

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

**ЗАТВЕРДЖУЮ
В.о. ректора Вінницького
кооперативного інституту
Світлана КОЛОТІЙ
«13» травня 2022 р.**



**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
076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

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

Вінниця 2022

1. ВСТУП

Програма індивідуальних усних співбесід для абітурієнтів, що вступають на основі здобутого ступеня (освітньо-кваліфікаційного рівня) вищої освіти за іншою спеціальністю для здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» охоплює всі основні вимоги до підготовки абітурієнтів. Для вступу на спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» потрібно мати ґрунтовні і змістовні знання з дисциплін: «Основи торговельного підприємництва», «Комерційна діяльність», «Основи маркетингу».

У запропонованій програмі стисло наведено зміст тем дисциплін, вказано основний понятійний апарат, яким повинен володіти абітурієнт, наводиться перелік основних питань з кожної 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.

2. ОСНОВНІ ВИМОГИ ДО ПІДГОТОВКИ ВСТУПНИКІВ

3 дисципліни «Основи торговельного підприємництва» абітурієнт повинен

знати:

- сутність, функції та виробничі ресурси підприємництва, його економічну основу і роль у суспільстві;
- правові форми та чинники розвитку підприємництва в Україні;
- механізм створення власної справи, види засновницьких документів, порядок державної реєстрації підприємства;
- структуру та суть складових частин бізнес-плану, методику аналізу показників діяльності підприємств;
- суть, механізм і необхідність державного регулювання підприємництва;
- сутність ризиків, методи і шляхи їх зниження, принципи і форми страхування;
- види, етапи, особливості та напрями розвитку підприємництва у сфері торгівлі;
- суть, значення, принципи і комерційні процеси комерційної діяльності підприємницьких структур;

вміти:

- користуватися законодавчо-нормативними документами, які регулюють питання підприємництва;
- розробляти засновницькі документи;
- створювати пакет документів, необхідних для державної реєстрації;
- вносити пропозиції щодо розроблення бізнес-плану;
- вносити пропозиції щодо фінансових показників підприємницької діяльності, ринку збути та підсумків діяльності;
- оцінювати комерційний ризик і визначати засоби його зниження.

З дисципліни «Комерційна діяльність» абітурієнт повинен

знати:

- сутність, принципи, структуру комерційної діяльності, чинники її розвитку;
- види та класифікацію суб'єктів комерційної діяльності, їх організаційно-правові форми, характеристику товарів і послуг як об'єктів комерційної діяльності та вимоги до них;
- функції й організаційну, функціональну та соціальну структури сфери торгівлі;
- сутність, функції й інфраструктуру оптового ринку, види оптових підприємств та оптово-посередницьких господарських формувань, систему зв'язків оптового ринку та їх правове регулювання, порядок розробки договорів, організацію контролю за виконанням договірних зобов'язань;
- сутність, принципи закупівельної роботи, джерела та форми закупівель товарів, організацію їх закупівель;
- порядок формування асортименту товарів на оптовому підприємстві торгівлі, принципи та методи регулювання асортименту, управління товарними запасами;
- сутність, форми та методи оптового продажу товарів, порядок укладання договорів поставки;
- сутність комерційного успіху, методи та критерії комерційної діяльності; сутність та види комерційного ризику, причини його виникнення й способи зниження;
- порядок формування асортименту на підприємствах торгівлі, принципи та методи управління асортиментом, методи вивчення купівельного попиту;
- сутність, завдання, форми, принципи та вимоги товаропостачання в роздрібну торговельну мережу;
- сутність ефективності комерційного ризику, основні причини виникнення та способи зниження ризику;

вміти:

- організовувати й здійснювати комерційну діяльність в оптовій торгівлі та роздрібній торгівлі в умовах ринкових відносин;
- формувати асортимент на підприємствах оптової та роздрібної торгівлі;
- організовувати оптові закупівлі товарів;
- організовувати оптовий продаж товарів;
- обирати оптимальні шляхи товаропросування.

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 здійснення, 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;
- організовувати маркетингові дослідження;
- аналізувати результати маркетингової діяльності підприємства;
- оцінювати ефективність маркетингових заходів;
- розробляти рекомендації щодо покращання товарної, цінової, комунікаційної та розподільної маркетингової політики підприємства.

