



Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

«Затверджено»
Заступник ректора

Проф. І.П.Гладкий
«___»_____2011р.

РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА

з дисципліни: **«Економіка підприємства та маркетинг»**
(за вимогами кредитно-модульної системи)

Робоча програма складена кандидатом економічних наук, асистентом кафедри Економіки підприємства Лавровою Юлією Володимирівною на підставі ОПП для галузі знань 0101 – «Педагогічна освіта» за напрямом 6.010104 - Професійна освіта за профілем «Транспорт», «Метрологія, стандартизація та сертифікація» та навчального плану.

Рецензент
професор кафедри економіки підприємства,
д.е.н., проф.

Д.О. Горєлов

Робоча навчальна програма розглянута на засіданні кафедри економіки підприємства
(протокол № 1 від «29» серпня 2011 р.)

Зав. кафедрою економіки підприємства
д.е.н., проф.

І.А.Дмитрієв

Схвалено Радою (методичною комісією) ФМТЗ
(протокол № ____ від «____» _____ 2011 р.)

Голова Ради (комісії) _____

А.І. Левтєров

Узгоджено:
Зав. вип. кафедри
технології машинобудування і ремонту машин
д.т.н., проф.

М. А. Подригало

«____» _____ 2011 р.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
(системний змістовий модуль)

1. Опис навчальної дисципліни
«Економіка підприємства і маркетинг»

Характеристика обсягів підготовки	Характеристика лекційного потоку	Характеристика навчального процесу
Загальний обсяг – 2,25 кредитів Усього блоків змістових модулів – 2 Усього змістових модулів – 14 Усього годин - 81 Один блок змістових модулів – 43; 38 год. Один змістовий модуль – 5-6 год. Всього ауд. год. на тиждень – 3 (2 – лекція, 1 – практ.)	Шифр галузі 0101 - Педагогічна освіта Напрямок підготовки – 6.010104 Професійна освіта за профілем "Транспорт", «Метрологія, стандартизація та сертифікація» Освітньо-кваліфікаційний рівень – „Бакалавр”. Кількість потоків - 1 (4РПМ, 4РПР) Кількість навчальних груп у потоці -1 Лектор, відповідальний за курс – канд. екон. наук Лаврова Ю.В.	Навчальний курс – вибірковий професійної і практичної підготовки Рік підготовки – 4-й Семестр навчання – 7-й Кількість лекційних годин – 36 Практичні заняття, годин – 18 Самостійна робота, годин – 27 Поточний контроль (види контролю: усне опитування, письмова контрольна робота, модульні тестові роботи) Підсумковий контроль (вид контролю: інтегрований залік)

2. Організаційно-методичні положення

Навчальна дисципліна «Економіка підприємства та маркетинг» належить до циклу нормативних дисциплін гуманітарної та соціально-економічної підготовки бакалаврів в галузі знань 0101 (спеціальність 6.010104 Професійна освіта за профілем «Транспорт», «Метрологія, стандартизація та сертифікація») – бакалавр.

Мета викладання дисципліни – формування знань з основних розділів прикладної економіки, організації та результативності господарювання на рівні первинної ланки суспільного виробництва, формування у студента системи знань про сутність і зміст маркетингу як філософію підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки і конкуренції.

Предметом навчальної дисципліни є педагогічно-адаптована система понять про методологію та інструментарій господарської діяльності підприємства, а також закономірності функціонування і розвитку підприємства в ринкових умовах.

Завдання викладання дисципліни - вивчення основних понять, систем і алгоритмів, формуванні знань, вмінь та уявлень з теоретичних положень економіки підприємства та маркетингу; формування вмінь ефективного використання ресурсного і виробничо-господарського потенціалу підприємства; набуття практичних навичок розв'язання конкретних економічних завдань; формування вмінь творчого пошуку резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємства.

