Національний університет водного господарства та природокористування
Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова науково-методичної
ради НУВГП
е-підпис Олег ЛАГОДНЮК
23.11.2021

06-13-32S

СИЛАБУС
навчальної дисципліни

SYLLABUS

Бенчмаркінг		***Benchmarking***
Шифр за ОП	ФП30.1	Code in Degree Programme
Освітній рівень: бакалаврський (перший)		Level of education: Bachelor's (first)
Галузь знань **Управління та адміністрування**	07	Field of knowledge: **Management and administration**
Спеціальність **Маркетинг**	**075**	Field of study: **Marketing**
Освітня програма: **Маркетинг**		Degree Programme: **Marketing**

РІВНЕ -2021

Силабус навчальної дисципліни “Бенчмаркінг” для здобувачів вищої освіти бакалаврського першого рівня, освітньо-професійної програми “Маркетинг”, спеціальності 075 Маркетинг. Рівне. НУВГП. 2021. стор.12.

ОПП на сайті університету: http://ep3.nuwm.edu.ua/21064/.

Розробники силабусу: *Веретін Людмила Станіславівна, к.е.н., старший викладач кафедри маркетингу*

Силабус схвалений на засіданні кафедри
Протокол № 3 від « 28 » жовтня 2021 року

Завідувач кафедри: *Мальчик М.В., д.е.н, професор*.

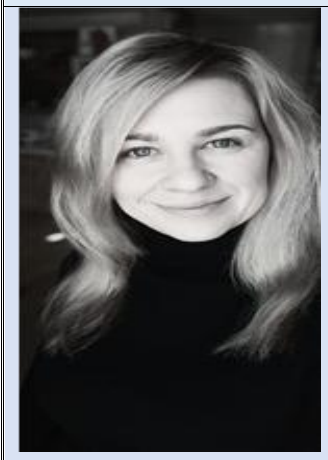
Керівник освітньої програми: *Попко О. В., д.е.н., професор*.

Схвалено науково-методичною радою з якості ННІЕМ
Протокол № від « » 2021 року

Голова науково-методичної ради з якості ННІ: Ковшун Н.Е., *д.е.н., професор*

СЗ №-6098 в ЕДО.

© Веретін Л.С., 2021
© НУВГП, 2021

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ*	
Ступінь вищої освіти	*Бакалавр*
Освітня програма	*Маркетинг*
Спеціальність	*075 Маркетинг*
Рік навчання, семестр	*4* *7*
Кількість кредитів	*4*
Лекції:	*20 годин*
Практичні заняття:	*20 години*
Самостійна робота:	*80 годин*
Курсова робота:	-
Форма навчання	*денна, заочна*
Форма підсумкового контролю	*залік*
Мова викладання	*українська*
ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА*	
ПРОФАЙЛ ЛЕКТОРА	
	*Веретін Людмила Станіславівна,* *кандидат економічних наук,* *старший викладач кафедри маркетингу*
Вікіситет	*http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/Веретін_Людмила_Станіславівна*
ORCID	*https://orcid.org/0000-0002-8028-1118*
Канали комунікації	*l.s.veretin@nuwm.edu.ua* *тел. 0964569554* *Актуальні оголошення на сторінці дисципліни в системі MOODLE*
ПРО ДИСЦИПЛІНУ	
Анотація навчальної дисципліни,	
Навчальна дисципліна «Бенчмаркінг» формує у студентів теоретичні знання і практичні навички використання методів та інструментів бенчмаркінгу . Метою є формування теоретичних і прикладних знань у галузі маркетингових прийомів формування і управління бенчмаркінгом, уміння проведення	

внутрішнього і зовнішнього бенчмаркінгу, розробка та впровадження бенчмаркінгових проектів, використання отриманих знань в практичній діяльності.

