

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДОНБАСЬКА ДЕРЖАВНА МАШИНОБУДІВНА АКАДЕМІЯ  
Кафедра економіки підприємства

**РОБОЧА ПРОГРАМА**  
навчальної дисципліни  
«КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ»

<b>рівень вищої освіти</b>	перший (бакалавр)
<b>Спеціальність</b>	051 Економіка
<b>назва освітньої програми</b>	Економіка та бізнес-аналітика
<b>Статус</b>	вибіркова

Краматорськ  
ДДМА  
2019-2020

Робоча програма навчальної дисципліни «Комерційна діяльність» для підготовки фахівців за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти, спеціальність 051 Економіка, освітня програма «Економіка та бізнес-аналітика».

Розробники:

\_\_\_\_\_ О.Є. Бурцева, к.е.н., доцент

Погоджено з групою забезпечення освітньої програми

\_\_\_\_\_ Т.П. Гітис, к.е.н., доцент

Розглянуто і затверджено на засіданні кафедри економіки підприємства,  
протокол № 4 від \_\_\_\_\_

Завідувач кафедри:

\_\_\_\_\_ Н.Ю.Рекова, д-р екон. наук, професор

Розглянуто і затверджено на засіданні Вченої ради факультету економіки та менеджменту  
протокол № \_\_\_\_ від \_\_\_\_\_

Голова Вченої ради факультету:

\_\_\_\_\_ Є.В. Мироненко, д-р техн. наук, професор

## І ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

### 1.1. Актуальність вивчення дисципліни у зв'язку із завданнями професійної діяльності та навчання.

Програма вивчення дисципліни — «Комерційна діяльність» складена відповідно до місця та значення дисципліни за структурно-логічною схемою, передбаченою освітньо-професійною програмою підготовки фахівців за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти, спеціальність 051 Економіка, освітня програма «Економіка та бізнес-аналітика».

Мета дисципліни «Комерційна діяльність»: усестороннє поглиблення знань, оволодіння теоретичними знаннями та практичними навиками в сфері сучасного товарного обігу з метою ефективного її функціонування; формування актуальних поглядів на можливості управління комерційною діяльністю посередницьких підприємств для переходу до сучасних технологій, стратегій, тактики закупівлі та продажу товарів; використання та застосування сучасних форм, методів здійснення комерційних операцій для ефективного ведення комерційної діяльності посередницьких підприємств.

Завдання дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких підприємств» полягають в отриманні магістрантами знань щодо виявлення закономірностей і тенденцій розвитку сучасної торгової справи в складних умовах сучасної ринкової економіки з тим, щоб творчо використовувати ці закономірності і тенденції для ефективного здійснення торгових процесів у сфері товарного обігу; формування та здійснення комплексного підходу до ефективної організації комерційної діяльності посередницьких підприємств; визначення та аналізу мети, завдань і практики комерційної діяльності посередницьких підприємств з точки зору держави, галузей виробництва, підприємств та споживачів.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

**знати:**

- основи комерційної діяльності посередницьких підприємств;
- комерційні процеси, які здійснюються у торгівлі, їх особливості;
- особливості, основні форми та методи оптової та роздрібною торгівлі;
- види договорів та угод, які укладаються в процесі комерційної роботи;
- систему показників аналізу ефективності комерційної діяльності посередницьких підприємств;
- методичку планування товарних запасів та управління ними;
- основні види комерційних ризиків та їх вплив на комерційну діяльність посередницьких підприємств;
- основну законодавчу та нормативну базу, що регламентує комерційну діяльність посередницьких підприємств;

**вміти:**

- раціонально організовувати комерційні процеси у торгівлі;
- ефективно вести комерційну діяльність, здійснювати комерційні операції і торгові процеси у сфері товарного обігу;
- організувати та впровадити найбільш ефективні форми та методи оптового та роздрібного продажу товарів, засоби стимулювання;
- ефективно формувати товарні запаси та управляти ними;
- застосовувати у практичній діяльності показники оцінки ефективності комерційних угод та комерційної діяльності;
- здійснювати контроль і оцінку комерційної діяльності підприємств;
- вдало здійснювати внутрішньо фірмове планування комерційної діяльності;
- використовувати законодавчу та нормативну базу, яка регламентує комерційну діяльність посередницьких підприємств.