Після вивчення дисципліни майбутній фахівець повинен:

знати: економічні основи функціонування підприємств в умовах ринку; чинники, які впливають на ефективність роботи підприємств; економічний зміст ресурсів, структуру та форми ресурсного забезпечення; шляхи більш раціонального використання ресурсів; прогресивні методи планування та форми організації виробництва; показники оцінки результативності діяльності підприємства; основні поняття маркетингу, функції, суть та завдання маркетингу, види маркетингу та їх характеристики; класифікації товарів за специфікою ознак, стадії життєвого циклу товару та їх стислі характеристики, склад, суть та значення товарної політики підприємств; суть і значення, основні етапи ціноутворення; поняття ринку, типи та види ринків, сегментування ринку; суть і завдання системи просування товару, основні риси каналів розповсюдження товарів; суть, завдання, принципи, види та стадії маркетингового дослідження;

уміти: виконувати економічні розрахунки; проводити аналіз використання ресурсів; оцінювати діяльність підприємства з економічної точки зору; вишукувати резерви підвищення ефективності діяльності підприємства; збирати та обробляти маркетингову інформацію; проводити сегментування ринку та позиціонування товару; розраховувати і аналізувати економічні показники конкурентоспроможності товарів; розраховувати та аналізувати коефіцієнти еластичності попиту; розрізняти та класифікувати основні моделі встановлення цін;

Уявлення. В умовах ринкової економіки досягнення бажаних результатів діяльності суб'єктом господарювання зумовлено ефективністю системи менеджменту, що залежить від рівня підготовки висококваліфікованих керівників та спеціалістів. Дисципліна, що пропонується, призначена допомогти студентам у формуванні комплексу знань у галузі прийняття рішень щодо господарської і, зокрема, маркетингової діяльності на підприємстві.

Проведення практичних занять, консультацій з організації самостійної роботи студентів забезпечує формування необхідних вмінь та уявлень про теоретико-методичні засади маркетингових досліджень ринку, здатність аналізувати фактори, що впливають на спрямованість маркетингової діяльності, а також обґрунтовувати та забезпечувати прийняття управлінських рішень на основі рекомендацій сформульованих в результаті маркетингових досліджень.

3 Зміст навчальної програми

Вступ

Навчальна дисципліна «Економіка підприємства та маркетинг» читається для галузі знань 0101 «Педагогічна освіта», спеціальність – «Транспорт», "Метрологія, стандартизація та сертифікація", код напрямку - 6.010104.

Загальний обсяг дисципліни становить 2,25 кредита (81 год.), відповідно до чого структура дисципліни складається з наступних елементів: загальна кількість блоків змістових модулів – 2 (один блок змістових модулів – 43; 38 год.); усього змістових модулів – 14 (один змістовий модуль – 5-6 год.).

До вивчення навчальної дисципліни "Економіка підприємства та маркетинг" студент приступає, прослухавши більшість навчальних дисциплін гуманітарного циклу. З нормативних навчальних дисциплін необхідно, щоб студент засвоїв "Основи економічної теорії". Теоретичною базою вивчення дисципліни "Економіка підприємства та маркетинг" є попередні навчальні дисципліни: "Мікроекономіка", "Соціологія", "Політична економія", а

також технологічні дисципліни. У подальшому, отримані знання з дисципліни, будуть використані при дипломному проектуванні – обґрунтуванні економічних рішень.

Формування системи знань студентів з дисципліни «Економіка підприємства та маркетинг» здійснюється шляхом проведення лекцій у їх сполученні з СРС. Самостійна робота студентів здійснюється в поза аудиторний час та складається з вивчення літературних джерел, матеріалу лекцій та практичних занять, виконання практичних завдань.

Поточний контроль здійснюється на лекціях у формі опитування; на практичних заняттях - опитування, діалогу, групового обговорення тематичних питань, самостійної та контрольної роботи; у час окремого розкладу занять - тестування по залічковим модулям.