Основні цілі:

- надання студентам знань про сутність бенчмаркінгу;
- організацію та планування впровадження та використання бенчмаркінгу;
- опанування системи показників аналізу діяльності кращих підприємств на ринку та методи їх формування;
- набуття вмінь самостійно виконувати та використовувати у практичній діяльності інформацію, отриману в результаті маркетингових досліджень і порівняльного аналізу.
- вивчення процесу безперервного вдосконалення діяльності підприємства на засадах використання бенчмаркінгу, дослідження внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, виявлення можливостей вдосконалення, а також впровадження внутрішнього та зовнішнього бенчмаркінгу задля забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Посилання на розміщення навчальної дисципліни на навчальній платформі Moodle

https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=4299

Компетентності

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
ЗК8. Здатість проведення досліджень на відповідному рівні.
ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
ФК2.Здатність критично аналізувати і узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
ФК6.Здатність проведення маркетингового дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання

Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо впровадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
Р9. Оцінити ризики провадження маркетингової діяльності, встановлення рівня невизначеності маркетингового середовища при прийняті управлінських рішень.
Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокретичним.
Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА	
Лекцій – 20 год., Практ. 20 год., Самостійна робота – 80 год.	
Методи та технології навчання	Презентації, лекції, рольові та ділові ігри, проєкти, тренінги та майстер-класи, проблемно-пошуковий метод, навчальна дискусія/дебати, мозковий штурм, кейс-стаді/аналіз ситуації, семінари (індивідуальна та групова форма роботи).
Засоби навчання	Мультимедійний проектор, інформаційно-комунікаційні системи, інформація про стан організацій (кейси), роздаткові друковані матеріали та Інтернет-джерела.
ЛЕКЦІЙНІ, ПРАКТИЧНІ ТА ЛАБОРАТОРНІ ЗАНЯТТЯ	
Тема	
Кількість годин, результати навчання, література	**Опис дисципліни**
Змістовий модуль № 1. **Теоретичні основи бенчмаркінгу.** **Тема 1. Введення в бенчмаркінг.**	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. Р2, Р4,Р5 Література: [1,2,3,4]	Зміст та сутність «бенчмаркінгу». Еволюція бенчмаркінгу. Перше покоління бенчмаркінгу. Друге покоління – бенчмаркінг конкурентоспроможності. Третє покоління бенчмаркінгу. Четверте покоління бенчмаркінгу – стратегічний бенчмаркінг. П'яте покоління – глобальний бенчмаркінг.
Тема 2. Основні поняття бенчмаркінгу.	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. Р2,Р12 Література: [1,2,3,5,6]	Філософія бенчмаркінгу. Завдання, які може вирішувати використання бенчмаркінгу. Принципи застосування бенчмаркінгу.
Тема 3. Функції бенчмаркінгу.	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. Р2,Р4,Р8 Література: [3,4,5,6]	Сутність функцій бенчмаркінгу. Функції бенчмаркінгу: товарна політика, ціноутворення, комунікація, збут та продаж, аналітична функція, виробнича функція, збутова функція, функція управління та контролю.
Тема 4. Види бенчмаркінгу	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год.	Об’єкт бенчмаркінгу. Суть та зміст видів бенчмаркінгу: внутрішній, конкурентний, зовнішній, процесний,

Р5, Р12, Р9 Література: [3,4,5,6]	глобальний, функціональний, витратний, стратегічний, поведінки клієнтів, оперативний, асоціативний.
Тема 5. Системи бенчмаркінгових досліджень та бенчмаркінгової інформації	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. Р12, Р9 Література: [1,2,3,5,6]	Проведення зовнішнього партнерського бенчмаркінгу. Бенчмаркінгова угода. Бенчмаркінговий кодекс поведінки. Моделі ділової досконалості EFQM. Ділова розвідка та промислове шпигунство. Мета і методи збору інформації.
Змістовий модуль № 2 **Впровадження бенчмаркінгу на підприємстві.** **Тема 6. Бенчмаркінгова програма підприємства.**	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. Р8, Р14 Література: [1,2,3,5,6,]	Причини популярності бенчмаркінгу. Завдання, які вирішує бенчмаркінг підприємства. Етапи процесу бенчмаркінгу. Об'єкт бенчмаркінгу на підприємстві.
Тема 7. Організація бенчмаркінгу.	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. Р14, Р8, Р5,Р2 Література: [1,2,3,5,6,]	Технологія організації бенчмаркінгу. Аналіз показників роботи свого підприємства та вибір об'єкта бенчмаркінгу. Планування та організація бенчмаркінгового дослідження. Вибір партнера з бенчмаркінгу. Збір інформації про фактори переваги. Аналіз отриманої інформації та підготовка проекту новацій Впровадження новацій у бізнес-процес свого підприємства.
Тема 8. Етапи розвитку бенчмаркінгу. Бенчмаркінговий контроль.	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. Р2,Р8,Р14, Р5, Література: [1,2,3,5,6,]	Використання бенчмаркінгу на основі моделі ділової досконалості EPQM. Ступені процесу бенчмаркінгу. Роль контролю бенчмаркінгу. Бенчмаркінг в системі управління підприємством.
Тема 9. Бенчмаркінгові мережі та асоціації.	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. Р8, Р12 Література: [1,2,3,5,6,]	Суть бенчмаркінгової мережі. Сутність бенчмаркінгових асоціацій. Мережі бенчмаркінгової інформації.
Тема 10. Досвід застосування бенчмаркінгу вітчизняними підприємствами	

