

Приватне акціонерне товариство
«Приватний вищий навчальний заклад
«Запорізький інститут економіки та інформаційних технологій»

Кафедра міжнародних економічних відносин та маркетингу

“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Проректор з НП та НР
Д.С.Швець
“ 30 ” 2023 року

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОК 03 ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА

Освітньо-професійна програма	<u>Маркетинг</u> (назва ОПП)
спеціальність	<u>075 «Маркетинг»</u>
спеціалізація	<u>-</u> (назва спеціалізації при наявності)
Рівень вищої освіти	<u>магістр</u>

2023 – 2024 навчальний рік

Мова викладання: англійська

Прізвище, ім'я та по-батькові викладача(ів)/розробника(ів): д.е.н., доцент Павленко Ірина Ігорівна, професор кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу

Електронна адреса викладача(ів):

Дні занять за розкладом згідно з розкладом занять

Графік консультацій (он-лайн консультації) згідно графіку консультацій

Сторінка курсу в Moodle: _____

Силабус схвалено на засіданні
кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу

Протокол від “ 30 ” серпня 2023 року № 1

Завідувач кафедри д.е.н., доцент

 (Михайлик Д.П.)

Силабус погоджено

Начальник навчального відділу

 О.В.Сташкевічус

1. Опис дисципліни

Анотація дисципліни (Призначення навчальної дисципліни)	Дисципліна «Інноваційний розвиток підприємства» вивчає сучасні організаційні форми здійснення інноваційної діяльності, її основні етапи та принципи ефективної взаємодії учасників; методичні положення та інструментарій оцінювання інноваційного розвитку національних економік; світовий досвід державної підтримки інновацій, методи та моделі їх державного регулювання; стратегії виходу підприємств з кризового стану на основі впровадження інновацій; інструментарій залучення інвестицій в інновації та методичні засади оцінювання результативності інвестування.
Мета вивчення	Мета курсу – формування у студентів знань та вмінь щодо забезпечення інноваційного розвитку економічних систем, оцінювання їхнього інноваційного потенціалу, обґрунтування та реалізації ефективних маркетингових рішень з розвитку економіки на інноваційних засадах.
Завдання навчальної дисципліни	Основними задачами курсу «Інноваційний розвиток підприємства» є: • засвоєння методики управління інноваційним розвитком підприємства у різних функціональних сферах; • оволодіння діагностикою визначення інноваційного потенціалу підприємства; • використання сучасних методів оцінки впливу чинників невизначеності та ризику при обґрунтуванні інноваційних проєктів; • набуття вмінь розробки стратегій інноваційного розвитку, визначення критеріїв вибору оптимальних варіантів розвитку в турбулентному ринковому середовищі підприємства.
Пререквізити	Вивчення дисципліни «Інноваційний розвиток підприємства» ґрунтується на знаннях маркетингу, менеджменту, фінансів, економічної теорії, економіки підприємства, мікро- та макроекономіки.
Результати навчання	РН2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта РН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. РН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами. РН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними. РН8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. РН10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. РН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. РН16. Оптимізувати існуючі маркетингові моделі на всіх рівнях суб'єктів ринкових відносин.

2. Обсяг та ознаки навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність: 075 «Маркетинг» Рівень вищої освіти: магістр	Нормативна (вибіркова)	
Модулів – 1		Рік підготовки	
Змістових модулів – 2		1-й	1-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання _____ (назва)		Семестр	
Загальна кількість годин – 90		1-й	1-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 30 самостійної роботи студента –60		Лекції	
		20 год.	6 год.
		Практичні, семінарські	
		10 год.	4 год.
		Лабораторні	
		-год.	-год.
		Самостійна робота	
		60 год.	- год.
		Індивідуальні завдання:	
		год.	
		Вид контролю:	
	Залік		

