

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Кафедра «Маркетинг та логістика»
(найменування кафедри, яка відповідає за дисципліну)

«29 серпня» 2024 року
«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Декан ФБТЕ
Олена ВАСИЛЬСВА



ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОК 35 Основи бізнесу

(шифр за відповідною освітньою програмою та назва навчальної дисципліни)

освітня програма Маркетинг

(назва освітньої програми)

спеціальність 075 Маркетинг

(код і найменування спеціальності)

галузь знань 07 Управління та адміністрування

(код і найменування галузі)

ступінь вищої освіти бакалавр

(назва ступеня вищої освіти)

програма з дисципліни «Основи бізнесу».

спеціальності 075 Маркетинг.

освітня програма Маркетинг.

Розробник (и): Ніна ПАВЛІШИНА, доцент кафедри «Маркетинг та логістика», к.е.н., доцент, Ірина КОЧНОВА, старший викладач кафедри «Маркетинг та логістика».

Програма погоджена:

Завідувач кафедри
на якій виконується освітній компонент



Владислава ЛИФАР
27 серпня 2024 р.

Гарант освітньої програми



Юлія СОКОЛОВА
27 серпня 2024 р.

Схвалено науково-методичною комісією факультету бізнес-технологій та економіки

Протокол від «29» серпня 2024 року № 2

Голова науково-методичної комісії



Олена ВАСИЛЬЄВА
29 серпня 2024 р.

1. Опис навчальної дисципліни

Загальна характеристика

Обов'язковий освітній компонент	
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	07Управління та адміністрування
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень

Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни	
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів	5	
Модулів	2	-
Змістових модулів	3	-
Семестр	4	4
Загальна кількість годин	150	
з них аудиторних:	60	12
<i>лекції</i>	30	6
<i>практичні</i>	30	6
<i>лабораторні</i>	-	-
<i>семінарські</i>	-	-
з них самостійної роботи:	90	138
Занять на тиждень на тиждень	2	6
Індивідуальні завдання	-	
Форма контролю	залік	
Курсова робота (проект) (загальний обсяг)	-	

2. Мета навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни є формування системи знань про сутність власного бізнесу, теорію і практику підприємницької діяльності, бізнес-планування та сформуванати підприємницький тип мислення.

3. Завдання вивчення дисципліни

Основне завдання навчальної дисципліни: вивчення сутності, видів, характерних особливостей бізнесу; усвідомлення ролі та значення підприємницької діяльності для розвитку національної економіки; оволодіння законодавчою базою, що регулює розвиток підприємництва в Україні; засвоєння механізму створення власної справи, методики складання бізнес-плану та аналізу діяльності підприємства.

4. Пререквізити і постреквізити навчальної дисципліни

Пререквізити: знання організаційно-правових форм підприємництва, розуміння бізнес-середовища, знання основ економічного життя суспільства, розуміння споживчої поведінки та сутності конкурентної боротьби.

Постреквізити: основи менеджменту, інфраструктура товарного ринку, ціноутворення.

5. Характеристика навчальної дисципліни

Загальні компетентності:

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК11. Здатність працювати в команді.

ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.

ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо

Фахові компетентності:

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу;

СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.

СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.

СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Результати навчання:

РН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

РН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

РН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

РН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

Програмні результати навчання	Очікувані результати навчання з дисципліни
РН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.	Вміти оцінювати можливості бізнес-середовища та використовувати інноваційні підходи до ведення бізнесу, застосовувати нетрадиційні способи для адаптації до зміни маркетингового середовища
РН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.	Застосовувати необхідний інструментарій для аналізу маркетингового бізнес-оточення, вміти ініціювати проведення такого дослідження та аналізу, вміти обробляти результати, та готовність до ініціативної діяльності на результат
РН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.	Знати структуру бізнес-процесів та фактори що на них впливають. Вміти пояснювати маркетингову інформацію членам групи. Здатність обґрунтовувати рішення в сфері маркетингу що матимуть вплив на розвиток бізнесу;
РН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	Прагнути до постійного професійного та особистісного розвитку. Слідкувати за ринковими тенденціями. Вміти виявляти взаємний вплив бізнесу та маркетингу та оцінювати їх наслідки для функціонування суб'єкта господарювання

ПРН	ЗК	СК
8	3, 4, 6, 7	1, 5, 9, 10, 13
13	5, 14	8, 14
14	4, 5, 7, 11	4, 14
16	4, 6, 14	4, 5, 14

6. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні підходи щодо організації та ведення бізнесу

Тема 1. Економічна природа бізнесу і підприємництва.