3. РОЗДЛІ ДИСЦИПЛІН, ЩО ВИНОСЯТЬСЯ НА ІНДИВІДУАЛЬНУ УСНУ СПІВБЕСІДУ

3 дисципліни «Основи торговельного підприємництва»

1. Сутність та особливості підприємницької діяльності.
2. Основні організаційні форми підприємництва, чинники розвитку внутрішнього й зовнішнього потенціалу підприємництва в Україні.
3. Планування власної справи.
4. Технологія заснування власної справи.
5. Бізнес-планування.
6. Державне регулювання підприємницької діяльності.
7. Комерційна діяльність підприємницьких структур.
8. Управління підприємницькою діяльністю у торгівлі.

З дисципліни «Комерційна діяльність»

1. Сутність комерційної діяльності, її суб'єкти та об'єкти.
2. Організація комерційної діяльності в оптовій торгівлі.
3. Господарські зв'язки та їх регулювання.
4. Оптові закупівлі товарів.
5. Формування асортименту товарів та управління товарними запасами в оптовій торгівлі.
6. Організація оптового продажу товарів.
7. Товаропостачання підприємств роздрібної торгівлі.
8. Комерційна діяльність у роздрібній торгівлі.
9. Ризики і ефективність комерційної діяльності.

З 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.

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

З дисципліни «Основи торговельного підприємництва»

1. Суть підприємництва і його роль у становленні ринкової економіки.
2. Функції, принципи та моделі підприємництва.
3. Суб'єкти та об'єкти підприємницької діяльності.
4. Тенденції розвитку підприємництва в Україні.
5. Правова база підприємництва в Україні.
6. Правові форми підприємництва, внутрішнє та зовнішнє середовище підприємницької діяльності.
7. Технологія заснування власної справи.
8. Сутність і принципи комерційного розрахунку.
9. Структура і технологія розробки бізнес-плану.
10. Послідовність та методика аналізу підприємницької діяльності.
11. Особливості аналізу фінансових показників торговельного підприємництва.
12. Економічна суть державного регулювання торговельного підприємництва.
13. Механізм, форми та методи державного регулювання торговельного підприємництва в Україні.
14. Економічна безпека торговельного підприємництва.
15. Сутність та види підприємницького ризику.
16. Управління ризиками в підприємницькій діяльності.
17. Основні положення, принципи та форми страхування в торговельному підприємництві.
18. Етапи підприємницької діяльності в торгівлі.
19. Особливості підприємницької діяльності в торгівлі.
20. Забезпечення функціонування підприємств торговельного підприємництва.
21. Напрями розвитку підприємництва у сфері торгівлі в Україні.
22. Суть, значення і принципи комерційної діяльності підприємницьких структур.
23. Правові основи здійснення комерційної діяльності підприємницьких структур.
24. Економічні взаємовідносини підприємців зі споживачами.
25. Шляхи подальшого розвитку комерційного підприємництва.

З дисципліни «Комерційна діяльність»

1. Сутність комерційної діяльності та її структура.
2. Принципи та чинник розвитку комерційної діяльності.
3. Види та класифікація суб'єктів комерційної діяльності.
4. Товар як об'єкт комерційної діяльності. Послуги та вимоги до них.
5. Комерційна інформація про товар, її джерела і носії.
6. Характеристика особливих видів об'єктів комерційної діяльності.
7. Функції торгівлі та параметри її ресурсного потенціалу.
8. Роль і завдання комерційної роботи на сучасному етапі.
9. Організація комерційної діяльності в оптовій торгівлі.

10. Структура, зміст та порядок укладання договору постачання товарів.
11. Значення, сутність, мета та принципи закупівельної роботи на оптовому ринку.
12. Класифікація та джерела закупок товарів.
13. Формування та регулювання асортименту товарів.
14. Процес регулювання та управління товарними запасами в оптовій торгівлі.
15. Поняття і сутність оптового продажу товарів.
16. Formи, види та методи оптового продажу товарів.
17. Функції та завдання роздрібної торгівлі.
18. Чинники та умови розвитку комерційної діяльності у сфері роздрібної торгівлі.
19. Сутність і зміст асортиментної політики в торгівлі.
20. Особливості формування асортименту товарів у роздрібній торгівлі.
21. Регулювання та контроль асортименту товарів у торговельній мережі.
22. Сутність і завдання товаропостачання.
23. Вимоги до організації товаропостачання. Принципи організації товаропостачання.
24. Суть, методи, критерії ефективності комерційної діяльності.
25. Сутність і зміст комерційного ризику. Способи зниження ризику.

