

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ “ОСТРОЗЬКА АКАДЕМІЯ”

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Голова приймальної комісії
Національного університету

“Острозька академія”
проф. Пасічник І.Д.



ПРОГРАМА

вступного іспиту до аспірантури
з спеціальності 073 Менеджмент

Програма вступного іспиту до аспірантури зі спеціальності 073 Менеджмент / Укладачі: доц. Козак Л.В., проф. Мамонтова Н.А., доц. Кривицька О.Р. – Острого: НаУОА, 2016.

Програма затверджена кафедрою економічної теорії, менеджменту та маркетингу (протокол № 8 від 24 квітня 2016 р.)

Програма розглянута та схвалена на засіданні Приймальної комісії НаУОА (Протокол № 4 від 25 квітня 2016 р.)

Відповідальний секретар
приймальної комісії



Г.С.Пастушок

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Вступники до аспірантури за напрямом 073 Менеджмент при складанні вступного іспиту зі спеціальності мають продемонструвати теоретичні знання, уміння, навички та інші компетентності, достатні для продукування нових ідей, розв'язання комплексних проблем у галузі професійної та дослідницько-інноваційної діяльності з обраної спеціальності.

Вступники до аспірантури зі спеціальності **073 Менеджмент** складають вступний іспит, що складатиметься із таких навчальних дисциплін: «Менеджмент», «Маркетинг», «Фінансовий менеджмент», «Стратегічне управління».

II. ПЕРЕЛІК ТЕМ З НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ТЕСТУВАННЯ

2.1. Менеджмент

Сутність та методологічні основи менеджменту. Сутність категорій управління та менеджменту. Історія виникнення менеджменту як науки. Закони, закономірності, принципи та методи менеджменту. Організація як об'єкт управління. Загальна характеристика та класифікація організацій. Внутрішнє та зовнішнє середовище організації. Критерії та ознаки ефективності діяльності організацій.

Функції менеджменту. Сутність та класифікація функцій менеджменту. Планування, його види та зміст. Особливості стратегічного планування. Тактичне та бізнес-планування. Організація взаємодії як функція менеджменту. Види організаційних структур управління. Основні принципи ефективності організаційних структур управління. Мотивація як функція менеджменту. Основні поняття, на яких ґрунтуються теорії мотивації. Класифікація та короткий зміст теорій мотивації. Матеріальне стимулювання праці як основна складова в системі мотивації персоналу організації. Система оплати праці та її складові. Основні елементи тарифної системи оплати праці. Система доплат і надбавок. Основні підходи до формування ефективної системи преміювання. Поняття, зміст та види контролю. Процес контролю, його основні етапи. Критерії ефективності контролю.

Роль комунікацій у менеджменті. Поняття та загальна характеристика комунікацій. Елементи та етапи процесу комунікацій. Формування ефективних міжособистих та організаційних комунікацій.

Прийняття рішень у менеджменті. Сутність та класифікація управлінських рішень. Вироблення та реалізація раціональних управлінських рішень. Методи оптимізації управлінських рішень. Досвід США та Японії щодо прийняття управлінських рішень.

Керівництво та влада в організації. Поняття та загальна характеристика керівництва. Форми влади та впливу. Класифікація підходів до розуміння лідерства. Поняття про стиль керівництва та його основи. Одномірні та багатомірні стилі керівництва. Адаптивне керівництво.

Управління конфліктами та стресами в організації. Природа та види конфліктів в організації. Конфлікт як процес. Методи розв'язання конфлікту. Природа стресів та управління ними.