Тема 2. Типологія бізнесової та підприємницької діяльності.

Тема 3. Види підприємств, їх організаційно-правові форми та напрями діяльності.

Тема 4. Етика бізнесу.

Змістовий модуль 2. Практичні аспекти розвитку бізнесу

Тема 5. Технологія створення власної справи.

Тема 6. Бізнес-планування фірми: сутність, роль, методологічні основи, практика.

Тема 7. Мале підприємництво в структурі ринкової економіки.

Тема 8. Особливості проведення маркетингової політики в підприємстві.

Тема 9. Ризик в бізнесі.

Змістовий модуль 3. Інноваційний розвиток бізнесу

10. Стартап-проект як форма інноваційної підприємницької діяльності.

11. Інновації в епоху цифровізації.

7. Орієнтовний розподіл навчального часу

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	Денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		лк	пр	лаб	інд	с.р.		лк	пр	лаб	інд	с.р.
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	<i>12</i>	<i>13</i>
Змістовий модуль 1 Теоретико-методологічні підходи щодо організації та ведення бізнесу												
Тема 1. Економічна природа бізнесу і підприємництва.	10	2	2			6	10	-	-			10
Тема 2. Типологія бізнесової та підприємницької діяльності.	10	2	2			6	10	1	1			8
Тема 3. Види підприємств, їх організаційно-правові форми та напрями діяльності.	15	2	2			11	15	1	1			13
Тема 4. Етика бізнесу	10	2	2			6	10	-	-			10
Разом за змістовим модулем 1	45	8	8			29	45	2	2			41
Змістовий модуль 2 Практичні аспекти розвитку бізнесу												
Тема 5. Технологія створення власної справи.	15	2	2			11	15	-	-			15
Тема 6. Бізнес-планування фірми: сутність, роль, методологічні основи, практика.	15	4	4			7	15	1	1			13
Тема 7. Мале підприємництво в структурі ринкової економіки.	15	4	4			7	15	1	1			13
Тема 8. Особливості проведення маркетингової політики в підприємстві.	15	4	4			7	15	1	1			13
Тема 9. Ризик в бізнесі.	15	4	4			7	15	1	1			13
Разом за змістовим модулем 2	75	18	18			39	75	4	4			67
Змістовий модуль 3 Інноваційний розвиток бізнесу												
10. Стартап-проект як форма інноваційної підприємницької діяльності.	15	2	2			11	15	-	-			15
11. Інновації в епоху цифровізації.	15	2	2			11	15	-	-			15
Разом за змістовим модулем 3	30	4	4			22	30	-	-			30
Усього годин	150	30	30	-	-	90	150	6	6	-	-	138

8. Види навчальних занять та їх орієнтовний зміст

№ з/п	Тема	Вид занять	Орієнтовний зміст
1	Економічна природа бізнесу і підприємництва.	<i>лекція</i>	Відповідно до плану
		<i>практичні</i>	Аудиторне опитування
2	Типологія бізнесової та підприємницької діяльності.	<i>лекція</i>	Відповідно до плану
		<i>практичні</i>	Аудиторне опитування Тестування Доповідь
3	Види підприємств, їх організаційно-правові форми та напрями.	<i>лекція</i>	Відповідно до плану
		<i>практичні</i>	Аудиторне опитування Тестування
4	Етика бізнесу.	<i>лекція</i>	Відповідно до плану
		<i>практичні</i>	Аудиторне опитування Тестування
5	Технологія створення власної справи.	<i>лекція</i>	Відповідно до плану
		<i>практичні</i>	Аудиторне опитування Презентація підготовленого домашнього завдання
6	Бізнес-планування фірми: сутність, роль, методологічні основи, практика.	<i>лекція</i>	Відповідно до плану
		<i>практичні</i>	Аудиторне опитування Презентація Бізнес-плану Доповідь
7	Мале підприємництво в структурі ринкової економіки.	<i>лекція</i>	Відповідно до плану
		<i>практичні</i>	Аудиторне опитування Презентація підготовленого домашнього завдання
8	Особливості проведення маркетингової політики в підприємстві.	<i>лекція</i>	Відповідно до плану
		<i>практичні</i>	Аудиторне опитування Тестування
9	Ризик в бізнесі.	<i>лекція</i>	Відповідно до плану
		<i>практичні</i>	Аудиторне опитування Тестування
10	Стартап-проект як форма інноваційної підприємницької діяльності.	<i>лекція</i>	Відповідно до плану
		<i>практичні</i>	Аудиторне опитування Обговорення підготовлених прикладів Тестування
11	Інновації в епоху цифровізації.	<i>лекція</i>	Відповідно до плану
		<i>практичні</i>	Аудиторне опитування Обговорення підготовлених прикладів Тестування

9. Форми та методи контролю

Методами контролю є: усний контроль (усне опитування), письмовий, тестовий, графічний контроль, практична перевірка, а також методи самоконтролю і самооцінки.