лекцій – 2 год. практ. – 2 год. Р2, Р5, Р12,Р9 Література: [1,2,3,5,6,]	Філософія бенчмаркінгу. Мистецтво застосування бенчмаркінгу вітчизняними підприємствами. Досвід використання бенчмаркінгу провідними зарубіжними підприємствами.

Перелік соціальних, «м'яких» навичок (soft skills)

- Комунікативні навички та робота в команді
- Вміння критично мислити та аргументувати свою позицію
- Уміння ставити мету та надихатися новими ідеями
- Спрямованість на результат та наполегливість
- Активність, мобільність, ініціативність
- Лідерство та організованість
- Самонавчання та стресостійкість
- Грамотність та відповідальність

Форми та методи навчання

Вивчення дисципліни досягається інформаційним, ілюстративним та проблемним методами навчання.

Лекції супроводжуються демонстрацією схем, таблиць з мультимедійним супроводом. На практичних заняттях розглядаються та розв'язуються задачі, наближені до реальних ситуацій: використовується роздатковий матеріал (наочність) для формування у студентів системного мислення, розвитку пам'яті; проводиться дискусійне обговорення проблемних питань; задаються провокаційні питання.

Навчання супроводжується опрацюванням нормативної, навчальної літератури, а також періодичних видань.

При викладанні навчальної дисципліни для активізації навчального процесу передбачено застосування сучасних навчальних технологій, таких, як: проблемні лекції, робота в малих групах, семінари-дискусії, кейс-метод, метод мозкового штурму, метод вільних асоціацій, метод обговорення тематичних зображень, метод «переваги та недоліки», метод «робота в мережі», ділові ігри, екскурсійні заняття.

Проблемні лекції спрямовані на розвиток логічного мислення студентів. Коло питань теми лекції обмежується двома-трьома ключовими моментами, увага студентів концентрується на матеріалі, який не знайшов відображення в підручниках, використовується досвід закордонних навчальних закладів з роздаванням студентам під час лекції друкованого матеріалу та виділенням головних висновків з питань, що розглядаються.

Міні-лекції передбачають викладення навчального матеріалу за короткий проміжок часу і характеризуються значною ємністю, складністю логічних побудов, образів, доказів та узагальнень. Міні-лекції проводяться, як правило, як частина заняття-дослідження. На початку проведення міні-лекції за вказаними темами лектор акцентує увагу студентів на необхідності представити викладений лекційний матеріал у структурно-логічному вигляді. На розгляд виносяться питання, які зафіксовані у плані лекцій, але викладаються вони стисло.

Робота в малих групах дає змогу структурувати лекційні або практично-

семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного студента в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування. Після висвітлення проблеми (при використанні проблемних лекцій) або стислого викладання матеріалу (при використанні міні-лекцій) студентам пропонується об'єднуватися у групи по 5-6 осіб і презентувати наприкінці заняття своє бачення та сприйняття матеріалу.

Презентації – виступи перед аудиторією, що використовуються для представлення певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань. Однією з позитивних рис презентації та її переваг за умови використання в навчальному процесі є обмін досвідом, який здобули студенти під час роботи в певній малій групі.

Семінари-дискусії передбачають обмін думками та поглядами учасників щодо даної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди і переконання, виробляють вміння формулювати думки и висловлювати їх, вчать оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів.