**Мова викладання: українська**

Обсяг навчальної дисципліни та його розподіл за видами навчальних занять:

загальний обсяг становить 150 годин / 5,0 кредитів, в т.ч.:

денна форма навчання: лекції – 36 годин, практичні (семінарські) – 36 години, самостійна робота студентів – 78 годин;

заочна форма навчання: лекції – 8 години, самостійна робота студентів – 132 годин.

## II ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен продемонструвати достатній рівень сформованості наступних програмних результатів навчання.

В узагальненому вигляді їх можна навести наступним чином:

**у когнітивній сфері:**

студент здатний пояснювати економічні та процеси і явища на основі теоретичних та прикладних моделей, аналізувати і змістовно інтерпретувати отримані результати;

студент здатний застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати;

**в афективній сфері:**

студент здатний критично осмислювати лекційний та позалекційний навчальний матеріал;

студент здатний пояснювати моделі соціально-економічних явищ з погляду фундаментальних принципів і знань на основі розуміння основних напрямів розвитку комерційної діяльності;

студент здатний використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері логістичної діяльності;

***у психомоторній сфері:***

студент здатний застосовувати економіко-математичні методи та моделі для вирішення економічних задач;

студент здатний діагностувати і планувати основні економічні показники розвитку підприємства;

студент здатний застосовувати відповідні економіко-математичні методи та моделі для вирішення економічних задач.

Формулювання спеціальних результатів із їх розподілом за темами представлені нижче:

Тема	Зміст програмного результату навчання
1	<p><i>У когнітивній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний продемонструвати знання сутності комерційної діяльності підприємств;</li> <li>• студент здатний формулювати основні методологічні основи комерційної діяльності посередницького підприємства;</li> </ul> <p><i>в афективній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний брати участь у колективному обговоренні основних передумов, причин, ролі і задачі розвитку комерційного посередництва на сучасному етапі</li> <li>• студент здатний продемонструвати знання характеру і змісту процесів, що відбуваються на ринку посередницьких послуг;</li> </ul> <p><i>у психомоторній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний обґрунтовувати прийняття рішень стосовно управління формуванням і розвитком цільових ринків</li> </ul>
2	<p><i>У когнітивній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний пояснити сутність кон'юнктурних досліджень товарних ринків;</li> <li>• студент здатний розкрити сутність інфраструктури товарного ринку.</li> </ul> <p><i>в афективній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний брати участь у дослідженні зовнішнього середовища посередницьких підприємств;</li> <li>• дослідження конкурентів і визначення їх позицій.</li> </ul> <p><i>у психомоторній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний визначати наміри і уподобання споживачів, визначати фактори успіху товарів на ринку, визначати кон'юнктуру товарного ринку.</li> </ul>
3	<p><i>У когнітивній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний пояснити методи побудови і ведення комерційно-посередницької діяльності у торговому підприємстві;</li> <li>• студент здатний розкрити характеристику попиту і пропозиції у торгово-посередницькій діяльності.</li> </ul> <p><i>в афективній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний брати участь у колективному обговоренні ролі маркетингу у створенні ефективної системи просування товарів на цільові ринки.</li> </ul> <p><i>у психомоторній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний визначати товарно-асортиментну політику та її складові.</li> <li>• студент здатний визначати сукупну пропозицію і сукупний попит.</li> </ul>
4	<p><i>У когнітивній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний пояснити сутність, порядок формування та регулювання комерційних зв'язків у торговельній і посередницькій діяльності;</li> <li>• студент здатний розкрити сутність комерційних зв'язків у сфері товарного обігу і послуг.</li> </ul> <p><i>в афективній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний брати участь у колективному обговоренні загальних</li> </ul>

