

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ТУГАН-БАРАНОВСЬКОГО

ЗАТВЕРДЖУЮ:

В.о. ректора ДонНУЕТ

 О.Б. Чернега

«28» лютого 2019 р.



ПРОГРАМА
фахового вступного випробування
зі спеціальності 073 «Менеджмент»
для вступу на навчання для здобуття освітнього ступеня магістра

Програма затверджена на засіданні кафедри
маркетингу, менеджменту та публічного
адміністрування

Протокол від «11» лютого 2019 р. № 9

Схвалено

на засіданні Приймальної комісії ДонНУЕТ,

Протокол від «25» лютого 2019 р. № 5

Затверджено

Вченою радою ДонНУЕТ,

Протокол від «28» лютого 2019 р. № 9

Кривий Ріг – 2019

Розробник:

Булгакова О. В., к.е.н., доцент

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

1. Загальні положення	2
2. Перелік питань	3
3. Критерії оцінювання	6
4. Список рекомендованої літератури	9

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Метою фахових вступних випробувань для вступу на навчання за освітнім ступенем магістра є визначення рівня підготовки вступників, які бажають навчатись у ДонНУЕТ за спеціальністю 073 «Менеджмент».

Для засвоєння освітньої програми магістра вступники повинні мати базову вищу освіту здобуту за даними, спорідненими або іншими спеціальностями, здібності до оволодіння знаннями, уміннями та навичками в галузі гуманітарних дисциплін, дисциплін циклу природничо-наукової, загальноекономічної та практичної підготовки.

Програма з фахового вступного випробування базується на освітньо-кваліфікаційній програмі підготовки бакалавра з менеджменту організацій і адміністрування та одночасно визначає вимоги до студентів, які продовжують навчання за освітнім ступенем магістра. Програма фахового вступного випробування має міжпредметний синтетичний характер, що досягається об'єднанням завдань за декількома дисциплінами: «Маркетинг», «Менеджмент», «Управління персоналом», «Теорія організації».

Формою фахового вступного випробування зі спеціальності 073 «Менеджмент», є тестові завдання, які складаються у письмовій формі. Програма фахового вступного випробування побудована на основі фахових навчальних дисциплін, що входять до програми підготовки студентів освітнього ступеня бакалавра і забезпечують основу теоретичної та практичної підготовки до виконання кваліфікаційних обов'язків фахівця в області менеджменту.

До програми фахового вступного випробування включено теми і основні питання, які вступник повинен опрацювати для успішного його складання.

2. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ

Розділ 1. Маркетинг

- 1.1. Історичні передумови виникнення та розвитку маркетингу.
- 1.2. Теоретичні основи маркетингу: сутність і концепції розвитку.
- 1.3. Принципи та функції маркетингу.
- 1.4. Маркетингове середовище: поняття, склад, характеристика.
- 1.5. Цілі, завдання та види маркетингу.
- 1.6. Маркетингова інформація: поняття, вимоги, значення для прийняття маркетингових рішень.
- 1.7. Маркетингова інформаційна система (МІС): поняття, склад, значення.
- 1.8. Сутність, види, методи маркетингових досліджень.
- 1.9. Процес маркетингових досліджень: сутність і характеристика етапів.
- 1.10. Потреби та попит у системі маркетингу: сутність, класифікація, методи оцінки.
- 1.11. Моделювання поведінки покупців на ринку.
- 1.12. Сутність, мета, завдання сегментації ринку. Процес сегментації ринку. Стратегії охоплення ринку.
- 1.13. Товар і його характеристики при маркетинговому підході. Положення про штрихове кодування товарів.
- 1.14. Конкурентоспроможність товарів: поняття, показники та методи її оцінки.
- 1.15. Концепція життєвого циклу товару (ЖЦТ): поняття, характеристика його стадій.
- 1.16. Нові товари в маркетингу: поняття товарів ринкової новизни, типи нововведень, етапи розробки нових товарів.
- 1.17. Товарна марка, упаковка, сервіс у маркетингу.
- 1.18. Ціна як елемент комплексу маркетингу. Фактори, що впливають на ціну та їх характеристика.
- 1.19. Цінові стратегії: сутність та їх диференціація, удосконалених, традиційних товарів.
- 1.20. Методи розрахунку рівня цін та їх характеристика.
- 1.21. Розподіл у системі маркетингу. Поняття, мета, принципи розподілу.
- 1.22. Сутність, типи, рівні каналів розподілу та їх вибір.
- 1.23. Типи підприємств оптової і роздрібної торгівлі.
- 1.24. Поняття, функції, види просування.
- 1.25. Реклама в системі маркетингу: поняття, мета, завдання. Класифікація реклами.
- 1.26. Зв'язки з громадськістю: поняття, цілі, функції. Інструменти заходів зв'язків з громадськістю.

