1. Назвіть та охарактеризуйте економічні і неекономічні стимули.
2. Охарактеризуйте основні категорії маркетингу.

6. КРИТЕРІЙ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ АБІТУРІЕНТІВ

Завдання для проведення індивідуальної усної співбесіди для абитурієнтів, які вступають на основі здобутого ступеня ОКР вищої освіти за іншою спеціальністю для здобуття освітнього ступеня бакалавр за спеціальністю 073 «Менеджмент» включають в себе два теоретичних завдання.

Критерій оцінювання знань абитурієнтів освітнього ступеня бакалавр, спеціальності 073 «Менеджмент» з дисциплін «Основи менеджменту», «Основи маркетингу», «Етика ділового спілкування».

Рівні навчальних досягнень	Бали	Критерії оцінювання знань абитурієнтів
I. Початковий	100 -109	Абітурієнт розрізняє елементи комплексу менеджменту, історію виникнення менеджменту та за допомогою викладача надає характеристику, розрізняє види менеджменту.
	110 -119	Абітурієнт за допомогою екзаменатора визначає основні функції менеджменту, надає характеристику функціям менеджменту.
II. Середній	120 -129	Абітурієнт відтворює частину навчального матеріалу, розробляє управлінські рішення. Частково вирішує виробничі ситуації.
	130 -149	Абітурієнт самостійно дає більшість визначень передбачених темою, відтворює значну частину вивченого менеджменту. На середньому рівні володіє основами менеджменту.
III. Достатній	150 -159	Абітурієнт засвоїв достатньо повно програмний матеріал, дає змістовні відповіді з питань управлінської діяльності. Вміє вирішувати ситуації.
	160 -179	Абітурієнт засвоїв матеріал у повному обсязі, орієнтується в основні функції менеджменту, надає характеристику функціям менеджменту, визначає типи конфліктів, які можуть виникнути.
IV. Високий	180 -200	Абітурієнт має глибокі знання з менеджменту, життєвого циклу товару, вміє аналізувати і творчо підходить до вирішення проблемних питань, вміє працювати з нормативною документацією, знає як вести себе в стресовій ситуації.

7. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА З дисципліни «Основи менеджменту»

1. Конституція України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР.
2. Господарський кодекс України від 16.01. 2003 № 436-IV.
3. Закони України (зі змінами і доповненнями):
 - 3.1. «Про споживчу кооперацію» від 10.04.1992 № 2265-XII.
 - 3.2. «Про інформацію» від 02.10.1992 № 2657-XII
 - 3.3. «Про зайнятість населення» від 05.07.2012 № 5067- VI.
 - 3.4. «Про доступ до публічної інформації» від 13.01.2011 № 2939- VI.

Базова

1. Богатирьова Л.Д. Основи менеджменту: навч. посіб. // Л.Д. Богатирьова, Є.Н. Стрельчук, Т.Н. Тардаскіна – Одеса: ОНАЗ ім О.С. Попова, 2012. – 114с.
2. Дідковська Л.Г. Менеджмент: навч. посіб. / Л.Г. Дідковська, П.Л. Гордієнко. – К.: Алеута, 2007. – 517 с.
3. Дудар Т.Г. Менеджмент навч. посіб./ Т.Г. Дудар, Р.В. Волошин, В.Г. Дудар. - К.: Центр учебової літератури, 2013. – 336 с.
4. Кузьмін О.Є. Менеджмент: навч. посібник для самостійної роботи студентів / О.Є.Кузьмін, О.Г.Мельник, Н.Я.Петришин. – К.: Академічне видання, 2012. – 296 с.
5. Кравченко В.О. Основи менеджменту: навч. посіб. / Карвченко В.О. – Одеса: Атлант, 2012. - 212 с.
6. Мартиненко М.М. Основи менеджменту: Підручник. / М.М. Мартиненко – К.: Каравела, 2005. – 496с.
7. Менеджмент: Учебное пособие / В.Н. Гончаров, В.М. Бугаков, В.П. Бычков, Н.В. Зось-Киор, М.А. Шибаев, Н.Н. Кальченко, И.Д. Заруцкий, А.Е. Пожидаев, И.Н. Шпилевой. – Луганск: Изд-во «Ноулидж», 2013. – 348 с.
8. Менеджмент організації: підручник / За заг. ред. В.П. Петкова. – К.: КНТ, 2017. – 488 с.
9. Михайлов С.І. Менеджмент: навч. посіб. / С.І. Михайлов, Т.І. Балановська, О.С. Степанюк / за ред. С.І. Михайлова – К: Центр учебової літератури, 2012. – 536 с.
10. Мостенська Т.Л. Менеджмент: підручник / Т.Л. Мостенська, В.О. Новак, М.Г. Луцький, О.В. Ільєнко – 2-ге видання. – К.: «Кондор» Видавництво, 2012. – 758 с.
11. Осовська Г.В. Основи менеджменту: Підручник. / Г.В. Осовський, О.А. Осовська – К.: «Кондор», 2006 – 664 с.
12. Осовська Г.В. Основи менеджменту. Практикум: навчальний посібник. / О.А. Осовська, І.В. Копитова – К.: Кондор, 2005. – 581 с.
13. Охріменко А.Г. Основи менеджменту: навч. посіб. / А.Г. Охріменко – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 130с.
14. Рульєв В.А. Менеджмент. навч. посіб. / В.А. Рульєв, С.О. Гуткевич – К.: Центр учебової літератури, 2011 – 312 с.

15. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: підручник. / Хміль Ф.І. – К.: Акад. видав., 2005-608с.

16. Яцуря В.В. Менеджмент: навч. посібник / В.В. Яцуря, О.П. Жук – Львів, 2008 – 444с.

Додаткова

1. Гуменний М.В. Сучасні теорії менеджменту: навч. посібник./ М.В. Гуменний – К.: Каравела, 2012. – 304 с.

2. Євтух О.Т. Фінансовий менеджмент для магістрів і не тільки. навч. посібник. / О.Т.Євтух, О.О.Євтух – К:Центр учебової літератури, 2011. – 408 с.

3. Захарченко В.І. Інноваційний менеджмент теорія і практика в умовах трансформації економіки. навч. посіб. / В.І.Захарченко, Н.М.Корсікова, М.М. Меркулов – К.: Центр учебової літератури. 2012. – 448 с.

4. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент: підручник / Ілляшенко С.М. – Суми: Університетська книга, 2018. – 334 с.

5. Кузьмін О.Є. Соціальна відповідальність: навч. посібник / О.Є.Кузьмін, О.В.Пирог, Л.І.Чернобай. – Л.: Видавництво Львівської політехніки, 2016. – 328 с.

6. Пазинич В.І. Фінансовий менеджмент. навч. посібн. / В.І. Пазинич, А.В. Шулежко – К.: Центр учебової літератури, 2011. – 401 с.

7. Свидрун І.І. Креативний менеджмент. навч. посібник. / І.І. Свидрун – К.: Центр учебової літератури, 2012. – 224 с.

8. Соболь С.М. Менеджмент: навч.-метод. посібник / С.М. Соболь, В.М. Багацький – К.: КНЕУ, 2005. – 225 с.

9. Тарнавська Н. Стратегічний менеджмент: навч. посібник / Н. Тарнавська, О. Напора. – Тернопіль: «Карт-бланш», - К.: «Кондор», 2018. – 287 с.

10. Управління сучасним офісом (офіс-менеджмент): навч. посібник / С.П. Шевчук, В.А. Скородов, В.М. Жуковська та ін.. – К.: Видавничий дім «Професіонал», 2017. – 184 с.

З дисципліни «Основи маркетингу»

1. Господарський кодекс України від 16.01. 2003 № 436-IV.

2. Закони України (зі змінами та доповненнями):

2.1. «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 № 1023-XII.

2.2. «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 № 959-XII.

2.3. «Про рекламу» від 03.07.1996 № 270/96-ВР.

2.4. «Про стандартизацію» від 05.06.2014 № 1315-VII.

Базова

1. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства: Навч. посібник/ Л.В.Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова – К.: Центр учебової літератури, 2012. – 612 с.

2. Буднікевич І. М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: навч.посібник / За ред. Буднікевич І. М. – К.: «Центр учебової літератури». –

2013. – 536 с.

3. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу: навчальний посібник / О. А. Біловодська. – К.: Знання, 2011. – 495 с
4. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник / О.А. Біловодська. – К. : Знання, 2010. – 332 с.
5. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник /С.С. Гаркавенко. – 7-е вид. – К.: Лібра, 2010. – 720 с.
6. Гладунов О.О. Маркетинг: навч.посіб. / О. Гладунов [та інші]; М-во освіти і науки України. – Рівне: Волин. Обереги, 2013. – 335 с
7. Ілляшенко С.Н. Маркетингова товарна політика. Підручник / С.Н. Ілляшенко.– К.: Кондор. – 2010. – 328 с.
8. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика / В. Я. Кардаш. – К.: Видавництво «Професіонал», 2010. – 304 с
- 9.Ковальчук С. В. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. / С.В.Ковальчук, І. В. Гвоздецька, С. М. Синиця. – Львів : Новий Світ-2000, 2011. – 352 с.
- 10.Ковальчук С. В. Маркетинг: [навчальний посібник] / С. В. Ковальчук, В. Л. Карпенко, Л. М. Коваль. – Львів: Новий світ – 2000, 2012. – 679 с.
- 11.Коваленко В.В. Маркетинг: Навч.посібник / В.В. Коваленко, С.О. Тридід– Львів: Новий Світ-2000, 2011. – 266 с.
12. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент/ Ф. Котлер, К.Л. Келлер; 14-е изд.; пер. с англ. под. ред. В. Кузина. — СПб.: Питер, 2014. – 800 с.
13. Литвинова О. М . Маркетинг: навч.посіб. / Литвинова О. М. та інші; м-во аграр. політики та продовольства України, Харк. нац. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва. – Х., 2013. – 237 с.
14. Фірсова С. Г. Маркетинг : навч. посіб. / Фірсова С. Г. - Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2013. - 323 с.

Додаткова

- 1.Прокопенко О.В. Екологічний маркетинг: навч.посібник / О.В. Прокопенко. – К.: Знання, 2012. – 319 с.
2. Скибінський С. В. Маркетинг. Ч. 2: Підручник / С. В. Скибінський. – Л.: ЛА «Піраміда», 2009. – 748 с.
3. Кравчук Г.О. Маркетинг: Навч. посіб. / Г.О. Кравчук. – ПП Балюк, Вінниця. – 2009. – 295 с.

З дисципліни «Етика ділового спілкування»

Базова

1. Боровиков О. В. Етика ділового спілкування : навч.-метод. посібник / О. В. Боровиков. – Полтава : ПУЕТ, 2012. – 94 с.
2. Воронкова В.Г. Етика ділового спілкування: навч. посібник / В. Г. Воронкова, А.Г. Беліченко, В. В. Мельник, М. А. Ажажа. – Львів : Магнолія-2006 , 2012. – 312 с.

3. Гриценко Т.Б. Етика ділового спілкування : навч. посіб./ Т.Б. Гриценко, Т.Д. Іщенко, Т.Ф. Мельничук . - К. : ЦУЛ, 2017. - 344 с.
4. Пентилюк М.І. Ділове спілкування та культура мовлення : навч. посібник / М.І. Пентилюк, І. І. Марунич, І.В. Гайдаєнко. – Київ : Центр учб. л-ри, 2017. – 224 с.
5. Прищак М. Д. Етика та психологія ділових відносин / Лесько О. Й., Прищак М. Д., Залюбська О. Б. та ін. – Вінниця. : ВНТУ, 2011. – 309 с.
6. Радченко С. Г. Етика бізнесу: навч. посібник / С. Г. Радченко. – 2-ге вид. , перероб. і допов. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 396 с.
7. Чистіліна Т. О. Етика та естетика: навч. посібник / Т. О. Чистіліна. – Київ : Центр учб. л-ри, 2017. – 304 с.
8. Чернієнко В.О. Етика ділового спілкування: навч. посіб. до самост. роботи / В. О. Чернієнко, С. І. Широка, О. І. Гаплевська ; Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є.Жуковського "Харк. авіац. ін-т".- Х.:ХАІ, 2012. - 67 с.

Додаткова

1. Баранова Н.М. Етика [Текст] : навч. посіб. / Н. М. Баранова ; Ніжин. держ. ун-т ім. Миколи Гоголя. - Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2015. - 323 с.
2. Засекіна Л. В.Основи психології та міжособове спілкування : навч. посіб./ Л. В. Засекіна, Т.В. Пастрик. - К. : Медицина, 2015. - 216 с.
3. Малахов В.А. Етика : курс лекцій / В.А.Малахов. - Острог : Вид-во Нац. ун-ту "Острозька академія", 2014. - 213 с.