3. Дидактична карта дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		лек	прак	лаб	сем	с.р.		лек	прак	лаб	сем	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1												
Змістовний модуль 1. Основи інноваційного розвитку підприємства												
Тема 1. Теоретичні основи інноваційного розвитку підприємства	9	2	1			6	9					9
Тема 2. Інноваційний потенціал підприємства, його складові та механізм оцінки	9	2	1			6	9	1				8
Тема 3. Ресурсне забезпечення інноваційної діяльності	9	2	1			6	9	1	1			7
Тема 4. Ефективність інноваційної діяльності підприємства	9	2	1			6	9					9
Тема 5. Державна підтримка інноваційного підприємства	9	2	1			6	9	1	1			6
Разом за змістовним модулем 1	45	10	5			30	45	3	2			40
Змістовний модуль 2. Сучасні механізми управління інноваційним розвитком підприємства												
Тема 6. Маркетинг інновацій	9	2	1			6	9					9
Тема 7. Аналіз ринкових можливостей та планування інноваційної	9	2	1			6	9	1				8

діяльності												
Тема 8. Бізнес-планування інноваційного проекту	9	2	1			6	9					9
Тема 9. Мотивація персоналу та стимулювання інноваційної діяльності	9	2	1			6	9	1	1			7
Тема 10. Ризики інноваційної діяльності та управління ними	9	2	1			6	9	1	1			7
Разом за змістовним модулем 2	45	10	5			30	45	3	2			40
Разом за модулем	90	20	10			60	90	6	4			80
Разом	90	20	10			60	90	6	4			80

Карта самостійної роботи

№з/п	Назва теми	Вид роботи	Кількість годин	
			д	з
1	Тема 1. Теоретичні основи інноваційного розвитку підприємства	1. Опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу. 2. Самостійне опрацювання питань: 1) Інновації та економічне зростання: ретроспективний погляд вчених різних економічних шкіл та періодів. 2) Проаналізуйте сучасні інновації. 3) Історії успіху підприємств, які впроваджують інновації. 4) Особливості стратегії голубого океану.	6	9
2	Тема 2. Інноваційний потенціал підприємства, його складові та механізм оцінки	1. Опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу. 2. Самостійне опрацювання питань: 1) Систематизація підходів до визначення сутності інноваційного потенціалу. 2) Ендогенні фактори інноваційного потенціалу. 3) Модель структури інноваційного потенціалу підприємства.	6	8
3	Тема 3. Ресурсне забезпечення інноваційної діяльності	1. Опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу. 2. Самостійне опрацювання питань: 1) Сучасні форми інвестування інноваційних проектів (лізинг, селенг, форфейтинг, факторинг, франчайзинг), їх переваги та недоліки. 2) Особливості фінансового забезпечення інноваційної діяльності в країнах ЄС. 3) Особливості фінансового забезпечення інноваційної діяльності в США.	6	7
4	Тема 4. Ефективність інноваційної діяльності підприємства	1. Опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу. 2. Самостійне опрацювання питань: 1) Специфіка ефективності інновацій у венчурних організаціях. 2) Абсолютна й порівняльна ефективність інновацій. 3) Поняття «інтегрального» ефекту.	6	9
5	Тема 5. Державна підтримка інноваційного підприємства	1. Опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу. 2. Самостійне опрацювання питань: 1) Методи та інструменти державного регулювання інноваційної діяльності. 2) Державне регулювання інноваційної діяльності у розвинутих країнах.	6	6
6	Тема 6. Маркетинг інновацій	1. Опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу. 2. Самостійне опрацювання питань: 1) Особливості маркетингу інновацій. 2) Особливості маркетингу інновацій в Україні.	6	9