Остаточний контроль з дисципліни – інтегрований залік.

Підсумковий контроль здійснюється під час проведення модульного контролю за допомогою тестових завдань у час окремого розкладу занять.

БЛОК ЗМІСТОВИХ МОДУЛІВ (РОЗДІЛ) №1 **КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ЕКОНОМІКИ ПІДПРИЄМСТВА ТА** **МАРКЕТИНГУ**

Змістовий модуль (тема) 1. *Економіка підприємства: сутність, принципи, цілі та завдання. Роль маркетингу в системі управління економічним розвитком підприємства.*

Підприємство як суб'єкт господарювання. Поняття, цілі й напрямки діяльності підприємств. Класифікація та структура підприємств. Добровільні та інституціональні об'єднання підприємств. Ринкове середовище господарювання підприємств. Сутність підприємства, цілі та принципи діяльності в сучасних умовах. Зовнішні та внутрішні фактори розвитку підприємств. Ознаки класифікації підприємств. Організаційно-правові форми підприємств. Об'єднання підприємств. Поняття маркетингу та ключові концепції, що покладені в його основу. Розуміння соціальних основ маркетингу. Порівняння та еволюція концепцій управління маркетингом. Етапи процесу маркетингового дослідження. Сегментування ринку, вибір цільових сегментів і позиціонування товару.

Змістовий модуль (тема) 2. *Фактори, що впливають на економічне становище автотранспортного підприємства.*

Автотранспортне підприємство як суб'єкт ринкової економіки. Класифікація послуг підприємств автомобільного транспорту. Класифікація чинників внутрішнього та зовнішнього середовища автотранспортного підприємства. Маркетинг у сфері транспортних послуг. Основні напрями маркетингових досліджень на транспорті. Визначення ціни на послуги транспорту.

Змістовий модуль (тема) 3. *Сутність, завдання та принципи планування діяльності підприємства. Планування обсягів транспортної продукції на засадах маркетингу.*

Характеристика системи планування господарської діяльності підприємства. Основні принципи, види та методи планування. Стратегічний і тактичний план підприємства, оперативне планування. Бізнес-план підприємства. Організація планування господарської діяльності підприємства на засадах маркетингу. Методи визначення планованого об'єму продукції автотранспортного підприємства.

Змістовий модуль (тема) 4. *Основні виробничі фонди підприємства: поняття, склад і структура, методи оцінювання.*

Поняття, склад, структура і методи оцінювання основних фондів. Класифікація основних засобів підприємства. Види вартісної оцінки основних фондів. Знос і амортизація основних фондів. Класифікація груп основних засобів та інших необоротних активів і мінімально допустимих строків їх амортизації. Методи нарахування амортизації. Показники використання основних фондів.

Змістовий модуль (тема) 5. *Трудові ресурси підприємства*

Класифікація трудових ресурсів підприємства. Кадрова політика на підприємстві. Оцінка персоналу як важливий елемент системи управління трудовим колективом. Визначення потреби в кадрах по категоріях персоналу. Організація маркетингових

досліджень ринку робочої сили. Оцінка ефективності використання трудових ресурсів. Методи виміру продуктивності праці.

Змістовий модуль (тема) 6. Системи та форми оплати праці на підприємстві.

Сутність заробітної плати. Структура Фонду оплати праці. Планування Фонду оплати праці. Системи і форми заробітної плати.

Змістовий модуль (тема) 7. Оборотні фонди підприємства.

Сутність оборотних активів, їхній склад і структура. Організація оборотних активів і джерела їх формування. Загальний порядок нормування власних оборотних активів підприємств. Розрахунок нормативів власних оборотних активів по окремим елементам. Визначення сукупного нормативу власних оборотних активів і джерел його покриття. Показники використання оборотних активів й їхній розрахунок. Контроль за використанням оборотних активів.