Тема	Зміст програмного результату навчання
	<p>принципів договірних відносин і контрактної політики у посередницькій діяльності</p> <p><i>у психомоторній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний визначати формування умов продажу, купівлі, термінів постачання, транспортування, взаєморозрахунків у комерційно-посередницьких угодах: поставки, надання посередницьких послуг, комісії, консигнації, франчайзингу.</li> </ul>
5	<p><i>У когнітивній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний продемонструвати розуміння сутності, ролі і змісту закупівельної роботи;</li> <li>• студент здатний продемонструвати розуміння організації договірних відносин з постачальниками товарів;</li> </ul> <p><i>в афективній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний продемонструвати розуміння системи державних закупівель в Україні;</li> <li>• студент здатний визначати роль і зміст комерційно-посередницької діяльності з продажу товарів і послуг.</li> </ul> <p><i>у психомоторній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний здійснювати оцінку тендерних пропозицій;</li> <li>• студент здатний продемонструвати знання стосовно торгівлі на аукціонах і торгах</li> </ul>
6	<p><i>У когнітивній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний продемонструвати розуміння комплексної моделі оцінки техніко-організаційного рівня і ринкового потенціалу комерційно-посередницьких структур;</li> </ul> <p><i>в афективній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний продемонструвати розуміння теорії опціонів у практиці оцінки бізнесу;</li> <li>• студент здатний дискутувати стосовно застосування методів розрахунку ефективності посередницьких операцій</li> </ul> <p><i>у психомоторній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• особливості оцінки техніко-економічного рівня посередницького підприємства з метою інвестування;</li> </ul>
7	<p><i>У когнітивній сфері:</i> студент здатний продемонструвати розуміння змісту, форм і методів стратегічного планування комерційної діяльності посередницького підприємства;</p> <p><i>в афективній сфері:</i> студент здатний продемонструвати розуміння ролі і місця планування витрат у моделі фінансового планування комерційної діяльності посередницьких підприємств; студент здатний дискутувати стосовно визначення пріоритетності витрат при плануванні комерційної діяльності</p> <p><i>у психомоторній сфері:</i></p>

Тема	Зміст програмного результату навчання
	<ul style="list-style-type: none"> <li>студент здатний пояснити мікрологістичні системи MRP, MRP-1, MRP-2, ERP, КАНБАН, ОПТ, «lean production»;</li> </ul>
8	<p><i>У когнітивній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>студент здатний продемонструвати знання змісту, форми і методів стратегічного планування комерційної діяльності посередницького підприємства;</li> <li>студент здатний розкрити роль і місце планування витрат у моделі фінансового планування комерційної діяльності посередницьких підприємств</li> </ul> <p><i>в афективній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>студент здатний продемонструвати знання стосовно визначення пріоритетності витрат при плануванні комерційної діяльності</li> </ul> <p><i>у психомоторній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>студент здатний розробляти бізнес-план посередницького підприємства: розрахунок можливих доходів і витрат, оцінка ринку збуту конкретних товарів і послуг, оцінка маркетингу, план реалізації, фінансовий план тощо.</li> </ul>

### III ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ

#### 3.1. Розподіл обсягу дисципліни за видами навчальних занять та темами

№ з/п	Назви змістових модулів і тем	Кількість годин (денна форма)				
		Усього	в т.ч.			
			Л	П (С)	Лаб	СРС
<b>Змістовий модуль 1 Ринок товарів і послуг як сфера комерційної діяльності підприємств</b>						
1.	Ринок і комерційна діяльність	18	4	4		10
2.	Кон'юнктурні дослідження товарних ринків	18	4	4		10
3.	Формування попиту споживачів на продукцію і послуги	18	4	4		10
4.	Комерційні зв'язки і договірні відносини посередників, умови продажу і транспортування	18	4	4		10
<b>Змістовий модуль 3 Організація комерційної діяльності</b>						
5.	Організація закупівель і реалізації продукції та надання додаткових послуг	20	6	6		8
6.	Матеріально-технічна база комерційної діяльності посередницьких підприємств	20	4	4		12
7.	Планування витрат комерційної діяльності	18	4	4		10
8.	Економічна ефективність комерційної діяльності підприємства	20	6	6		8
<b>Усього годин</b>		<b>150</b>	<b>36</b>	<b>36</b>		<b>78</b>



Л – лекції, П (С) – практичні (семінарські) заняття, Лаб – лабораторні заняття, СРС – самостійна робота студентів.