Згідно з Положенням про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Запорізька політехніка» (Положення про організацію освітнього процесу Національного університету «Запорізька політехніка» / Укладачі: В. Грешта та ін. НУ «Запорізька політехніка», 2024), контрольні заходи включають в себе поточний та підсумковий контроль.

Система контролю знань здобувачів вищої освіти з дисципліни «Основи бізнесу» включає в себе поточний та підсумковий контроль.

Поточний контроль проводиться під час аудиторних занять. Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки здобувачів вищої освіти до виконання конкретної роботи.

Об'єктами поточного контролю знань здобувачів вищої освіти з дисципліни «Основи бізнесу» є:

- виконання обов'язкових завдань самостійної роботи;
- виконання індивідуальних завдань (за вибором здобувача вищої освіти або викладача);
- участь в конференціях, конкурсах наукових робіт та інноваційних проєктів, олімпіадах.

Для здобувачів вищої освіти денної форми навчання поточний контроль та оцінювання здійснюється за такими напрямками:

- участь в експрес-опитуванні (тестуванні за результатами змістовних модулів);
- робота на практичних заняттях (участь у дискусіях, аналіз прикладів, тощо);
- виконання практичних завдань;
- робота в групах або індивідуально в рамках case-study.

Результати поточного контролю (поточна успішність) є основною інформацією під час проведення заліку і враховуються викладачем при визначенні результатів рубіжного контролю та підсумкової оцінки з дисципліни.

Підсумковий контроль з дисципліни проводиться з метою оцінювання результатів навчання під час заліку за системою «зараховано / не зараховано».

10. Критерії оцінювання результатів навчання

Підсумкова оцінка із дисципліни, яка виставляється в залікову відомість, є сумою балів за різні види навчальної роботи.

Якщо здобувач вищої освіти проявив активність під час практичних / семінарських занять, виконав домашні завдання, підготував реферат/доповідь/ індивідуальне завдання та пройшов тестування за

змістовними модулями, він має право отримати оцінку за залік за результатами роботи протягом семестру.

Якщо здобувач вищої освіти не погоджується з оцінкою, він має право скласти письмовий залік з дисципліни. Тоді, у відповідності до Положення НУ «Запорізька політехніка» про організацію навчального процесу його оцінка буде встановлена під час складання заліку, попередні бали, отримані під час навчання протягом семестру враховані не будуть.

Під час контролю враховуються наступні види робіт:

- виконання практичних завдань - до 28 балів (планом передбачено 14 практичних занять, кожне заняття оцінюється від 0 до 2 балів: 2 бали – повна відповідність завданню, вичерпна відповідь, наявність ілюстративного матеріалу; 1 бал – завдання виконане частково, поверхнево, без аналізу результатів);

- поточний контроль – до 22 балів (планом передбачено 11 тем, кожна тема оцінюється від 0 до 2 балів: 2 бали – знання теоретичного матеріалу за темою, участь в обговореннях, дискусіях, опанування практичного інструменту у відповідності до змісту теми; 1 бал – знання теоретичного матеріалу за темою);

- тестування за результатами змістовних модулів – до 20 балів (2 поєднані модулі по 10 балів за кожен);

- неформальна та/або інформальна освіта (відвідування тренінгів, семінарів, вебінарів – 5 балів, отримання сертифікатів або його окремих складових за результатами відвідування – 5 балів, участь у кейс-чемпіонатах – 10 балів) – разом до 20 балів;

- наукова діяльність (участь у науковій темі кафедри, участь у конференціях, написання статей) – до 10 балів;

- залік – максимум 100 балів.

Підсумкова оцінка визначається як середня за змістовні модулі.

Поточне тестування та самостійна робота											Неформальна освіта, наукова діяльність	Разом	Підсумковий тест (залік)
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2					Змістовий модуль 4				
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11			
5	5	10	10	10	5	5	5	5	5	5	30	100	100

T1, T2 ... T11 – теми змістовних модулів.

У якості підсумкової атестації є складання заліку. Під час складання заліку здобувач вищої освіти відповідає письмово на 20 тестів. За кожну правильну відповідь на тестове питання отримує 5 балів (разом 100 балів).