		3) Роль маркетингу інновацій. 4) Маркетинговий підхід до розроблення і виведення інновацій на ринок. 5) Розроблення ідей і задумів інновацій та їх аналіз. Об'єктивні умови появи інновацій. 6) Функціональна схема інноваційного процесу. 7) Інноваційний і життєвий цикли продуктової інновації. 8) Маркетингові інструменти на етапах інноваційного процесу.		
7	Тема 7. Аналіз ринкових можливостей та планування інноваційної діяльності	1. Опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу. 2. Самостійне опрацювання питань: 1) Система збалансованих показників Нортон та Каплана та її сучасні модифікації. 2) Сучасні методи стратегічного аналізу.	6	8
8	Тема 8. Бізнес-планування інноваційного проекту	1. Опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу. 2. Самостійне опрацювання питань: 1) Методичні засади вибору напряму інноваційного розвитку підприємства. 2) Особливості інноваційної поведінки великих, середніх та малих фірм. 3) Стратегічні бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємств.	6	9
9	Тема 9. Мотивація персоналу та стимулювання інноваційної діяльності	1. Опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу. 2. Самостійне опрацювання питань: 1) Сучасні теорії мотивації. 2) Особливості японської моделі мотивації. 3) Особливості американської моделі мотивації	6	7
10	Тема 10. Ризики інноваційної діяльності та управління ними	1. Опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу. 2. Самостійне опрацювання питань: 1) Поняття ризику та основні причини невизначеності і спричиненого нею ризику. 2) Види ризиків: ризики помилкового вибору інноваційних проектів, ризик незабезпечення інноваційного проекту достатнім рівнем фінансування, ризик невиконання господарських договорів, маркетингові ризики поточного постачання і збуту, ризики пов'язані з забезпеченням прав власності. 3) Ризики, спричинені впливом факторів макро- та мікросередовища. 4) Методи управління ризиками в інноваційній діяльності: розподіл ризиків, диверсифікація, лімітування, страхування, хеджування, ухиляння від ризиків та інші. 5) Методи оцінки ризиків в інноваційній діяльності: метод експертних оцінок, метод використання аналогів, метод статистичної оцінки, аналітичні методи оцінки проектних	6	7

		ризиків.		
	Разом		60	80

4. Індивідуальні завдання

1. Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу.
2. Самостійне опрацювання питань, що відведені до самостійного вивчення.
3. Індивідуальна дослідницька робота у виді презентації на тему «Інноваційний розвиток підприємства та його вплив на прикладі існуючого світового підприємства». Підприємство для дослідження та аналізу обирається за бажанням студента.

5. Методи навчання	За джерелами знань використовуються такі методи навчання: словесні (розповідь, пояснення, лекція); наочні (демонстрація, ілюстрація); практичні (практична робота, вправи). За характером логіки пізнання використовуються такі методи: аналітичний, синтетичний, аналітико-синтетичний, індуктивний, дедуктивний. За рівнем самостійної пошукової діяльності використовуються методи: проблемний, частково-пошуковий, дослідницький.
6. Система контролю та оцінювання.	Система складається з поточного, модульного та підсумкового контролю: Поточний контроль полягає у тому, що студенти виконують практичні роботи з кожного розділу у відповідні аудиторні часи та у часи самостійної роботи. Практична частина, як форма поточного контролю, складається з практичних робіт та тестових завдань до кожної з поточних тем. Виконана робота комплексно оцінюється викладачем, враховуючи такі критерії: 1. правильність одержаних результатів практичної роботи; 2. застосування раціонального методу рішення задач; 3. наявність звіту з практичної роботи. Результат виконання студентом кожної з яких оцінюється окремо. Їхній максимальний сумарний рейтинговий бал становить 60 балів. Модульний контроль проводиться на відповідному до навчального графіку тижні. Формою проведення модульного контролю є виконання модульної контрольної роботи у середовищі moodle. Тривалість складання студентом модульної контрольної роботи не перевищує двох академічних годин. Максимальний рейтинговий бал при цьому не перевищує 40 балів. Модульна контрольна робота проводиться у форматі тестів, деякі з котрих перевіряються викладачем в ручному режимі
7. Технічне й програмне забезпечення/обладнання.	Для повноцінного вивчення дисципліни кожному студенту надається навчально-методичний матеріал, що міститься у профілі користувача у системі moodle. Для доступу до якого необхідно мати персональний комп'ютер зі стабільним інтернет-зв'язком
8. Політика дисципліни.	Курс передбачає роботу в колективі. Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в дистанційному режимі за погодженням із керівником курсу та презентувати виконані завдання під час консультації викладача. Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що

	стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою, а також виконання завдань з метою закріплення теоретичного матеріалу. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент отримує за заняття 0 балів і зобов'язаний відпрацювати таке заняття. Ліквідація заборгованості відбувається протягом 1 тижня після встановленого терміну. При цьому оцінка знижується на 10 %. Здобувачам вищої освіти після аудиторних занять надається право підвищувати свій рейтинг лише під час складання іспитів (підсумкового оцінювання) за графіком екзаменаційної сесії. Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане під час виконання завдання. У разі виявлення факту плагіату студент отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.
--	---

9. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування та самостійна робота										Підсумковий тест	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	40	100
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6		