### 3.2. Тематика практичних занять

№ з/п	Тема заняття
1.	Ринок і комерційна діяльність
2.	Кон'юнктурні дослідження товарних ринків
3.	Формування попиту споживачів на продукцію і послуги
4.	Комерційні зв'язки і договірні відносини посередників, умови продажу і транспортування
5.	Організація закупівель і реалізації продукції та надання додаткових послуг
6.	Матеріально-технічна база комерційної діяльності посередницьких підприємств
7.	Планування витрат комерційної діяльності
8.	Економічна ефективність комерційної діяльності підприємства

### 3.3. Перелік індивідуальних завдань

№ з/п	Назва теми або тем, з яких виконується індивідуальне завдання	Назва і вид індивідуального завдання
1	5. Організація закупівель і реалізації продукції та надання додаткових послуг	Розрахунково-аналітичне завдання: обчислити: <ul style="list-style-type: none"> <li>• На основі ОВЗ визначити оптимальну величину партії для замовлення товару;</li> <li>• Мінімальні витрати для підтримки ОВЗ</li> </ul>

## IV КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

### 4.1. Перелік обов'язкових контрольних точок для оцінювання знань студентів денної форми навчання

№	Назва і короткий зміст контрольного заходу	Max балів	Характеристика критеріїв досягнення результату навчання для отримання максимальної кількості балів
1.	Контроль поточної роботи на практичних заняттях	4	Студент здатний продемонструвати критичне осмислення лекційного та позалекційного матеріалу, передусім, норм законодавства, брати кваліфіковану участь у дискусії з наведенням аргументації
2.	Індивідуальне завдання №1	30	Студент здатний провести дослідження обраного індивідуального завдання, а саме: <ul style="list-style-type: none"> <li>• обчислити: оптимальну величину партії для замовлення товару;</li> <li>• визначити: мінімальні витрати для підтримки ОВЗ</li> </ul>
3.	Модульна контрольна робота №1,2	10	Студент виконав тестові та розрахункові завдання, що відповідають програмним результатам навчання за темами змістового модуля №1,2
Поточний контроль		100	-
Підсумковий контроль		100	Студент виконав тестові та розрахункові завдання, що відповідають програмним результатам навчання з дисципліни
Всього		100	-

#### 4.2. Перелік обов'язкових контрольних точок для оцінювання знань студентів заочної форми навчання

№	Назва і короткий зміст контрольного заходу	Max балів	Характеристика критеріїв досягнення результатів навчання для отримання максимальної кількості балів
1	Тестова контрольна робота, яка виконується студентом індивідуально в системі Moodle	40	Студент виконав тестові завдання, що відповідають програмним результатам навчання з дисципліни
2	Письмовий екзамен	60	Студент виконав тестові та розрахункові завдання, що відповідають програмним результатам навчання з дисципліни
Всього		100	-

#### 4.3. Критерії оцінювання сформованості програмних результатів навчання під час підсумкового контролю

Синтезований опис компетентностей	Типові недоліки, які зменшують рівень досягнення програмного результату навчання
<b>Когнітивні:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>студент здатний пояснювати економічні та процеси і явища на основі теоретичних та прикладних моделей;</li> <li>аналізувати і змістовно інтерпретувати отримані результати;</li> </ul>	75-89% - студент достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обгрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань.
	60-74% - студент в цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обгрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань.
	менше 60% - студент не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обгрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань
<b>Афективні:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>студент здатний критично осмислювати лекційний та позалекційний навчальний матеріал;</li> <li>студент здатний пояснювати моделі соціально-економічних явищ з погляду фундаментальних принципів і знань на основі розуміння основних напрямів розвитку логістичної науки;</li> <li>студент здатний використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері логістичної діяльності;</li> </ul>	75-89% - студент припускається певних логічних помилок в аргументації власної позиції в дискусіях на заняттях та під час захисту індивідуального завдання, відчуває певні складності у поясненні фахівцю окремих аспектів логістичної діяльності
	60-74% - студент припускається істотних логічних помилок в аргументації власної позиції, слабо виявляє ініціативу до участі у дискусіях та індивідуальних консультаціях за наявності складності у виконанні індивідуального завдання; відчуває істотні складності при поясненні фахівцю або нефахівцю окремих аспектів логістичної проблематики
	менше 60% - студент не здатний продемонструвати володіння логікою та аргументацією у виступах, не виявляє ініціативи до участі у дискусії, до консультування з проблемних питань виконання індивідуальних завдань, не здатний пояснити нефахівцю суть відповідних проблем професійної діяльності
<b>Психомоторні:</b>	75-89% - студент припускається певних помилок у стандартних

