

**Інститут сталого розвитку
ім. В. Чорновола**

Спеціальність:

Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
(код 15-076-Б)

Галузь знань: Управління та адміністрування
(код 07)

Перелік дисциплін
для вступу на навчання за освітньою програмою підготовки бакалаврів на базі
освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»

- ***Економіка торговельного підприємства***
- ***Підприємництво та менеджмент***
- ***Основи маркетингу***

Дисципліна: Економіка торговельного підприємства

Розділ 1. Торговельне підприємство в системі ринкових відносин

§ 1. Торговельне підприємство як самостійний господарюючий суб'єкт ринку

§ 2. Види підприємств торгівлі, їх класифікація та характеристика

Розділ 2. Управління обсягом та асортиментною структурою обороту торговельного підприємства

§ 1. Сутність і характеристика роздрібного товарообороту

§ 2. Методичні підходи до обґрунтування роздрібного товарообороту і його регулювання в умовах становлення ринку

Розділ 3. Управління товарними запасами торговельного підприємства

§ 1. Суть та склад товарних запасів торговельного підприємства

§ 2. Аналіз, нормування і планування товарних запасів

Розділ 4. Управління товарним забезпеченням обороту торговельного підприємства

§ 1. Товарне забезпечення товарообороту в системі управління діяльністю торговельного підприємства

§ 2. Аналіз формування товарного забезпечення обороту торговельного підприємства

Література

1. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства : підруч. для вузів / А.А. Мазаракі та ін.; під ред. проф. Н.М. Ушакової. – К. : Хрещатик, 1999. – 800 с.
2. Лебедева С.Н. Економіка торгового підприємства : учеб. пособ. / С.Н. Лебедева, Н.А. Казиначикова, А.В. Гавриков. – 2-е изд. – Минск : Новое знание, 2002. – 240 с.
3. Лебедева С.Н., Казиначикова Н.А., Гаврикова А.В. Економіка торгового підприємства: Учеб. пособие/ Подред. С.Н. Лебедевой. - Минск: Новое знание, 2001. - 240с.
4. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства : підруч. для вузів / А.А. Мазаракі, Л.С. Лігоненко, Н.М. Ушакова; під ред. Н.М. Ушакової. – К. : Хрещатик, 1999. – 800 с.
5. Марцин В.С. Економіка торгівлі : підруч. – К. : Знання, 2006. – 402 с.
6. Чорна М.В. Економіка торгівлі: навч.-метод. посіб. / М.В. Чорна, Т.Б. Кушнір, О.В. Михайлова. – Х. : ХДУХТ, 2015. – 221 с.
7. Усланова Н.М. Економіка торговельного підприємства: О.К.Л. / Н.М. Усланова, Л.О. Лігоненко. – К. : КНТЕУ, 2011. – 171 с.

Дисципліна : Підприємництво та менеджмент

Розділ 1. Сутність, види та організаційно-правові форми підприємницької діяльності

§ 1. Сутність підприємницької діяльності

§ 2. Види та організаційно-правові форми підприємництва

Розділ 2. Регулювання підприємницької діяльності

§ 1. Державне регулювання підприємницької діяльності

§ 2. Державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності як основний вид адміністративного регулювання

Розділ 3. Сутність і значення менеджменту

§ 1. Менеджмент та управління як поняття. Підходи до управління. Менеджери та підприємці

§ 2. Поділ управлінської праці, рівні управління

Розділ 4. Організації та процес менеджменту

§ 1. Поняття та види організацій. Фактори внутрішнього і зовнішнього середовища організації

§ 2. Методи менеджменту

Література

1. Основи менеджменту : підруч. для студентів вищих навч. закладів / кол. авторів; за ред. А.А. Мазаракі. – Х. : Фоліо, 2014. – 846 с.
2. Гой І.В. Підприємництво : навч. посіб. / І.В. Гой. – К. : ЦУЛ, 2013. – 368 с.
3. Підприємництво та менеджмент : навч. посіб. / С.В.Князь, Т.І. Данько, Н.Б. Ярошевич. – Львів : в-во Львівської політехніки, 2016. – 124 с.

Дисципліна: Основи маркетингу

Розділ 1. Сутність, система та характеристики сучасного маркетингу

§ 1. Сутність, підходи та основні поняття маркетингу

§ 2. Принципи, завдання та функції маркетингу. Система засобів маркетингу

Розділ 2. Маркетингова інформаційна система та маркетингові дослідження

§ 1. Маркетингове середовище. Концепція маркетингової інформаційної системи

§ 2. Сутність та види маркетингових досліджень

Розділ 3. Загальне дослідження ринку

§ 1. Дослідження поведінки покупців на споживчому ринку

§ 2. Сегментація ринку і позиціонування товару

Розділ 4. Маркетингова товарна політика

§ 1. Сутність маркетингової товарної політики

§ 2. Конкурентоспроможність товару та методи її визначення. Класифікація товарів та асортиментна політика

Література

1. Балацький Є.О. *Маркетинг : навч. посіб.* / Є.О. Балацький., А.Ф. Бондаренко. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. – 397 с.

2. Майовець Є.Й. *Маркетинг: теорія та методологія : навч. посіб.* / Є.Й. Майовець. – Львів : ЛНУ ім. Ів. Франка, 2013. – 450 с.

3. Мороз Л.А. *Маркетинг : підруч.* / Л. А. Мороз, Н. І. Чухрай. – 4-те вид., без змін. – Львів : Нац. ун-т «Львівська політехніка» (Інформ.-видав. центр «ІНТЕЛЕКТ+» Ін-ту післядипломної освіти), «Інтелект-Захід», 2009. – 244 с.

4. Петруня Ю.Є. *Маркетинг : навч. посіб.* / Ю.Є. Петруня, В.Ю. Петруня. – 3-тє вид., перероб. і доп. – Дніпропетровськ : Ун-т митної справи та фінансів, 2016. – 362 с.

5. Софієнко А.В. *Теоретичний маркетинг : навч. посіб.* / А.В. Софієнко, В.В. Шукліна, Р.М. Набока. – Херсон : вид-во ПП Вишемирський В.С., 2015. – 478 с.

6. Храбатин О.І. *Маркетинг : навч. посіб.* / О.І. Храбатин, Л.В. Яворська; за наук. ред. О.А. Тимчик. – К., 2014. – 284 с.