Змістовий модуль 8. Основні завдання для СРС за змістовими модулями 1 - 7

Правові основи функціонування підприємств в Україні.

Складові маркетингового середовища підприємства.

Транспортна логістика.

Моделі планування діяльності підприємства.

Особливості обліку нематеріальних активів підприємства.

Корпоративна культура і кадрова політика підприємства.

Формування системи контролінгу на підприємстві.

Модульний контроль за змістовими модулями 1-7 (заліковий модуль №1) здійснюється у формі модульної тестової роботи.

БЛОК ЗМІСТОВИХ МОДУЛІВ (РОЗДІЛ) №3 **УПРАВЛІННЯ ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ** **ПІДПРИЄМСТВА**

Змістовий модуль (тема) 9. Витрати підприємства.

Групування та склад витрат підприємства. Класифікація витрат за видами діяльності. Групування витрат виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) за статтями калькуляції, ступенем залежності від зміни обсягу виробництва та за способом віднесення витрат на собівартість продукції. Методи калькулювання собівартості продукції.

Змістовий модуль (тема) 10. Фінансові результати діяльності підприємства.

Види діяльності суб'єкту господарювання. Економічна характеристика й склад грошових надходжень підприємства. Методи визначення виручки від реалізації продукції. Планування виторгу від реалізації. Формування показників фінансових результатів підприємства у звітності. Оподаткування прибутку підприємств. Система показників рентабельності підприємства.

Змістовий модуль (тема) 11. Ефективність діяльності підприємства.

Сутність ефективності діяльності підприємства. Напрями визначення ефективності діяльності підприємства. Класифікація показників ефективності виробництва. Методики визначення ефективності. Фактори підвищення ефективності діяльності підприємства. Оцінка ефективності маркетингової діяльності підприємства. Складові оцінки при визначенні ефективності системи маркетингу.

Змістовий модуль (тема) 12. Інвестиційно-інноваційна діяльність підприємства.

Економічна сутність інвестицій та їх класифікація. Функції інвестицій на рівні держави і підприємства. Об'єкти і суб'єкти інвестиційно-інноваційної діяльності підприємства. Класифікація інвестицій. Поняття та види інновацій. Поняття інноваційної діяльності та її предмет. Ознаки інноваційної діяльності. Методи оцінки ефективності інвестиційних проектів.

Змістовий модуль (тема) 13. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства.

Сутність, види та принципи зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності в Україні. Організація ділових контактів з іноземними

партнерами. Види організаційно-правових форм іноземних підприємств і їх основні риси. Вибір іноземного партнера. Сутність зовнішньоекономічного договору.

Змістовий модуль 14. Основні завдання для СРС за змістовими модулями 9 - 13

Особливості податкового і управлінського обліку витрат підприємства.

Формування і розподіл прибутку підприємства.

Соціальна ефективність діяльності підприємства.

Вільні економічні зони і інвестиційно-інноваційна діяльність підприємства.

Правові основи зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Модульний контроль за змістовими модулями 9 - 13 (заліковий модуль №2) здійснюється у формі модульної тестової роботи.

Заключення

Особливості вивчення дисципліни «Економіка підприємства і маркетинг» визначаються завданнями й функціями цієї сфери діяльності підприємств і фірм в умовах ринкової економіки. Знання й уміння, отримані в результаті вивчення навчального курсу формують загальне уявлення студента про особливості функціонування економічної підсистеми підприємства. Актуальність вивчення дисципліни «Економіка підприємства і маркетинг» обумовлена необхідністю підготовки фахівців до планування, організації й здійснення самостійної науково-методичної роботи в галузі господарської діяльності.