Основи кадрового менеджменту. Сутність та функції кадрового менеджменту. Характеристика персоналу фірми. Класифікація посад. Регламентація посадових прав та обов'язків. Технологія управління персоналом та його розвитком в організації. Відбір та прийом персоналу. Адаптація працівників. Ділова кар'єра та її організація. Методи оцінки персоналу

Рекомендована література:

Базова

1. Друкер Питер, Ф., Макьярелло Джозеф А. Менеджмент.: Пер. с англ. — М.: ООО "И.Д. Вильямс", 2010. — 704 с .
2. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. С англ.. – М.: Дело, 2000. – 704с.
3. Мостецька Т.Л., Новак в.О., Луцький М.Г., Ільєнко О.В. Менеджмент: підручник.- 2-ге видання.- К.:Кондор, 2012 .- 758 с.

Допоміжна

1. Басва О.В., Новальська Н.І., Згалаг-Лозинська Л.О. Основи менеджменту: практикум: Навч. Посібник. – К.:ЦУЛ, 2007. – 524 с.
2. Василенко В.О., Ткаченко Т.І, Виробничий (операційний менеджмент):Навчальний посібник .- Київ: ЦУЛ, 2003.- 532 с.
3. Виноградський М.Д., Виноградська А.М., Шканова О. М.Менеджмент в організації: Навчальний посібник .-К.:Кондор, 2004 .- 598 с.
4. Гірняк О.М., Лазановський П.П. Менеджмент: навчальний посібник .-Львів:Магнолія плюс, 2004 .- 352 с.
5. Дикань Н.В., Борисенко І.І. Менеджмент: Навчальний посібник .-К.:Центр навчальної літератури, 2008 .-389 с.
6. Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. — М.: Вильямс, 2001. —272 с.
7. Друкер П.Ф. Практика менеджмента: Пер. с англ. - М.: Вильямс, 2001. - 398 с.
8. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Анализ, планирование, внедрение, контроль. – СПб: Питер-прес, 1998.
1. Осовська Г.В., Осовський О.А. Основи менеджменту. - К.:Кондор.- 2008. - 664с.
2. Пушкар Р.М., Тарнавська Н.П. Менеджмент: теорія та практика. - Тернопіль, Карт-бланш, 2005.- 486 с.
3. Скрипко Т.О. Менеджмент .-К.:ЦУЛ, 2006.-176 с.
4. Соболев С.М., Багацький В.М. Менеджмент. - К.: Знання, 2004. – 365с.
5. Стадник В. В., Йохна М. А.Менеджмент: Підручник .- К.: Академвидав, 2007. - 472 с.
6. Шегда А.В. Менеджмент: Підручник. – К.: Знання, 2004. - 420 с.

2.2. Маркетинг

Теоретико-методологічні основи маркетингу. Сутність маркетингу та його сучасна концепція. Основні функції та принципи маркетингу. Основні категорії маркетингу як науки. Задоволення потреб споживачів як основна ціль маркетингу та їх врахування при формуванні маркетингової концепції товару. Еволюція концепцій управління маркетингом. Система засобів маркетингу. Види маркетингу.

Вибір та обґрунтування товарної політики підприємства. Сутність та класифікація товарів. Маркетингові концепції мультиатрибутивного товару. Управління марочними стратегіями, товарним асортиментом та номенклатурою. Управління маркетинговими стратегіями на різних стадіях життєвого циклу товару (ЖЦТ). Особливості маркетингу послуг.

Цінова політика та її роль в системі маркетингу. Сутність та мета цінової політики. Структура та класифікація цін з позицій ціноутворення . Основні вимоги до цін. Способи та методи ціноутворення. Чинники, що визначають чутливість покупців до цін. Стратегії ціноутворення на нові товари та в рамках товарної номенклатури. Стратегії коректування цін.**Теорія та методологія комерційного ціноутворення.** Методичні підходи формування цін виробника. Класифікація базисних умов поставок. Методика формування гуртових цін. Методика формування роздрібних цін.

Збутова політика як складовий елемент системи маркетингу. Сутність та значення збутової політики. Поняття каналу розподілу. Внутрішня структура та принципи функціонування каналів розподілу. Управління каналами розподілу. Особливості організації роздрібно торгівлі. Типи роздрібних посередників. Особливості організації гуртової торгівлі. Типи гуртових посередників. Сутність маркетингової логістики.