Синтезований опис компетентностей	Типові недоліки, які зменшують рівень досягнення програмного результату навчання
<ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний застосовувати економіко-математичні методи та моделі для вирішення економічних задач;</li> <li>• студент здатний діагностувати і планувати основні економічні показники розвитку підприємства;</li> <li>• студент здатний застосовувати відповідні економіко-математичні методи та моделі для вирішення логістичних задач</li> </ul>	методичних підходах та відчуває ускладнення при їх модифікації за зміни вихідних умов навчальної або прикладної ситуації
	60-74% - студент відчуває ускладнення при модифікації стандартних методичних підходів за зміни вихідних умов навчальної або прикладної ситуації
	менше 60% - студент нездатний самостійно здійснювати пошук та опрацювання інформацію задля характеристики стану та рівня логістичної діяльності, виконувати індивідуальні завдання, проявляє ознаки академічної недоброчесності при підготовці індивідуальних завдань та виконанні контрольних робіт, не сформовані навички самооцінки результатів навчання і навичок закупівельної логістики

## V ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ

№	Назва і короткий зміст контрольного заходу	Характеристика змісту засобів оцінювання
1.	Контроль поточної роботи на практичних заняттях	<ul style="list-style-type: none"> <li>• фронтальне опитування за тематикою лекційного матеріалу та за темами, які виносяться на самостійне вивчення;</li> <li>• оцінювання аргументованості звіту про розбір ситуаційних завдань;</li> <li>• оцінювання активності участі у дискусіях</li> </ul>
2.	Індивідуальні завдання	<ul style="list-style-type: none"> <li>• письмовий звіт про виконання індивідуального завдання;</li> <li>• оцінювання самостійності та якості виконання завдання в ході звіту-захисту та співбесіди</li> </ul>
3.	Модульні контрольні роботи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• стандартизовані тести;</li> <li>• аналітично-розрахункові завдання;</li> <li>• ситуаційні завдання</li> </ul>
Підсумковий контроль		<ul style="list-style-type: none"> <li>• стандартизовані тести;</li> <li>• аналітично-розрахункові завдання;</li> </ul>

## VI РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

### 6.1. Основна література

1. Балабан П.Ю. Комерційна діяльність: підручник / П.Ю. Балабан. – Харків : Світ книг, 2015. – 452

2. Баскакова, М.Ю. Комерційна діяльність посередницьких підприємств: конспект лекцій для студ. факультету економіки та менеджменту спец. 7.050108 «Маркетинг» усіх форм навчання / М.Ю. Баскакова. – Суми : СумДУ, 2007. – 57 с.

3. Башнянин Г.І. Комерційно-посередницька діяльність на товарному ринку: навч. посібн. / Г.І. Башнянин та ін. – К. : Кондор, 2014. – 416 с.

4. Грищенко І.М. Комерційна діяльність посередницьких підприємств: Навч. посібник. – К.: КНУТД, 2005. – 80 с.

5. Грищенко І.М. Маркетингові основи комерційного посередництва: Навч. посібник. К.: КНУТД, 2006. – 304 с.

6.Єрмошенко М.М. Комерційна діяльність посередницьких організацій: Навч. посібник. 2-ге вид. – К.: Національна академія управління, 2006. – 348 с.

7.Кисильова Є. Н. Організація комерційної діяльності по галузях та сферах застосування / Є.Н. Кисильова. – К. : Кондор, 2014. – 292 с.

8.Комерційна діяльність: Підручник /За ред. проф. В.В. Апропія. – Вид. 2-ге, перероб. і доп. - К.: Знання, 2008. – 558 с.

9.Комерційна діяльність посередницьких підприємств: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Л.І. Антошкіна, І.О. Тарлопов, І.А. Добренко. – Донецьк: «Ноулідж» (Донецьке відділення), 2010. – 177 с.

10.Коростелёв В.А. Роль консалтинга в управленні бізнесом: Учеб. пособие.- К.: МАУП, 2014.- 252 с.