Розділ 2. Менеджмент

- 2.1. Менеджмент як специфічна сфера людської діяльності.
- 2.2. Менеджер і підприємець: поняття і основні відмінності.
- 2.3. Управлінська праця: сутність і специфіка.

- 2.4. Сутність і роль принципів менеджменту в досягненні мети організації.
 - 2.5. Історичні передумови виникнення наукового управління.
 - 2.6. Характеристика підходу на основі виділення різних шкіл в менеджменті.
 - 2.7. Процесний, системний і ситуаційний підходи.
 - 2.8. Розвиток управлінської науки в Україні.
 - 2.9. Організація як замкнута і відкрита система.
 - 2.10. Внутрішнє середовище організації.
 - 2.11. Зовнішнє середовище організації.
 - 2.12. Функції менеджменту, їх класифікація і взаємозв'язок.
 - 2.13. Процес управління організацією.
 - 2.14. Технологія процесу управління.
 - 2.15. Сутність і зміст планування як функції менеджменту.
 - 2.16. Стратегічне планування Процес стратегічного планування
 - 2.17. Сутність, і специфіка організаційної діяльності. Основні складові організаційної діяльності.
 - 2.18. Повноваження, обов'язки та відповідальність в менеджменті.
- Делегування повноважень.
- 2.19. Сутність, основні елементи і види організаційних структур.
 - 2.20. Поняття мотивації і її значення в менеджменті. Взаємозв'язок потреб, мотивів стимулів і винагороди працівників в процесі мотивації.
 - 2.21. Змістовні теорії мотивації: сутність, критика, застосовність в практиці управління.
 - 2.21. Процесуальні теорії мотивації: сутність, критика, застосовність в практиці управління.
 - 2.22. Стимулювання праці: цілі, принципи, види і форми.
 - 2.23. Поняття, цілі та принципи контролю.
 - 2.24. Класифікація контролю як функції менеджменту.
 - 2.25. Сутність та етапи процесу контролю.
 - 2.26. Поняття, цілі та принципи функції регулювання.
 - 2.27. Види регулювання та їх характеристика.
 - 2.28. Процес регулювання та характеристика його етапів.
 - 2.29. Сутність і класифікація методів менеджменту.
 - 2.30. Економічні методи менеджменту: їх види, сутність і взаємозв'язок з економічними важелями.
 - 2.31. Організаційно-розпорядчі методи: види та характеристика.
 - 2.32. Соціально-психологічні методи менеджменту: сутність і значення.
 - 2.33. Управлінське рішення та вимоги, що подаються до його вироблення.
 - 2.34. Умови прийняття управлінських рішень та фактори, що впливають на процес прийняття управлінських рішень.
 - 2.35. Процес прийняття управлінського рішення.

Розділ 3. Управління персоналом

- 3.1. Сутність, етапи і функції управління персоналом.
- 3.2. Трудові ресурси, трудовий колектив, людські ресурси, кадровий потенціал.

- 3.3. Система управління персоналом.
- 3.4. Методи управління персоналом.
- 3.5. Аспекти і принципи управління персоналом.
- 3.6. Підходи до управління персоналом.
- 3.7. Структура персоналу підприємства: сутність, види.
- 3.8. Професія, спеціальність, професійна придатність, кваліфікація.
- 3.9. Характеристика кваліфікаційних груп персоналу підприємства.
- 3.10. Показники, що характеризують кваліфікацію персоналу.
- 3.11. Компетентність працівника: сутність, види.
- 3.12. Колектив: сутність, елементи, ознаки.
- 3.13. Процес створення трудового колективу.
- 3.14. Формальні і неформальні групи в трудовому колективі.
- 3.15. Корпоративна культура в системі управління персоналом підприємства.
- 3.16. Соціально-психологічні особливості колективу як об'єкту управління.
- 3.17. Методи колективної роботи.
- 3.18. Кадрова політика підприємства: сутність, цілі, принципи.
- 3.19. Система чинників, що визначають кадрову політику підприємства.