Маркетингова комунікаційна політика як складовий елемент системи маркетингу. Сутність та засоби комунікаційної політики. Реклама та її види. Стимулювання збуту. Пропаганда та особистий продаж. Особливості формування та значення маркетингових комунікацій в сучасних умовах.

Теорія та методологія ринкової поведінки підприємства. Поняття про маркетингове середовище фірми. Сутність та складові маркетингової інформаційної системи. Методи прогнозування та оцінки попиту. Аналіз споживчих ринків та поведінки покупців. Модель купівельної поведінки та основні фактори, що визначають поведінку кінцевих споживачів.

Процес прийняття рішення та типи купівельної поведінки кінцевих споживачів. Аналіз поведінки покупців на діловому ринку. Сутність та особливості ділового ринку. Основні фактори, що визначають поведінку ділових покупців. Процес здійснення закупок для потреб організації. Типи ділових закупок.

Управління маркетинговою діяльністю на підприємстві. Сутність та рівні сегментування ринків. Основні принципи сегментування ринку кінцевих споживачів та ділового ринку. Оцінка ефективності обраного ринкового сегменту. Модель п'яти чинників галузевої конкуренції. Модель «національного діаманту». Сутність та сучасні підходи формування стратегій позиціонування товарів та послуг. Ланцюжок цінності М Портера. Конкурентні стратегії позиціонування. Галузеві детермінанти стратегій позиціонування. Сутність, принципи та методи маркетингового планування. Маркетингова оцінка бізнес-портфелю підприємства. Маркетинговий аудит підприємства. SWOT-аналіз. Основні підходи до організації маркетингової служби.

Рекомендована література:

Базова

1. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. Экспрес курс. 3-е изд. — СПб., Питер, 2010. — 480 с.
2. Маркетинг / Під ред. В. Руделиус ,О.М. Азарянеа, Н.о. Бабенко та ін.- К: Навчально-методичний центр «Консорціум з удосконалення менеджмент освіти в Україні» , 2008,-648с.
3. Маркетинг: підручник / А.О. Старостіна, Н.П. Гончарова, Є.В. Крикавський та ін.; за ред. А. О. Старостіної, - К: Знання, 2009.- 1070с.

Додаткова

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. 7-е изд./ Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. - СПб.: Питер, 2007.- 496с.
2. Акімов Д.І. Соціальний маркетинг. – К.: Наукова думка, 2008. – 144 с.
3. Балабанова Л.В., Балабанець А.В. Маркетинговий аудит системи збуту. Навч. пос. – К.. ВД «Професіонал», 2004. – 294 с.
4. Белявцев М.І., Іваненко Л.М. Маркетинг. Навчальний посібник. – К.: ЦНЛ, 2005. – 328 с.
5. Берет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Пер. с англ. Под ред. С.Г. Божук. – СПб.: Питер, 2001. – 864 с.
6. Блэкуэлл Р. Поведение потребителей / Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. ; [пер. с англ. Е. Колотвина, Л. Круглова-Морозова]. – [10 изд.]. – СПб. : Питер, 2007. 944 с. : ил. (Серия «Классический зарубежный учебник»).
7. Бородіна Н.О. Маркетинг: Навч. посібник. – К.: Кондор, 2007. – 362 с.
8. Войчак А.В. Маркетингові дослідження: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц.- К: КНЕУ, 2001,- 119с.
9. Гірченко Т.Д., Дубовик О.В. Маркетинг : навчальний посібник. – Київ.: «Фірма «ІНКОС», - ЦНЛ, 2007. - 255 с.
10. Дугіна С. І. Маркетингова цінова політика: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2005. — 393 с.
11. Ілляшенко С.М., Баскакова М.Ю. Маркетингові дослідження: Навч. посібник / За ред. С.М. Ілляшенка. – К.:ЦНЛ, 2006. – 192 с.
12. Кларк Г. Маркетинг сервісу, що приносить прибуток. – К.:Знання, 2006. – 302 с.
13. Колесников О. В. Ціноутворення. Видання 3=е виправлене та доповнене. Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 144 с.
14. Колпаков В.М. Маркетинг персоналу: Навчальний посібник. – К.:МАУП, 2006. – 408 с.
15. Корж М. В. Маркетинг: Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 344 с.
16. Корнев В.Л., Корецький М.Х., О.І. Дацій Маркетингова цінова політика: Навчальний посібник.- К.: ЦУЛ, 2007. – 200 с.
17. Крамаренко В.І., Холода Б.І. Маркетинг: Навчальний посібник.- Київ: ЦУЛ, 2003. - 258 с.
18. Кузьміна Е.Е. Теория и практика маркетинга: учебник. – М.: КНОРУС, 2005. – 224 с.
19. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. Пер. с французского.- СПб. : Наука, 1996.- 589 с.