4 Розподіл тем занять (за годинами та кредитами)

Перелік та назви змістовних модулів	Загалом на змістовий модуль, год/кредит	Лекцій	Прак. робіт	СРС
Блок залікових модулів №1 Концептуальні засади економіки підприємства та маркетингу				
Змістовий модуль 1. Економіка підприємства: сутність, принципи, цілі та завдання. Роль маркетингу в системі управління економічним розвитком	5/0,139	2	1	2
Змістовий модуль 2. Фактори, що впливають на економічне становище автотранспортного підприємства.	5/0,139	2	1	2
Змістовий модуль 3. Сутність, завдання та принципи планування діяльності підприємства. Планування обсягів транспортної продукції на засадах маркетингу.	8/0,222	4	2	2
Змістовий модуль 4. Основні виробничі фонди підприємства: поняття, склад і структура, методи оцінювання.	5/0,139	2	1	2
Змістовий модуль 5 Трудові ресурси підприємства	8/0,222	4	2	2
Змістовий модуль 6. Системи та форми оплати праці на підприємстві.	5/0,139	2	1	2
Змістовий модуль 7. Оборотні фонди підприємства.	5/0,139	2	1	2
Змістовий модуль 8. Основні завдання для СРС	2/0,055	-	-	2
Блок залікових модулів №2. Управління господарською діяльністю підприємства				
Змістовий модуль 9. Витрати підприємства.	4/0,111	2	1	1
Змістовий модуль 10. Фінансові результати діяльності підприємства.	8/0,222	4	2	2
Змістовий модуль 11. Ефективність діяльності підприємства.	8/0,222	4	2	2
Змістовий модуль 12. Інвестиційно-інноваційна діяльність підприємства.	8/0,222	4	2	2
Змістовий модуль 13. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства.	8/0,222	4	2	2
Змістовий модуль 14 Основні завдання для СРС	2/0,055	-	-	2
Інтегрований залік				
ЗАГАЛОМ	81/2,25	36	18	27

5 Система оцінювання навчання студента (залікові модулі)

Зміст навчального матеріалу	Кількість годин	Обсяг трудовитрат студента (кредитів)	Форма контролю	Шкала оцінювання знань студента (бали)
Перший заліковий модуль за змістовими модулями 1 - 7	43	1,194	Модульні тестові роботи	(1...100)
Другий заліковий модуль за змістовими модулями 9 - 13	38	1,056	Модульні тестові роботи	(1...100)
Залік			Модульні тестові роботи	(1...100)
ЗАГАЛОМ	90	2,25		(1...100)

6 Види, форми та методи навчання

Лекції, практичні заняття, консультації, самостійна робота студентів згідно табл. 4 «Розподіл змістових модулів», табл. 6 Тематика (план) практичних занять.

6. Тематика (план) практичних занять

Номер практичної роботи	Тема практичного заняття	Обсяг в аудиторних годинах
1	Визначення цілей та задач підприємства як суб'єкту ринкової економіки. Знаходження часток ринку конкуруючих марок	2
2	Особливості функціонування автотранспортного підприємства. Планування автотранспортної продукції	2
3	Оцінювання основних виробничих фондів підприємства	2
4	Визначення планової чисельності персоналу та суми витрат на оплату праці	2
5	Визначення норм та нормативів оборотних коштів підприємства і ефективності їх використання	2
6	Планування витрат підприємства. Визначення доходу, прибутку підприємства та рівня рентабельності його діяльності	2
7	Визначення ефективності діяльності підприємства	2
8	Оцінка ефективності інвестиційного проекту	2
9	Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.	2
Разом		18