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою	
	для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	Відмінно	Зараховано
82-89	Добре	
74-81		
64-73	Задовільно	
60-63		
35-59	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни

10. Питання до заліку чи екзамену:

1. Поняття інновацій, їх вплив на економічну систему.
2. Поняття інноваційної діяльності. Об'єкти інноваційної діяльності.
3. Позитивний суспільний ефект інновацій. Цілі науково-технічного та інноваційного розвитку.
4. Типи розвитку економіки. Показники наукомісткості виробництва.
5. Поняття економічного зростання. Причини циклічного розвитку економіки. Теорія "довгих хвиль" М. Д. Кондратьєва. Положення теорії Й. Шумпетера.
6. Економічні цикли. Фази економічних циклів. Причини економічних циклів.
7. Сутність інновацій. Класифікація інновацій.
8. Концепція життєвого циклу інновацій. Етапи життєвого циклу інновації.
9. Поняття «інноваційної діяльності» і «інноваційного процесу». Етапи і стадії інноваційного процесу.
10. Фундаментальні і прикладні дослідження. Основні поняття: інноваційний продукт, інноваційна продукція, інноваційний проект, інноваційне підприємство, інноваційна інфраструктура, інноваційна діяльність.
11. Класифікація чинників інноваційного розвитку підприємства.
12. Групи факторів інноваційного розвитку підприємств.
13. Різновиди ефектів інноваційної діяльності.
14. Методи вимірювання рівня інноваційного розвитку.
15. Інформаційні ресурси для оцінки рівня інноваційного розвитку.
16. Категорії поділу ринкових суб'єктів інноваційної діяльності.
17. Венчурне підприємство та його форми.
18. Особливості формування та функціонування бізнес-інкубаторів.
19. Особливості інноваційного розвитку в умовах глобалізації. Основні тенденції світового науково-технічного розвитку, зумовлені становленням нового технологічного укладу.
20. Ефективність маркетингових комунікацій в інноваційній сфері.
21. Розуміння важливості розвитку інноваційної інфраструктури на макроекономічному рівні.
22. Поняття «інноваційна інфраструктура». Основні вимоги до формування ефективного механізму функціонування інфраструктури ринку інновацій.
23. Основні функції інноваційної інфраструктури.
24. Елементи інноваційної інфраструктури.
25. Поняття інноваційного підприємництва. Інституціональне середовище.
26. Структури національної інноваційної системи: суб'єкти, об'єкти, система відносин та визначальні чинники.
27. Поняття і модель інноваційного розвитку та її основні елементи. Види моделей інноваційного розвитку.
28. Домінуюча форма організації інноваційних процесів в Україні – технопарки.
29. Чинники неефективності функціонування НІС України.
30. Перспективні напрями науково-технічних розробок в Україні. Перспективні шляхи управління розвитком НІС.
31. Методи та інструменти державного регулювання інноваційної діяльності.
32. Поняття маркетингу інновацій. Головні завдання маркетингу інновацій.
33. Варіанти інноваційного циклу та типи підприємств-інноваторів.
34. Специфіка ринкових досліджень для виявлення та аналізу попиту на інновації.
35. Класифікація незадоволених потреб споживачів та товаровиробника з їх волевиявлення.
36. Рівні споживацької готовності споживачів та їх характеристика. Фактори, які враховують під час попиту на нові товари.
37. Поняття дифузії інновацій. Зацікавлені та незалежні джерела інформації.
38. Класифікація споживачів за ставленням до інновацій.
39. Маркетингові стратегії подолання споживчого опору інноваціям на ринку.