20. Литвиненко Я.В. Сучасна політика ціноутворення: Сучасна політика ціноутворення: Навч. посіб. / Міжрегіональна академія управління персоналом. — К.: МАУП, 2001. — 152с.
21. Литовченко І. Л., Пилипчик В.П. Інтернет-маркетинг: Навчальний посібник. — К.:ЦНЛ, 2008. — 184 с.
22. Логістика: навчальний посібник / О.М. Тридіт, Г.М. Лазаренкова, С.В. Мішина, І.І. Борисенко. — К.: Знання, 2008. — 566 с.
23. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц.- К: КНЕУ, 2002,- 272с.
24. Маркетинг для магістрів: Навчальний посібник / За ред. С.М. Ілляшенка. — Суми: ВТД «Університетська книга», 2007. — 928 с.
25. Маркетинг: Основи теорії та практики. Навчальний посібник. / За загальною ред. В. Липчука. — Львів: Новий світ. — 2003. — 288 с.
26. Минетт С. В2В-маркетинг: разные подходы к разным типам клиентов. Полное руководство / С. Минетт ; [пер. с англ. Э. В. Кондуковой, О. Л. Пелявского]. — М. : Вильямс, 2004. 208 с.
27. Мостенська Т.Л. Основи маркетингу: Навчальний посібник. — К.: Кондор, 2006. — 240 с.
28. Новітній маркетинг: Навчальний посібник / Є.В. Савельєв, С.І. Чоботар, Д.А. Штефаніч та ін. — К.: Знання, 2008. — 420 с.
29. Оснач О. Ф. Промисловий маркетинг: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.]/О. Ф. Оснач, В. П. Пилипчук, Л. П. Коваленко — К.: Центр учбової літератури, 2009. —364с.
30. Павленко А.Ф., Корнієв В.Л. Маркетингова політика ціноутворення / Київський національний економічний ун- т. — К. : КНЕУ, 2004. — 332с.
31. Скибінський С.В. Маркетинг: Підручник.- Ч.1. — К.:КНЕУ, 2005. — 568 с.
32. Смит П.Р. Маркетинговые коммуникации: комплексный подход. Пер. с англ. изд. — К.: Знання-Прес, 2003. — 796 с.
33. Старостіна А.О., Длігач А.О., Кравченко В.А. Промисловий маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підручник / за ред. Старостіної А.О. — К.: Знання, 2005. — 764 с.
34. Теорія і практика маркетингу в Україні: Монографія / А.Ф. Павленко та ін. — К.: КНЕУ, 2005. — 584 с.
35. Траут Дж., Ривкін С. Дифференцируйся или умирай! Выживание в эпоху убийственной конкуренции / Пер. с англ. - СПб.: Питер, 2008.- 288с.
36. Ушакова Н.Г.,Савицька Н. Л. Міжнародне ціноутворення: Навч. посіб. для студ. екон. спец. вищих закл. освіти. — К. : Видавничий дім "Професіонал", 2004. — 216с.
37. Шкварчук Л. О. Ціноутворення. Підручник -К.: Кондор, 2008 - 460с.
38. Щербань В.М. Маркетинг: Навчальний посібник. — К.:ЦНЛ, 2006. — 208 с.
39. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій. Навчальний посібник. / За ред.. Л.В. Балабанової. — К.: Знання, 2005. — 301 с.