Напрямки кадрової політики підприємства.

- 3.20. Стратегії управління персоналом підприємства.
- 3.21. Діловодство в роботі кадрової служби підприємства.
- 3.22. Кадрове планування у підприємстві: сутність, значення, цілі, задачі.
- 3.23. Визначення потреби підприємства в персоналі.
- 3.24. Наймання персоналу у підприємство.
- 3.25. Професійна орієнтація в системі управління персоналом.
- 3.26. Трудова адаптація працівників: сутність, цілі, напрямки.
- 3.27. Ділове оцінювання персоналу підприємства: сутність, задачі, вимоги.
- 3.28. Атестація персоналу підприємства.
- 3.29. Кар'єра: сутність, види, моделі, етапи.
- 3.30. Навчання персоналу підприємства: види, етапи, методи.
- 3.31. Кадровий резерв: сутність, типи.
- 3.32. Плинність кадрів. Процес формування стабільного колективу.
- 3.33. Система регулювання соціально-трудових відносин у підприємстві.
- 3.34. Економічна ефективність управління персоналом підприємства.
- 3.35. Соціальна ефективність управління персоналом підприємства.
- 3.36. Організаційна ефективність управління персоналом підприємства.

Розділ 4. Теорія організації

- 4.1. Сутність, змістове визначення та характеристики організації.
- 4.2. Закони функціонування та розвитку організації.
- 4.3. Принципи організації.
- 4.4. Етапи розвитку організації.
- 4.5. Організаційні теорії.
- 4.6. Еволюція теоретичних концепцій організації.
- 4.7. Основні моделі організацій: органічна і механістична моделі.
- 4.8. Системний підхід в управлінні.

- 4.9. Сутність системи, види та характеристика.
- 4.10. Типологія організацій.
- 4.11. Класифікація організацій.
- 4.12. Соціальна організація і соціальна спільність.
- 4.13. Основні види організацій: формальна і неформальна організації.
- 4.14. Механізми регулювання у соціальних системах.
- 4.15. Організаційна діяльність.
- 4.16. Принципи управління.
- 4.17. Оптимізація управління.
- 4.18. Основні методи управління.
- 4.19. Природно-наукові засади синергетики.
- 4.20. Синергетична концепція самоорганізації.
- 4.21. Гнучкість організації.
- 4.22. Сталість організації і управління змінами.
- 4.23. Зовнішнє середовище організації.
- 4.24. Внутрішнє середовище організації та його характеристика.
- 4.25. Методи дослідження зовнішнього і внутрішнього середовища організації.
- 4.26. Взаємозв'язок факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.
- 4.27. Сутність та етапи організаційного проектування.
- 4.28. Методологія проектування організаційних форм управління.
- 4.29. Процес проектування організаційних форм управління: характеристика та зміст основних етапів.
- 4.30. Підходи до оцінки та показники ефективності організаційних форм управління.
- 4.31. Перспективи розвитку організаційних утворень.

3. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

1. Екзаменаційний тест містить 44 тестових завдання, які поділені на п'ять блоків, та вміщують 40 закритих тестів та 4 відкритих тестових завдання.

2. Перший блок вміщує 10 тестів з маркетингу, 10 тестів з менеджменту, 10 тестів з управління персоналом, 10 тестів з теорії організації (закриті).

3. П'ятий блок містить 4 завдання з визначених дисциплін відповідно, що вимагають розгорнутої відповіді.

4. Якщо в бланку відповідей відмічена знаком «X» буква того варіанту, який є вірним, то тестове завдання вважається виконаним правильно, та оцінюється в 4 бали. У разі правильної відповіді на тестові завдання закритого типу абітурієнт отримує 160 балів.