7 Система оцінки знань студентів і шкала оцінок*

Шкала оцінок

Оцінка в балах	Оцінка за нац. шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Критерії
90-100	Відмінно	A	"Відмінно" - теоретичний зміст курсу освоєний цілком , без прогалин, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом сформовані, усі передбачені програмою навчання навчальні завдання виконані , якість їхнього виконання оцінено числом балів, близьким до максимального
80-89	Добре	B	"Дуже добре" - теоретичний зміст курсу освоєний цілком , без прогалин, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, усі передбачені програмою навчання навчальні завдання виконані , якість виконання більшості з них оцінено числом балів, близьким до максимального
75-79		C	"Добре" - теоретичний зміст курсу освоєний цілком , без прогалин, деякі практичні навички роботи з освоєним матеріалом сформовані недостатньо , усі передбачені програмою навчання навчальні завдання виконані якість виконання жодного з них не оцінено мінімальним числом балів, деякі види завдань виконані з помилками
67-74	Задовільно	D	"Задовільно" - теоретичний зміст курсу освоєний частково , але прогалини не носять істотного характеру, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, більшість передбачених програмою навчання навчальних завдань виконано , деякі з виконаних завдань, можливо, містять помилки
60-66		E	"Посередньо" - теоретичний зміст курсу освоєний частково , деякі практичні навички роботи не сформовані , багато передбачені програмою навчання навчальні завдання не виконані , або якість виконання деяких з них оцінено числом балів, близьким до мінімального
35-59	Незадовільно	FX	"Умовно незадовільно" - теоретичний зміст курсу освоєний частково , необхідні практичні навички роботи не сформовані , більшість передбачених програм навчання навчальних завдань не виконано , або якість їхнього виконання оцінено числом балів, близьким до мінімального ; при додатковій самостійній роботі над матеріалом курсу можливе підвищення якості виконання навчальних завдань (з можливістю повторного складання)
1-34		F	"Безумовно незадовільно" - теоретичний зміст курсу не освоєно , необхідні практичні навички роботи не сформовані , усі виконані навчальні завдання містять грубі помилки , додаткова самостійна робота над матеріалом курсу не приведе до якого-небудь значимого підвищення якості виконання навчальних завдань (з обов'язковим повторним курсом).

*Примітка. Підсумкова оцінка знань з навчальної дисципліни визначається як середньозважена результатів засвоєння окремих залікових модулів в інтервалі (1... 100) балів. Розрахунок здійснюється за формулою

$$B_d = \alpha_1 \cdot B_1 + \alpha_2 \cdot B_2 + \dots + \alpha_n \cdot B_n,$$

де B_i – кількість балів за рівень знань студента i -го залікового модуля;

α_1 - коефіцієнт вагомості кожного залікового модуля.

Підсумкова оцінка трудовитрат студента за освоєння змісту навчальної дисципліни K_d визначається як арифметична сума кредитів за всіма заліковими модулями, що засвоєні (K_i):

$$K_d = \sum_{i=1}^N K_i,$$

де $i = 1... N$ - кількість залікових модулів;

K_i - трудовитрати (в кредитах) на засвоєння залікового модуля.

8 Методичне забезпечення

1. Робоча навчальна програма з дисципліни "Економіка підприємства та маркетинг"(за вимогами кредитно-модульної системи) для галузі знань 0101 - "Педагогічна освіта" (напрямок 6.010104 – Професійна освіта за профілем «Транспорт», «Метрологія, стандартизація та сертифікація») [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [//portal.khadi.kharkov.ua/](http://portal.khadi.kharkov.ua/)
2. Робочий план з дисципліни " Економіка підприємства та маркетинг " (за вимогами кредитно-модульної системи) для галузі знань 0101 - "Педагогічна освіта" (напрямок 6.010104 – Професійна освіта за профілем «Транспорт», «Метрологія, стандартизація та сертифікація») [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [//portal.khadi.kharkov.ua/](http://portal.khadi.kharkov.ua/)
3. Лаврова Ю.В., Методичні вказівки до практичних занять з дисципліни "Економіка підприємства та маркетинг" для галузі знань 0101 - "Педагогічна освіта" (напрямок 6.010104 – Професійна освіта за профілем «Транспорт», «Метрологія, стандартизація та сертифікація») [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [//portal.khadi.kharkov.ua/](http://portal.khadi.kharkov.ua/)