40. Поняття і принципи функціонування інноваційного підприємства. Чинники формування інноваційного підприємництва.
41. Види інноваційного підприємництва.
42. Стратегії інноваційного розвитку підприємства.
43. Особливості розробки інноваційної стратегії розвитку підприємства. Рівні стратегічного планування інноваційної діяльності на підприємстві.
44. Етапи розроблення й реалізації інноваційного проекту. Групи бізнес-процесів управління інноваційними проектами.
45. Основні умови переходу підприємства на інноваційний шлях розвитку.
46. Особливості японської моделі мотивації.
47. Особливості американської моделі мотивації.
48. Поняття інноваційного потенціалу. Структура потенціалу інноваційного розвитку.
49. Оцінка інтелектуальної складової інноваційного потенціалу.
50. Оцінка інформаційної складової інноваційного потенціалу.
51. Показник ринкового потенціалу інноваційного розвитку.
52. Концептуальна схема управління інноваційним потенціалом підприємства.
53. Складові та основні показники достатності виробничо-збутового потенціалу для інноваційного розвитку. Діагностика складових.
54. Система механізмів фінансування інноваційних проектів. Групи механізмів фінансування (інвестування) інноваційної діяльності.
55. Переваги та недоліки методів інвестування.
56. Поняття ризику в інноваційній діяльності. Основні причини невизначеності і спричиненого нею ризику.
57. Види ризиків інноваційної діяльності. Ризики, спричинені впливом факторів макро- та мікросередовища.
58. Цілі та етапи управління ризиками в інноваційній діяльності.
59. Методи управління ризиками в інноваційній діяльності.
60. Методи оцінки ризиків в інноваційній діяльності.

11. Рекомендована література:

Основна

1. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент : Підручник. – Суми : ВТД "Університетська книга", 2010. – 334 с.
2. Інноваційний розвиток підприємства [Текст] : навч. посіб. / В. Ф. Прудніков, М. В. Кудинська ; Держ. ВНЗ "Укр. держ. хім.-технол. ун-т". - Дніпро : ДВНЗ УДХТУ, 2018. - 179 с.
3. Інноваційний розвиток підприємства [Текст] : навч. посіб. / Н. І. Шиян ; Харків. нац. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва. - Харків : Друкарня Мадрид, 2019. - 234 с.
4. Микитюк П. П. Інноваційний розвиток підприємства : навч. посіб. Тернопіль : ПП «Принтер Інформ», 2015. 224 с.
5. Управління інноваціями : навч. посіб. / О. І. Гуторов та ін. 2-ге вид. доп. Харків : «Діса плюс», 2016. 266 с.
6. Череп А.В. Інноваційний менеджмент: Підручник / Череп А.В., Пуліна Т.В., Череп О.Г. – К.: Кондор, 2014. – 452 с.

Додаткова

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 4 липня 2002 р. № 40-IV (з наступними змінами і доповненнями).
2. Войнова Є. І. Інновації в системі міжнародних економічних відносин : навч.-метод. посіб. Одеса : «ОНУ імені І. І. Мечникова», 2014. 132 с.
3. Гук О. В., Колосовська В. В. Формування інноваційної політики підприємства. Глобальні і національні проблеми економіки. 2015. Вип. 8. С. 440 – 442.
4. Делілова Т. В., Шершенюк О. М. Обґрунтування стратегічних заходів щодо забезпечення моделі інноваційного розвитку України. Управління інноваційною, інвестиційною та економічною діяльністю інтегрованих об'єднань та підприємств : монографія / за заг. ред. Л. М. Савчук. Дніпропетровськ : Пороги, 2016. С. 92 – 103.
5. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи: навч. посібн. / С. М. Ілляшенко. – Суми: ВТД "Університетська книга", 2003. – 278 с.
6. Каракай Ю. В. Маркетинг інноваційних товарів: монографія / Ю. В. Каракай. – К.: КНЕУ, 2005. – 226 с.
7. Кваша О. С. Інноваційний розвиток економіки України: світовий досвід та рекомендації для України. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Вип. 6(1). С. 150 – 154.
8. Клименко О. В. Управління ризиком інноваційної діяльності підприємства. Вісник НТУ «ХПІ». 2012. № 58 (964). С. 72 – 76.
9. Літвінова І.М. Інноваційний розвиток підприємства: інформаційне забезпечення : монографія. Східноукр. нац. ун-т ім. Володимира Даля. Лисичанськ : ПромЕнерго. 2015. 228 с.
10. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку: монографія / за заг. ред. С. М. Ілляшенка. – Суми: ВТД "Університетська книга", 2006. – 728 с.

Інформаційні ресурси

1. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Інтернет-портал для управлінців. Офіційний сайт. URL: <http://www.management.com.ua>.
3. Офіційний веб-сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <http://www.me.gov.ua>.
4. Офіційний веб-сайт Української асоціації маркетингу. URL: <http://uam.in.ua>.
5. Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. URL: www.rada.gov.ua.