5. Завдання з розгорнутою відповіддю вважається виконаним правильно та оцінюється максимально в 10 балів, якщо містить логічні судження та пояснення, посилення на відомі маркетингові концепції та фундаментальні дослідження з маркетингової діяльності, які містять позапрограмні елементи, розуміння процесу впровадження комплексу маркетингу, вміння робити узагальнення або наводити

прикладі, обґрунтування поглядів або переконань з проблем, що розглядаються, наявність власних обґрунтованих оригінальних думок. В цілому за вірні відповіді на відкриті завдання п'ятого блоку, абітурієнт може отримати 40 балів.

Оцінювання завдань з розгорнутою відповіддю здійснюється за такою схемою:

Таблиця 1 – Критерії оцінювання відповідей на закриті запитання за 10-ти бальною шкалою

Кількість балів	Вимоги
10 балів	глибокі знання питань з менеджменту, які містять позапрограмні елементи, розуміння процесу впровадження елементів комплексу менеджменту та виникаючих проблем, знання організації процесу менеджменту, вміння робити узагальнення та наводити конкретні приклади з питання, що розкривається, наявність власних оригінальних думок, які обґрунтовано
9 балів	глибокі знання питань з менеджменту, методики формування та контролю впровадження елементів менеджменту, організації процесу, вміння робити узагальнення та наводити конкретні приклади з питання, що розкривається
8 балів	істотні знання питань з менеджменту, методики дослідження процесів в менеджменті, процесу формування й контролю впровадження елементів функцій менеджменту, організації процесу менеджменту на підприємстві, вміння робити узагальнення
6-7 балів	істотні знання питань з менеджменту, методики формування та контролю впровадження елементів функцій менеджменту, організації процесу, вміння робити узагальнення
4-5 балів	знання загальних відомостей щодо функцій менеджменту, наявність відомостей щодо базових складових окремих напрямків менеджменту, що розкриваються. При характеристиці базових складових припускається наявність окремих помилок, що не викривляють сутності проблеми, яка характеризується
3 балів	знання певних складових діяльності з менеджменту, але з порушенням цілісності розкриття питання, присутністю у відповіді принципів помилок, що викривляють сутність проблеми, яка розглядається
2 бали	відсутність обґрунтування відповіді, що носить поверхневий характер та не розкриває ключових аспектів проблеми, яка розглядається
1 бал	повна невідповідність розв'язання завдання концептуальним положенням теорії менеджменту

Таким чином, при безпомилковому розв'язанні 40 закритих тестів та 4-х відкритих тестових завдань, вступник отримує максимальну оцінку в 200 балів. Сума максимальних балів за тестовими завданнями наведена у таблиці 2.

Таблиця 2 – Бальна оцінка виконання тестових завдань за дисциплінами

Дисципліна та діапазон балів	Максимальна кількість балів
1. Маркетинг (1-10 тест)	40
2. Менеджмент (11-20 тест)	40
3. Управління персоналом (21-30 тест)	40
4. Теорія організації (31-40 тест)	40

Співвідношення між умовними балами, отриманими в ході тестування та 4-х бальною системою, наведені в таблиці 3.

Підсумкова оцінка за виконання тестових завдань письмового випробування підраховується за 200-бальною шкалою оцінки.

Таблиця 3 – Кількісні співвідношення між балами 4-бальної шкали

Діапазон балів	Бали 4-бальної шкали
0-109	2
110-139	3
140-169	4
170-200	5

4. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Дисципліна «Маркетинг»