9 Література, рекомендована для самостійної роботи студентів

Законодавчі акти

1. Закон України «Господарський кодекс України» [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, N 18, N 19-20, N 21-22, ст.144. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=436-15>
2. Закон України «Податковий кодекс України» (Із змінами, внесеними згідно із Законом N 2856-VI (2856-17) від 23.12.2010) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17>

Основна література

1. Астахова І. Е. Маркетинг. Навчальний посібник. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. – 208 с.
2. Бойчик І.М. Економіка підприємства: Навчальний посібник. – Видавництво 2-ге, доповнене і перероблене. – Київ: Атака, 2006. - 414 с.
3. Дмитрієв І.А., Большенко С.Ф. Економіка підприємства і маркетинг: Навч.-метод. посібник. – Харків: Вид-во ХНАДУ, 2008. – 77 с.
4. Дмитриев И.А., Жарова О.М. Экономика предприятий автомобильного транспорта: Учеб. пособ. – Харьков: ХНАДУ, 2004. – 184 с.
5. Герасимчук В. Г. Развитие предприятий: диагностика, стратегия, эффективность. — К.: Вища шк., 1995. — 265 с.
6. Економіка підприємства: Навч. посіб./За ред.. А.В. Шегди. – К.: Знання, 2005. – 431 с.
7. Лаврова Ю.В. Економіка підприємства та маркетинг. Конспект лекцій для студентів денної та заочної форми навчання за спеціальністю 6.010100 – «Експлуатація і ремонт міського та автомобільного транспорту», «Метрологія, стандартизація і сертифікація в машинобудуванні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [//portal.khadi.kharkov.ua/](http://portal.khadi.kharkov.ua/)

Додаткова література

Блок змістових модулів №1

1. Бандурка О. М. Основи економічної безпеки / О. М. Бандурка, В. Є. Духов, К. Я. Петрова, І. М. Червяков.- Х.: Вид-во НУВС, 2003. - 236 с.
2. Данченко Л.А. Маркетинг: Учебное пособие, руководство по изучению дисциплины, практикум учебная программа / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. – М., 2005. – 300 с.
3. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С.Ф. Покропивного. — 2-ге вид., перероб. та доп. — К.: КНЕУ, 2000. — 528 с.
4. Завіновська Г. Т. Економіка праці: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2000. — 200 с.
5. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга. - К.: Вильямс, 1999г. - 1152с.
6. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учеб. пособие / Под ред. д-ра экон. наук, проф. НА. Нагапетьянца. — М.: Вузовский учебник, 2007. — 272 с.
7. Стивенсон В. Дж. Управление производством: Пер. с англ. — М.: Лаборатория базовых знаний: БИНОМ, 1998. — 928 с.

8. Управление снабжением и запасами. Логистика./М. Линдерс, Х. Фирон: Пер. с англ. СПб.: ООО «Издательство Полигон», 1999.

Блок змістових модулів №2

1. Дідківський М.І., Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навчальний посібник – Київ: Знання, 2006. – 260 с.

2. Василенко В. Інноваційний менеджмент: Навч. Посібник. – К.: ЦУЛ, 2003. -440 с.

3. Балабанова Л.В., Холод В.В. Стратегічне маркетингове управління конкурентноспроможністю підприємств. – К.: Професіонал, 2006. – 448 с.

4. Войчак В. Маркетинговий менеджмент: Підручник. – К.: КНЕУ, 1998. – 268 с.

5. Портер М. Стратегія конкуренції. Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів. – К.: Основи, 1998. – 390 с.

6. Федоренко В.Г. Основи інвестиційно-інноваційної діяльності. Навчальний посібник. . — К.: Алерта, 2004. — 432 с.

7. Циглик І. Економіка й організація інноваційної діяльності: Навчальний посібник. – К.: ЦУЛ, 2004. – 128 с.

Розробив

к.е.н., асистент кафедри економіки підприємства_____ Ю. В. Лаврова