2.3. Фінансовий менеджмент

Теоретичні та організаційні основи фінансового менеджменту. Сутність фінансового менеджменту. Цілі і задачі, об'єкти фінансового менеджменту. Послання стратегії і тактики фінансового менеджменту. Функції і принципи фінансового менеджменту. Базові показники, що використовуються у фінансовому менеджменті.

Система забезпечення фінансового менеджменту. Інформаційне забезпечення та його використання у фінансовому менеджменті. Фінансова звітність як основне джерело інформації. Організація фінансового менеджменту. Особливості організації фінансового менеджменту залежно від форми організації бізнесу і сфери діяльності.

Управління грошовими потоками на підприємстві. Сутність та класифікація видів грошових потоків. Формування грошових потоків підприємства. Методи оптимізації грошових потоків підприємства. Управління вхідними та вихідними грошовими потоками. Визначення вартості грошей в часі та її використання у фінансових розрахунках. Концепція вартості грошей в часі. Оцінка вартості грошей за складними відсотками. Вартість грошей при анuitеті. Розрахунок теперішньої вартості грошових коштів.

Управління прибутком. Зміст і задачі управління прибутку. Ризик отримання прибутку, гранична виручка, граничні затрати. Поріг рентабельності. Політика максимізації прибутку

підприємств. Операційний леверидж. Дивідендна політика.

Управління активами. Сутність активів та роль в здійсненні підприємницької діяльності. Принципи формування активів. Політика управління активами. Управління запасами. Управління дебіторською заборгованістю.

Вартість і оптимізація структури капіталу. Вартість капіталу і принципи її оцінки. Вартість функціонуючого власного капіталу. Вартість позиченого капіталу. Оптимальна структура капіталу.

Управління інвестиціями. Сутність і значення інвестиційної діяльності підприємства. Управління реальними інвестиціями. Управління джерелами фінансування капітальних вкладень. Амортизаційна політика підприємства. Управління фінансовими інвестиціями.

Управління фінансовими ризиками. Концепція ризику. Класифікація інвестиційних ризиків. Вимір ступеня ризику. Управління зниженням ризиків.

Аналіз фінансових звітів. Сутність, цілі і задачі аналізу фінансових звітів. Бухгалтерський баланс і його значення для фінансового аналізу діяльності підприємства. Система показників фінансового стану підприємства. Показники майнового положення та їх оцінка. Аналіз показників ліквідності і платоспроможності. Аналіз рентабельності, показників фінансової стійкості та їх оцінка.

Внутрішньофірмове фінансове прогнозування та планування. Фінансове прогнозування і планування як важлива умова прийняття управлінських рішень. Методи фінансового прогнозування. Фінансовий план (баланс доходів і витрат) підприємства – основа управління фінансовими ресурсами підприємства. Оперативне планування надходження і використання грошових коштів підприємства.

Антикризове фінансове управління на підприємстві. Поняття і фінансова оцінка банкрутства. Методи прогнозування банкрутства підприємства. Система попереднього регулювання на загрозу банкрутства і комплекс попереджувальних заходів. Фінансові наслідки банкрутства підприємства. Організаційне та фінансове забезпечення ліквідаційних процедур.