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. Особливості міжнародного маркетингу.
8. Основні сфери застосування маркетингу.
9. Макросередовище та його вплив на маркетингову діяльність.
10. Мікросередовище організації та його основні складові.
11. Маркетингова інформаційна система.
12. Основні етапи маркетингового дослідження.
13. Оцінка кон'юнктури ринку.
14. Особливості та методи проведення досліджень конкретних об'єктів.
15. Характеристика недиференційованого, диференційованого та концентрованого варіанту охоплення ринку.
16. Принципи та критерії сегментації ринків.
17. Пошук нових та вибір цільових сегментів ринку.
18. Позиціонування товару на ринку.
19. Сутність та структура маркетингової товарної політики.
20. Рівні, класифікація та маркетингова концепція товарів.
21. Поняття про товарну марку, її типи.

22. Створення та впровадження на ринок нових товарів.
23. Характеристика етапів життєвого циклу товарів.
24. Конкурентоспроможність товару, методи визначення та система показників, що її характеризують.
25. Поняття товарного асортименту та номенклатури товарів підприємства й управління ними.
26. Види цінової політики та їх характеристика.
27. Види цінових стратегій та їх характеристика.
28. Ціноутворення на різних типах ринків.
29. Методи ціноутворення та їх характеристика.
30. Суть, методи та функції маркетингової політики розподілу.
31. Основні характеристики каналів розподілу.
32. Формування та оцінка каналів розподілу.
33. Сутність маркетингової політики комунікацій.
34. Основні елементи комплексу маркетингових комунікацій.
35. Просування товару.
36. Розробка комунікаційної програми.
37. Система управління маркетингом та її елементи.
38. Зміст маркетингового плану (програми).
39. Організація маркетингової діяльності підприємства.
40. Контроль маркетингової діяльності підприємства

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

ЗРАЗОК

УКРКООПСПЛКА
ВІННИЦЬКА ОБЛАСНА СПЛКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ
ВІННИЦЬКИЙ КООПЕРАТИВНИЙ ІНСТИТУТ

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 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

1. Поясніть особливості підприємницької діяльності в торгівлі.
2. Розкрийте сутність та структуру маркетингової товарної політики

6. КРИТЕРІЙ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ АБІТУРІЕНТІВ

Завдання для проведення індивідуальної усної співбесіди для абітурієнтів, які вступають на основі здобутого ступеня ОКР вищої освіти за іншою спеціальністю для здобуття освітнього ступеня бакалавра спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» включають в себе два теоретичних завдання.

Критерій оцінювання знань абітурієнтів освітнього ступеня бакалавр, спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» з фахових дисциплін «Основи торговельного підприємництва», «Комерційна діяльність», «Основи маркетингу»

Рівні навчальних досягнень	Бали	Критерій оцінювання знань абітурієнтів
I. Початковий	100 -109	Абітурієнт розрізняє суть та види підприємницької діяльності, особливості підприємницької діяльності та за допомогою викладача визначає особливості підприємницької діяльності в системі ринкових відносин.
	110 -119	Абітурієнт за допомогою екзаменатора визначає джерела комерційної інформації, етапи життєвого циклу товару, надає характеристику торговельним підприємствам.
II. Середній	120 -129	Абітурієнт частково визначає основні поняття і терміни за допомогою екзаменатора. Відтворює комерційну характеристику цінам, типам суб'єктів; каналам розподілу, але не вміє здійснити порівняльний аналіз критеріїв ефективності діяльності суб'єктів комерційної діяльності.
	130 -149	Абітурієнт відтворює частину навчального матеріалу, описує складові конкурентоспроможності товару, методи ціноутворення, особливості контролю підприємницької діяльності. Частково вирішує виробничі ситуації.
III. Достатній	150 -159	Абітурієнт має достатні знання програмного матеріалу з товарної, цінової, комунікаційної та політики розподілу усвідомлює застосування знань, для розв'язання

		практичного завдання, у відповіді можуть бути і окремі неточності, помилки.
	160 -179	Абітурієнт засвоїв достатньо повно програмний матеріал, дає змістовні відповіді з питань організації і контролю підприємницької діяльності.
IV. Високий	180 -200	Абітурієнт володіє грунтовними знаннями з організації маркетингових досліджень ринку та фірми, аналізу конкурентного середовища і конкурентів, прогнозування продажу в підприємницькій діяльності; висловлює та аргументує відповіді; самостійно здатний розв'язати проблемні завдання; вільно володіє програмним матеріалом.

7. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

З дисципліни «Основи торговельного підприємництва»

1. Конституція України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР.
2. Господарський кодекс України від 16.01. 2003 № 436-IV.
3. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI.
4. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV.
5. Закони України (зі змінами та доповненнями)
 - 5.1. «Про господарські товариства» від 19.09.1991 № 1576-XII .
 - 5.2. «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» від 06.02.2018, № 2275- VIII.
 - 5.3. «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб — підприємців та громадських формувань» від 26.11.2015 № 835- VIII.
 - 5.4. «Про зайнятість населення» від 05.07.2012 № 5067- VI.
 - 5.5. «Про захист від економічної конкуренції» від 11.01.2001 № 2210-III.
 - 5.6. «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 07.06.1998 № 236/96- ВР.
 - 5.7. «Про Антимонопольний комітет України» від 26.11.1993 № 3659- XII.
 - 5.8. «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» від 02.07.2015.
 - 5.9. «Про акціонерні товариства» від 17.09.2008 № 514- VI.
 - 5.10.«Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» від 22.03.2012 № 4618- VI.
6. Аветисова А.О. Основи підприємницької діяльності: навч.посіб./ А.О.Аветисова, Ю.Ю.Харченко, А.І.Панченко. – Донецьк: ДОН НУЕП, 2009. –

184c.

7. Ануфрієва О.Л. Підприємницька діяльність: навч.посіб./
О.Л.Ануфрієва, Т.Г.Пальчевська, Г.М. Лагоцька.- Івано-Франківськ: «Лілея-НВ», 2014. – 304с.
8. Апопій В. В. Основи підприємництва : навч. посіб. / В. В. Апопій, Н. О. Шутовська, С. А. Середа. – К. : Ліра-К, 2014. – 324 с.
9. Бурик А. Ф. Планування діяльності підприємства : навч. посіб. / А. Ф. Бурик. – К : Ліра-К, 2013. – 260 с.
10. Варналій З. С. Основи підприємництва: навч. посіб. – К.: Знання-Прес, 2012. – 293 с.
11. Виноградарська А.М. Основи підприємництва: навч.посіб. –К.:Кондор, 2008. -544 с.
12. Воронкова В. Г. Основи підприємництва: теорія та практикум : навч. посіб. / В. Г. Воронкова. – К. : Ліра-К, 2014. – 455 с.
13. Гой І. В. Підприємництво : навч. посіб. / І. В. Гой.-К. : Ліра-К, 2013. – 368 с.
14. Драбовський А.Г. Економіка підприємства: навч. посіб./
М.І.Петренко, А.Г.Драбовський., Петренко В.М., Т.1,2.– В.: «МЕРКЬЮРІ-ПОДІЛЛЯ», 2018.- 432с.
15. Захарчин Г. М. Основи підприємництва : навч. посіб. / Г. М. Захарчин.
– 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Ліра-К, 2013. – 407 с.
16. Македон В.В. Бізнес-планування: Навч.посіб/ В.В.Македон.- К.: ЦУЛ,2009.- 236.
17. Марушак С. М. Оцінка та управління підприємницькими ризиками :
навч. посіб. / С. М. Марушақ, Г. В. Єфімова, О. В. Пащенко. – К. : Ліра-К, 2014.
– 296 с.
18. Михалюк Н. І. Планування діяльності підприємств : навч. посіб. / Н. І. Михалюк. – К. : Ліра-К, 2015. – 620 с.
19. Тягунова Н. М. Підприємництво і бізнес-культура. Кредитно-
модульний курс : навч. посіб. / Н. М. Тягунова. – К. : Ліра-К, 2014. – 118 с.
20. Юрко І. В. Торговельне підприємництво : навч. посіб. / І. В. Юрко. –
К. : ЦУЛ, 2014. – 308 с.
21. Ярошевич Н. Б. Підприємництво і менеджмент навч. посіб. / Н. Б.
Ярошевич. – К. : Ліра-К, 2014. – 408 с.