Контрольні питання до заліку з дисципліни розміщені в системі дистанційного навчання Moodle: <https://moodle.zp.edu.ua/enrol/index.php?id=2507>

Контроль знань здобувачів вищої освіти заочної форми навчання здійснюється шляхом виконання та подальшого захисту контрольної роботи

у вигляді відповідей на питання, що стосуються змісту роботи (максимально 100 балів). Зміст завдань контрольної роботи розміщено в системі дистанційного навчання Moodle у Методичних вказівках з дисципліни: <https://moodle.zp.edu.ua/enrol/index.php?id=2507>

11. Політика курсу

Політика дедлайнів. Здобувач вищої освіти зобов'язаний дотримуватись крайніх термінів (дата для аудиторних видів робіт або час в системі дистанційного навчання Moodle), до яких має бути виконано певне завдання. За наявності поважних причин (відповідно до інформації, яку надано деканатом) здобувач вищої освіти має право на складання індивідуального графіку вивчення окремих тем дисципліни.

В разі, якщо здобувач вищої освіти проходить додаткове навчання (неформальна та/або інформальна освіта) на освітніх платформах (наприклад, Prometheus), в інформаційних центрах, вивчає дисципліни в інших закладах освіти в межах академічної мобільності, бере участь у кейс-чемпіонатах (наприклад, Marketing Hackathon від компанії Genesis), науковій роботі кафедри, то результати додаткового навчання та активності можуть бути зарахованими або як певна частина годин дисципліни, що відводиться на самостійну роботу, або врахована під час рубіжного контролю та екзамену.

Політика академічної доброчесності. Дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю, досягнення результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право та суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної (наукової, творчої) діяльності, використання достовірної інформації з офіційних джерел при виконанні проектних завдань.

При вивченні дисципліни політика дотримання академічної доброчесності визначається Кодексом академічної доброчесності Національного університету «Запорізька політехніка» https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Nakaz_N253_vid_29.06.21.pdf

Політика дотримання прав та обов'язків здобувачів вищої освіти. Права і обов'язки здобувачів вищої освіти відображено у Положенні про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Запорізька політехніка» (https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Nakaz_N405_vid_11.10.24.pdf).

Політика конфіденційності та захисту персональних даних. Обмін персональними даними між викладачем і здобувачем вищої освіти в межах вивчення дисципліни, їх використання відбувається на основі закону України «Про захист персональних даних» (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text>). Стаття 10, п. 3 «Використання персональних даних працівниками суб'єктів відносин, пов'язаних з персональними даними, повинно

здійснюватися лише відповідно до їхніх професійних чи службових або трудових обов'язків. Ці працівники зобов'язані не допускати розголошення у будь-який спосіб персональних даних, які їм було довірено або які стали відомі у зв'язку з виконанням професійних чи службових або трудових обов'язків, крім випадків, передбачених законом. Таке зобов'язання чинне після припинення ними діяльності, пов'язаної з персональними даними, крім випадків, установлених законом».

12. Методичне забезпечення

1. Методичні вказівки до проведення семінарських та практичних занять з дисципліни «Основи бізнесу» для здобувачів вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг», освітня програма (спеціалізація) Маркетинг ОС «Бакалавр» денної форми навчання. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2020. 31 с. URL: <https://moodle.zp.edu.ua/enrol/index.php?id=2507>.

2. Методичні рекомендації до виконання контрольних робіт з дисципліни «Основи бізнесу» для здобувачів вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг», освітня програма (спеціалізація) Маркетинг ОС «Бакалавр» заочної форми навчання. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2019. 17 с. URL: <https://moodle.zp.edu.ua/enrol/index.php?id=2507>.

3. Методичні рекомендації до виконання самостійних робіт з дисципліни «Основи бізнесу» для здобувачів вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг», освітня програма (спеціалізація) Маркетинг ОС «Бакалавр» для всіх форм навчання. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2019. 20 с. URL: <https://moodle.zp.edu.ua/enrol/index.php?id=2507>.

4. Кочнова І.В. Конспект лекцій з дисципліни «Основи бізнесу», спец. 075 «Маркетинг», 2020. 26 с. URL: <https://moodle.zp.edu.ua/enrol/index.php?id=2507>

13. Перелік навчальної, наукової та довідкової літератури

Законодавчі та нормативні документи

1. Господарський кодекс України. Кодекс, № 436-IV, від 16.01.2003. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.