Основна література

1. Балабанова Л.В. Маркетинг: [підручник] / Л.В. Балабанова. – К.: Знання, 2011. – 652 с.
2. Балабанова Л.В. Стратегічний маркетинг: [підручник] / Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. – 652 с.
3. Гірченко Т.Д. Маркетинг: [навч. посіб.] / Т.Д. Гірченко, О.В. Дубовик. – К.: ЦНЛ, 2007. – 255 с.
4. Краус К.М. Управління маркетингом малих торговельних підприємств: Монографія. / К.М. Краус. – Київ: Центр учбової літератури, 2015. – 226 с
5. Куденко Н.В. Маркетингові стратегії фірми: [монографія] / Н.В. Куденко. – К.: КНЕУ, 2002. – 245 с.
6. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: [навч. посіб.] / Т.І. Лук'янець. – К.: КНЕУ, 2000. – 380 с.
7. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку : монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми : Університетська книга, 2015. – 728 с.
8. Петруня Ю.Є. Маркетинг: [навч. посіб.] / Ю.Є. Петруня. – К.: Знання, 2007. – 325 с.
9. Телетов О.С. Маркетингові дослідження: [навч. посіб.] / О.С. Телетов. – К.: Знання України, 2010. – 299 с.
10. Холод В.В. Стратегічний маркетинг: [навч. посіб.] / В. Холод. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. – 110 с.
11. О'Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход / пер. с англ. под ред. Д.О. Ямпольской. – СПб.: Питер, 2001. – 864 с.

Додаткова література

1. Бойко И.И. Маркетинговые исследования (маркетинговый эксперимент): [учеб. пособ.] / И.И. Бойко. – К.: Кондор, 2009. – 280 с.
2. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика: [навч. посіб.] / Т.Г. Діброва. – К.: Професіонал, 2009. – 320 с.
3. Норіцина Н.І. Маркетингова політика комунікацій / Н.І. Норіцина. – К. : МАУП, 2003. – 120 с.
4. Примак Т.О. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством / Т.О. Примак. – К.: ООО «Експорт», 2001. – 389 с.

Дисципліна «Менеджмент»

Основна література

1. Веснин В.Р. Менеджмент: [учеб. пособ.] / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2010. – 504 с.
2. Дяченко Т.О. Основи менеджменту: [навч. посіб.] / Т.О. Дяченко. – К.: Кондор, 2010. – 176 с.

3. Мазаракі А.А. Менеджмент: теорія і практика: [навч. посіб.] / А. Мазаракі, Г.С. Мошек, Л.А. Гомба. – К.: Атіка, 2007. – 564 с.
4. Менеджмент для бакалаврів: [підручник] / за ред. О.Ф. Балацького, О.М. Теліженка. – Суми: Рута, 2009. – 605 с.
5. Менеджмент : навч. посіб. / [Г. Є. Мошек, М. М. Ковальчук, Ю. В. Поканевич, та ін.]; за заг. редакція Г. Є. Мошека. – К. : Ліра-К, 2015. – 550 с.
6. Мошек Г.Є. Менеджмент: [навч. посіб.] / Г.Є. Мошек. – К.: Кондор, 2009. – 392 с.
7. Мильнер Б. Теория организации: [учебник] / Б. Мильнер. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 864 с.
8. Монастирський Г.Л. Теорія організації: [навч. посіб.] / Г. Монастирський. – К.: Знання, 2008. – 319 с.
9. Осовська Г.В. Основи менеджменту: [навч. посіб.] / Г.В. Осовська, О.А. Осовський. – К.: Кондор, 2010. – 368 с.
10. Осовська Г. В. Менеджмент : підручник / Г. В. Осовська, О.А. Осовський. - К. : Кондор-Видавництво, 2015. - 563 с.
11. Рульєв В.А. Менеджмент: [навч. посіб.] / В.А. Рульєв, С.О. Гуткевич. – К.: ЦУЛ, 2011. - 312 с.
12. Тарнавська Н. Стратегічний менеджмент: практикум: [навч. посіб.] / Н. Тарнавська. – К.: Кондор, 2012. – 287 с.

Додаткова література

1. Виханский О.С. Менеджмент: [учебник] / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М.: Гардарики, 2013. – 285 с.
2. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: теория и практика: [учеб. пособ.] / А.Т. Зуб. – М.: Аспект Пресс, 2013. – 415 с.
3. Мартиненко М.М. Стратегічний менеджмент / М.М. Мартиненко, І.А. Ігнатієва. – К.: Каравела, 2012. – 320 с.
4. Чайка Г. Л. Самоменеджмент менеджера : навч. посіб. / Г. Л. Чайка. – К.: Знання, 2014. – 422 с.