Рекомендована література:

Базова

1. Брейли Р, Майерс С. Принципы корпоративных финансов. - М.: "ОЛИМП -БИЗНЕС", 1997
2. Бригхем Ю., Гапенски Л., Финансовый менеджмент: Полный курс: В 2-х т./Пер.с англ. под. ред.В.В. Ковалёва. - СПб.: Экономическая школа, 1998.
3. Бригхем Е.Ф. Основы финансового менеджменту. - К.: КП "ВАЗАКО" Видавництво "Молодь".
4. Ван Хорн Дж.К. Основы управления финансами: Пер. с англ./ Гл. ред. серии Я.В.Соколов.- М.: Финансы и статистика, 1996.
5. Євтух О. Т., Євтух О. О. Фінансовий менеджмент для магістрів і не тільки. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 456 с.
6. Никбахт Е., Гроппели А. Финансы.- К.: Век, Глобус, 1992.
7. Петленко Ю. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник. К.: Кондор, 2007
8. Росс С. Основы корпоративных финансов / Пер.с англ. - М.: Лаборатория базовых знаний, 2000. - 720 с.
9. Рясних Є.Г. Основы финансового менеджменту: Навчальний посібник. К.: Академвидав. 2010.
12. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник: / За ред. проф.. Г.Г.Кірейцева. - Київ: ЦУЛ, 2002.- 496 с.

Допоміжна

1. Закон України "Про власність" від 7 лютого 1997 р. №697.
2. Закон України "Про об'єднання громадян" від 16 червня 1992 р. №24600.
3. Закон України "Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності"// Відомості Верховної Ради України.-1992.-№2.
4. Закон України "Про оподаткування прибутку підприємств", від 22.07.1997р.
5. Закон України "Про податок на додану вартість", від 11.09.1997 р.
6. Закон України "Про приватизаційні цінні папери" від 6 березня 1992 р.

7. Закон України “Про режим іноземного інвестування” // Відомості Верховної ради України.-1996.-№19.- С.229-230.
8. Закон України “Про цінні папери та фондову біржу” від 18 липня 1991 р.
9. Закон України про внесення змін до Закону України “Про оренду державного майна” від 23 грудня 1997 р.
10. Поддерєгин А.Н. Финансы предприятий.К.,2002.- 571 с.
11. Постанова Кабінету Міністрів України “Про затвердження Типового положення з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості ” від 26.04.1996р. № 473.
12. Постанова Кабінету Міністрів України та НБУ від 19.04.94р. № 279 “Про нормативи запасів товарно-матеріальних цінностей державних підприємств та організацій та джерела їх покриття”.

2.4. Стратегічне управління

Стратегічне управління: сутність та історія виникнення. Еволюція поглядів щодо передбачення майбутнього підприємства: історичний огляд. Основні підходи розуміння стратегічного менеджменту з точки зору різних шкіл. Концептуальні підходи щодо трактування сутності стратегії та стратегічного набору підприємства.

Теоретико-методологічні підходи щодо формування системи стратегічних пріоритетів підприємства. Місія як основний елемент філософської концепції стратегії підприємства. Сутність та класифікація стратегічних цілей підприємства. Класифікація стратегій, їх місце та роль в стратегічному наборі підприємств. Основні етапи та послідовність формування системи стратегічних пріоритетів підприємства.

Маркетингова стратегія як основний елемент в системі стратегічних пріоритетів підприємства. Сутність, складові та роль маркетингової стратегії в системі стратегічних пріоритетів підприємства. Маркетингова стратегія як механізм формування унікальної споживчої цінності. Функції та складові конкурентних та позиційних стратегій. Атрибутивні стратегії як елемент формування унікальної споживчої цінності.

Визначення та формування конкурентоспроможності підприємства. Сутність категорії конкурентоспроможності та використання її в економічному аналізі. Визначення ключових факторів успіху конкурентної боротьби підприємства на окремих ринках товарів та послуг. Оцінка міжнародної конкурентоспроможності галузі та окремих товаровиробників. Основні підходи щодо формування конкурентного бізнес портфелю підприємства.

Стратегічний аналіз та планування його роль в системі управління підприємством. Сутність, напрями та методологія стратегічного аналізу. Внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства як об'єкт стратегічного аналізу. Стратегічне планування як процес формулювання стратегії. Стратегічні плани, проекти і програми.