#### Додаткова

1. Голубкова Е. М. Маркетинговые коммуникации. - М.: «Финпресс», 2010. - 256 с.

2. Дурович А.П. Маркетинг транспортной организации: Учеб. пособие.- 4-е изд., стереотип.- Мн.: Новое знание, 2009.- 496 с.

3. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: Підручник. – К.: КНЕУ, 2010. – 240 с.

4. Коваленко О.В.Маркетингова стратегія інноваційного розвитку підприємств авіаційної галузі України:методологія формування та механізм реалізації : монографія /О.В.Коваленко.- Львів :Ліга - Прес. 2017. – 512с.

5. Коростелёв В.А. Роль консалтинга в управленні бізнесом: Учеб. пособие.- К.: МАУП, 2014.- 252 с.

6. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: Навч. Посібник. – К.: КНТЕУ, 2011. – 380 с.

7. Маркетинг: теоретичні основи маркетингу: навч. посіб. / [В.Б. Захожай, Л.В. Романова, Н.А. Головач та ін.]; під кер. та наук. ред. В.Б. Захожая. – К. «ДП «Видавничий дім «Персонал», 2015.

8. Маркетингові технології в умовах інноваційного розвитку економіки :монографія /за ред.. С.В.Ковальчук.- Хмельницький : ТОВ «Поліграфіст -2». 2011. – 322с.Огилви Д. О рекламе. – М: Эксмо, 2007.-198 с.

9. Панкратов Ф.Г. Рекламная деятельность. – М.: ИВЦ “Маркетинг”, 2008.-245 с.

10. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость (Текст) /М.Портер:пер.с англ.2 -е изд. – М.:Альпина Бизнес Букс, 2006. 715с.

11. Романова Л.В. До проблеми формування сучасної моделі маркетингу в Україні // Економіка АПК, 2013 № 5 с.79-86 0,5 д.а.

12. Романова Л.В. Аграрний маркетинг як важливий інструмент розвитку аграрного виробництва та сільських територій// Наукові праці

МАУП//редкол.: А.М.Подолька (голов. Ред.) [та ін.].- К.МАУП, 2001. вип.45 (2-2015). – К.: ДП «Видавничий дім «Персонал», 2015.– с. 73-79.

13. Романова Л.В. Ключові компетенції як важлива стратегічна складова конкурентоспроможного маркетингового потенціалу промислових підприємств // Наукові праці МАУП/ /редкол.: А.М.Подолька (голов. Ред.) [та ін.].- К.МАУП, 2001. вип. 3 (46). – К.: ДП «Видавничий дім «Персонал», 2015.

14. Романова Л.В. Теоретичні підходи до формування маркетингу сільських територій //Актуальні проблеми економіки: наук. ек. журнал. №10 (167) / Нац. акад.упр. - К., 2015

15. Романова Л.В. Роль маркетингу в мотивації економічної діяльності підприємств машинобудування. // Наукові праці МАУП / редкол.: М. Н. Курко (голов. ред.) [та ін.]. – К.: МАУП, 2001 – Вип. 4. – К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2016.

16. Сахно А.А. Мотивація економічної діяльності машинобудівних підприємств :монографія /А.А.Сахно. – Вінниця :ТОВ» Нілан ЛТД». 2017. – 440с.

17. Шебанова О.О.Зміст маркетингової стратегії підприємства. /О.О.Шебанова// Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. –2016. Вип. 172.-сс.190-201.

### **Інформаційні ресурси**

<http://barhan.poll/ava.ua/marek/> – розділ маркетинг і реклама: теоріяпрактичні поради; <http://www.customs.gov.ua> (Державна митна служба України);

<http://www.dssu.gov.ua> (Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики);

<http://www.obriy-marketing.kiev.ua> – маркетинг для ефективного просування на ринку товарів і організацій (Обрій-маркетинг);

<http://www.mr.com.ua> – «Маркетинг і реклама» – український професіональний журнал;

<http://udc.com.ua/> – проект про бізнес-технології, головні теми: кооперація, системи управління якістю, маркетинг і Internet, дисконтна програма;

<http://www.i2.com.ua> – Бібліотека інтелектуальні системи прогнозування: фінанси, валюта, економіка, маркетинг, менеджмент, цінні папери, біржі;