Дисципліна «Управління персоналом»

Основна література

1. Аєєааііаа Є. А. Оїдааеііу іадііаеіі : іадо+іеє / Є. А. Аєєааііаа, І. А. Надаае ; І-аі іпаде ³ іаоєє Оєдаіе, Аііао. іао. оі-ò аеііі³еє ³ оіда³ае³ ³і. І. Ооаі-Аадаііаііаі. – Èèâ : ÖÖË, 2011. – 467.
2. Аєііадааііеє І. А. Оїдааеііу іадііаеіі : іаа+. іі³а. / І. А. Аєііадааііеє, А. І. Аєііадааііаа. – 2-аа аеа. – Èèâ : ÖÖË, 2009. – 500
3. Коваленко М. Менеджмент трудової активності працівників підприємства / М. Коваленко, І.І. Грузнов, Л.Є. Сухомлин. – Херсон: Олди-плюс, 2006. – 288 с.
4. Крушельницька О.В. Управління персоналом: / О.В. Крушельницька, Д.П. Мельничук. – К.: Кондор, 2003. – 453 с.

5. Мерманн Э. Мотивация персонала. Инструменты мотивации для успеха организации / Э. Мерманн. – Харьков: Гуманитарный центр, 2010. – 384 с.

6. Палеха Ю. І. Менеджмент персоналу : навч. посіб. / Ю. І. Палеха. – К. : Ліра-К. – 2015. – 346 с.

7. Савельєва В.С. Управління персоналом: [навч. посіб.] / В.С. Савельєва. – К.: Професіонал, 2005. – 336 с.

Додаткова література

1. Борисова Е.А. Управление персоналом для современных руководителей / Е.А. Борисова. – СПб.: Питер, 2003. – 445 с.

2. Божидарнік Т. В. Креативний менеджмент : навч. посіб. / Т. В. Божидарнік, Н. М. Василик. – Херсон : Олді-плюс, 2014. – 498 с.

3. Притула О. Мотиваційні механізми і використання їх у сфері підприємництва / О.В. Притула. – Львів: ІРД НАН України, 2003. – 213 с.

4. Управління потенціалом підприємства / І.З. Должанський, Т.О. Загорна, В.М. Рашупкіна. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 362 с.

Дисципліна «Теорія організації»

Основна література

1. Веснин В.Р. Менеджмент: [учеб. пособ.] / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2010. – 504 с.

2. Дяченко Т.О. Основи менеджменту: [навч. посіб.] / Т.О. Дяченко. – К.: Кондор, 2010. – 176 с.

3. Мазаракі А.А. Менеджмент: теорія і практика: [навч. посіб.] / А. Мазаракі, Г.С. Мошек, Л.А. Гомба. – К.: Атіка, 2007. – 564 с.

4. Мошек Г.Є. Менеджмент: [навч. посіб.] / Г.Є. Мошек. – К.: Кондор, 2009. – 392 с.

5. Мильнер Б. Теория организации: [учебник] / Б. Мильнер. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 864 с.

6. Монастирський Г.Л. Теорія організації: [навч. посіб.] / Г. Монастирський. – К.: Знання, 2014. – 319 с.

7. Осовська Г.В. Основи менеджменту: [навч. посіб.] / Г.В. Осовська, О.А. Осовський. – К.: Кондор, 2010. – 368 с.

8. Рульєв В.А. Менеджмент: [навч. посіб.] / В.А. Рульєв, С.О. Гуткевич. – К.: ЦУЛ, 2011. – 312 с.

9. Тарнавська Н. Стратегічний менеджмент: практикум: [навч. посіб.] / Н. Тарнавська. – К.: Кондор, 2012. – 287 с.

Додаткова література

1. Виханский О.С. Менеджмент: [учебник] / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М.: Гардарики, 2013. – 285 с.

2. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: теория и практика: [учеб. пособ.] / А.Т. Зуб. – М.: Аспект Пресс, 2013. – 415 с.

3. Шершньова З.Є. Стратегічне управління / З.Є. Шершньова. – К.: КНЕУ, 2013. – 699 с.

Голова фахової атестаційної комісії
з менеджменту



О.В. Коровіна