Підсистеми забезпечення стратегічного управління. Фінансово-економічне забезпечення стратегічного управління. Соціально-психологічне забезпечення стратегічного управління. Інформаційно-аналітичне забезпечення стратегічного управління.

Рекомендована література:

Базова

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. 7-е изд./ Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. - СПб.: Питер, 2007.- 496с.
2. Довгань Л.Е., Каракай Ю.В., Артеменко Л.П. Стратегічне управління:навчальний посібник, - К.:ЦУЛ, 2009, - 440с.
3. Шершнева З.С. Стратегічне управління: Підручник. - К.: КНЕУ, 2004. 699с

Допоміжна

4. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. - СПб: Питер Ком, 1999. - 416 с.
5. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління підприємством: Навчальний посібник.- Вид 2-ге, виправл. і доп. За ред. Василенка В.О. - К.: ЦУЛ, 2004. - 400с.
6. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская инициатива. / Пер. с франц. СПб.: Наука, 1996. - 589с.

7. Мізюк Б.М. Стратегічне управління: Підручник. - 2-ге вид., переробл. и доповн. – Львів, Магнолія плюс, 2006. - 392с.
8. Г.Минцберг, Б.Альстрэнд и Дж.Лэмпел. Школы стратегии. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегий менеджмента/ Пер. англ. под ред.Ю.М.Каптуревського.- СПб.: Питер, 2000. - 336с.
9. Пастухов В.В. Стратегічне управління підприємством: Філософія, політика, ефективність: Монографія. - К.: АТЕЙ, 2002.
10. Портер М.Е. Стратегія конкуренції / Пер. з англ. А. Олійник, Р Скільський. - К.: Основи, 1998. – 390с.
11. Редченко К.І. Стратегічний аналіз у бізнесі: Навч. посібник. Видання 2-ге доповнене. - Львів: "Новий Світ-2000", 2003. - 272с.
12. Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент: искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд; пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. - 576с.
13. Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа - К.: Вильямс, 2003. - 924 с.
14. Грант Р.М. Современный стратегический анализ. 5-е изд. / Пер. с англ. под ред. В.Н. Фунтова.- СПб.: Питер, 2008.- 560с.
15. Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа, 12-е издание: Пер. с англ.- М.: Вильямс, 2006. - 928 с.
16. Карлоф Б. Деловая стратегия: Пер. с англ./Науч. ред. и авт. послесл. В. А. Приписное. - М.: Экономика, 1991. - 239 с.
17. МС ISO 9000: 2000 Системы менеджмента качества. Термины и определения (Quality management systems - Fundamentals and vocabulary). - Введ. 01.01.2001. - К.: Изд-во стандартов, 2000. - 34 с.
18. Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегии. — 3-е изд. / Пер. с англ.; Под ред. Ю. Н. Каптуровского. — СПб: Питер, 2003. — 544 с.
19. Друкер П. Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. — М.: Вильямс, 2001. —272 с.
20. Друкер П. Ф. Практика менеджмента: Пер. с англ. — М.: Вильямс, 2001. —398 с.
21. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Пер. с англ.; Под ред. В. Б. Колчанова. — СПб: Питер, 2004. — 800 с.
22. Пирси Н. Ф., Кравенс Д. У. Организация маркетинга и менеджмент. Маркетинг / Под ред. М Бейкера. — СПб: Питер, 2002. — 1200 с.
23. Саттон Д, Кляйн Т. Новая наука маркетинга. Маркетинговое управление предприятием / Пер. с англ. — СПб, 2004. — 2040 с.
24. Школа маркетинга Келлога / Под ред. Д. Яacobуччи / Пер. с англ.; Под ред. М. Медникова. — СПб: Питер, 2004. — 398 с.
25. Портер М.Э. Конкуренция: Пер. с англ. — М.: Вильямс, 2005. —608 с.
26. Омае К. Мышление стратега. Искусство бизнеса по-японски: Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. — 215 с.