З дисципліни «Комерційна діяльність»

1. Конституція України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР.
2. Господарський кодекс України від 16.01. 2003 № 436-IV.
3. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV.
4. Закони України(зі змінами та доповненнями):
 4. 1. «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 № 675-VIII.
 - 4.2. «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 № 1023-XII.
 - 4.3. «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 № 959-XII.
 - 4.4. «Про інформацію» від 02.10.1992 № 2657-XII.

4.5. «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів». редакція від 04.04.2018.

4.6. «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» від 15.12.1993 № 3689-XII.

4.7. «Про публічні закупівлі» від 25.12.2015 № 922-VIII.

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

4.9. «Про споживчу кооперацію» від 10.04.1992 № 2266-VI.

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

4.11. «Про товарну біржу» від 10.12.1991 № 1956-XII.

4.12. «Про торгово-промислові палати в Україні» від 02.12.1997 № 671/97-ВР.

5. Антонюк Я. М. Комерційна діяльність : навч. посіб. / Я. М. Антонюк. – Львів : Магнолія, 2011. – 332 с.

6. Апопій В. В. Комерційна діяльність : підруч. / В. В. Апопій та ін. –К. : Знання, 2008. – 558 с.

7. Балабан П. Ю. Комерційна діяльність : підруч. / П. Ю. Балабан, М. П. Балабан, Т. Л. Мітяєва, О.М. Михайленко, Л. О. Попова, М. М. Хурса ; за ред. проф. П. Ю. Балабана. – Харків : Світ Книг, 2018. – 452 с.

8. Балджи М. Д. Економіка та організація торгівлі: навчальний посібник / М. Д. Балджи, І. А. Допіра, В. О. Однолько. – Київ: Кондор-видавництво, 2017. – 368 с.

9. Голошубова Н. О. Організація торгівлі : [підруч. для студ. вищ. закл.] / Н. О. Голошубова. – 2-ге, перероб. та допов. – К. : Книга, 2012. – 680 с.

10. Донець Л. І. Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків : навч. посіб. / Л. І. Донець. – К. : 2012. – 464 с.

11. Копич І. М. Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку : монографія / І. М. Копич, О. О. Нестуля та ін.; за ред. В. В. Апопія, П. Ю. Балабана. – Львів : Новий світ – 2000, 2014. – 565 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.

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

4. Буднікевич І. М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: навч.посібник / За ред. Буднікевич І. М. – К.: «Центр учебової літератури». – 2013. – 536 с.

5. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу: навчальний

посібник / О. А. Біловодська. – К.: Знання, 2011. – 495 с.

6 . Войчак А.В. Маркетингові дослідження : підручник. / А. В. Войчак, А. В. Федорченко; за наук. ред. А. В. Войчака; М-во освіти і науки України, Держ. вищ. навч. закл. «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана» — К.: КНЕУ, 2015. – 402 с

7. Гаркавенко С.С. Маркетинг : [Підруч. для студ. екон. спец. вузів] – К.: Лібра, 2014. – 708 с.

8. Гладунов О.О. Маркетинг: навч.посіб. / О. Гладунов [та інші]; М-во освіти і науки України. – Рівне: Волин. Обереги, 2013. – 335 с.

9. Ілляшенко С.Н. Маркетингова товарна політика. Підручник / С.Н. Ілляшенко.– К.: Кондор. – 2010. – 328 с.

10. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика / В. Я. Кардаш. – К.: Видавництво «Професіонал», 2010. – 304 с.

11. Ковальчук С. В. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. / С.В. Ковальчук, І. В. Гвоздецька, С. М. Синиця. – Львів : Новий Світ-2000, 2011. – 352 с.

12. Ковальчук С. В. Маркетинг: [навчальний посібник] / С. В. Ковальчук, В. Л. Карпенко, Л. М. Коваль. – Львів: Новийсвіт – 2000, 2012. – 679 с.

13. Коваленко В.В. Маркетинг: Навч.посібник / В.В. Коваленко, С.О. Тридід– Львів: Новий Світ-2000, 2011. – 266 с.

14. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент/ Ф. Котлер, К.Л. Келлер; 14-е изд.; пер. с англ. под. ред. В. Кузина. — СПб.: Питер, 2014. – 800 с.

15. 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.

16. Фірсова С. Г. Маркетинг : навч. посіб. / Фірсова С. Г. - Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2013. - 323 с.