2. Податковий кодекс України, № 2755-VI, від 02.12.2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

3. Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань», № 755-IV, від 15.05.2003. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15#Text>.

4. Закон України «Про захист економічної конкуренції», № 2210-III, від 11.01.2001. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text>

5. Закон України «Про підприємництво», № 698- XII, від 07.02.1991 (Закон втрачає чинність з 01.01.2004 року, крім [статті 4](#), на підставі Кодексу [№](#)

[436-IV від 16.01.2003](#), ВВР, 2003, № 18, № 19-20, № 21-22, ст.144). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12#Text> .

6. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні», № 4618-VI, від 22.03.2012. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17#Text>

7. Указ Президента України «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року», № 722/2019, від 30.09.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text>

Базова

1. Добрава Н.В., Осипова М.М. Основи бізнесу: навч. посібн. Одеса: Бондаренко М.О., 2018. 305 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_1860_50378142.pdf

2. Панченко С.В., Дикань В.Л, Шраменко О.В. Підприємництво: підручник. Харків: УкрДУЗТ, 2018. Ч.1. Теоретичні основи організації підприємницької діяльності. 241 с. URL: <http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/2426/1/%D0%9F%D1%96%D0%B4%D1%80%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%BA.pdf>

3. Основи підприємництва: Підручник; Біляк Т.О., Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О., та ін.; під заг. ред. Н.В. Валінкевич. Житомир : ЖДТУ, 2019. 493 с. URL: <https://eztuir.ztu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8104/1/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%B0.pdf>

4. Гаєвська Л.М., Марченко О.І. Підприємницька діяльність: підручник. Ірпінь: Університет ДФС України, 2019. 500 с. URL: <http://elibrary.collegesnau.com/wp-content/uploads/2022/01/%D0%9F%D0%94-1-%E2%80%94%D0%BA%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%8F.pdf>

5. Гонтарева І.В. Підприємництво: підручник. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2021. 392 с. URL: <https://ekhnuir.karazin.ua/server/api/core/bitstreams/3189e351-1298-4473-8cda-ed74c7a04c94/content>

Додаткова

6. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 252 с. URL: http://dSPACE.puet.edu.ua/bitstream/123456789/4845/1/%d0%9c%d0%b0%d1%80%d0%ba%d0%b5%d1%82%d0%b8%d0%bd%d0%b3%d0%be%d0%b2%d0%b0_%d0%b4%d1%96%d1%8f%d0%bb%d1%8c%d0%bd%d1%96%d1%81%d1%82%d1%8c_%d0%bf%d1%96%d0%b4%d0%bf%d1%80_%d0%9c%d0%be%d0%bd%d0%be%d0%b3%d1%80%d0%b0%d1%84%d1%96%d1%8f_%d0%9a%d0%b0%d1%80%d0%bf%d0%b5%d0%bd%d0%ba%d0%be_%d0%92%d0%a1%d0%95_%d0%905%20%281%29.pdf

7. Геммонд Р. Мистецтво роздрібної торгівлі. Передові ідеї та стратегії від найуспішніших торгових компаній світу. Пер. з англ. Р. Ладохіної. Київ: КМ-БУКС. 2019. 416 с.

8. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник. О.В. Димченко, О.Д. Панова, В.В. Коненко та ін.; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 432 с. URL: https://eprints.kname.edu.ua/62084/1/051-%D0%9F%D1%96%D0%B4%D1%80%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%BA_2022.pdf

9. Поведінка споживача: навчальний посібник Н.М. Бабко, О.В. Мандич, І.О. Сєвідова та ін. Харків: ХНТУСГ, 2020. 170 с. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/41507/1/Povedinka_spozhyvacha_NP_2020.pdf

10. Менеджмент стартап проектів: підручник. О.А. Гавриш, В.В. Дергачова, М.О. Кравченко, Н.І. Ситник, Ж.М. Жигалкевич, та ін; за заг. ред. О.А. Гавриша. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 337 с. URL: https://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%9C%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82_%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B0%D0%BF_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%96%D0%B2.pdf

11. Чан Кім В., Моборн Рене. Стратегія Блакитного океану. Як створити безхмарний ринковий простір і позбутися конкуренції. Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2018. 384 с.

14. Рекомендовані інформаційні джерела

12. Дія. Бізнес. URL: <https://business.diiia.gov.ua/>

13. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

14. Національна бібліотека України ім. В. Вернадського НАН України. URL: <http://www.nbuv.gov.ua>.

15. Бізнес-Інформ. Проблеми підприємництва. URL: <https://www.business-inform.net/thematic-search/?theme=problems-of-business>