Ділові та рольові ігри – форма активізації студентів, внаслідок якої вони задіяні в процесі інсценізації певної виробничої ситуації в ролі безпосередніх учасників подій.

Обговорення тематичних зображень дає змогу візуально сприймати інформацію, сприяє розвитку асоціативного мислення та кращому засвоєнню матеріалу.

Метод роботи в мережі спрямований на формування вміння працювати в команді та виділяти основні положення дискусії. Передбачається, що всі студенти діляться на групи та обирається один координатор, який підходить до кожної групи, проводить моніторинг їх роботи та виділяє найбільш вагомі положення дискусій.

Кейс-метод – метод аналізу конкретних ситуацій, який дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності спеціалістів і передбачає розгляд виробничих, управлінських та інших ситуацій, складних конфліктних випадків, проблемних ситуацій, інцидентів у процесі вивчення навчального матеріалу.

Порядок та критерії оцінювання

Для досягнення цілей та завдань курсу студентам потрібно засвоїти теоретичний матеріал та здати модульні контролі знань, а також вчасно виконати практичні завдання. У результаті можна отримати такі обов'язкові бали:
– 60 балів - за вчасне та якісне виконання завдань практичних занять та інших поточних завдань, що становить поточну (практичну) складову його оцінки;
– 40 балів – модульні контролі (20+20).
Всього 100 балів.
Додаткові бали студентам також можуть бути зараховані за конкретні пропозиції з удосконалення змісту навчальної дисципліни. Положення про семестровий поточний та підсумковий контроль навчальних досягнень здобувачів вищої освіти http://ep3.nuwm.edu.ua/15311/.
Модульний контроль проходитиме у формі тестування на університетській платформі MOODLE.

Поєднання навчання та досліджень

Студенти мають можливість додатково отримати бали за виконання індивідуальних завдань дослідницького характеру, а також можуть бути долучені до написання та опублікування наукових статей з тематики курсу.

Інформаційні ресурси

Рекомендована література

Базова література

1. Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, Б.О.Король, О.В. Попко, З.О. Толчанова, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с.
2. Парсяк, В. Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології [Текст] : підручник / В. Н. Парсяк. – Херсон : Олді-плюс, 2015. – 326 с.
3. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів :Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
4. Воеводина Н.А. Бенчмаркинг – инструмент развития конкурентных преимуществ / Воеводина Н.М., Кулагина А.В., Логинова Е.Ю., Толберг В.Б. - М.: ЛА "Научная Книга", 2009. - 117 с.
5. Зіберт, Г. Бенчмаркінг. Керівництво для практиків / Г. Зіберт, Ш. Кемпф. - М.: КІА центр, 2006. - 128 с.
6. Кемп, Р. Легальний промислове шпигунство: Бенчмаркінг бізнес-процесів: технології пошуку та впровадження кращих методів роботи ваших конкурентів: пров. з англ. / Р. Кемп; під ред. О.Б. Максимової. - Дніпропетровськ: Баланс-Клуб, 2004. - 416 с.

Допоміжна література

1. Стратегічне управління: Навчальний посібник. — К. : Центр учбової літератури, 2009. — 440 с.
2. Братко, О. С. Маркетингова політика комунікацій [Текст] : навч. посіб. / О. С. Братко. — Тернопіль : Карт-бланш, 2009. — 275 с.
3. Герасимчук Л.М. Бенчмаркінг на підприємстві в умовах глобалізації. вісник

хмельницького національного університету. 2011. № 3. т. 3. с. 99-103.
4. Криворучко О.М. Основні положення бенчмаркінгу бізнес-процесів АТП / О.М. Криворучко, Ю.О. Сукач //Економіка транспортного комплексу : зб. наук. пр. – 2012. – Вип. 20. – С. 78–89.
5. Маркетингові технології економічного зростання [Текст] : монографія / М.А. Окландер, О.І. Яшкіна, І.Л. Литовченко; За ред. М.А. Окландера. — Одеса : Астропринт, 2012. — 376 с.
6. Михайлова Е.А. Основы бенчмаркинга /Е.А. Михайлова. — М.: Юристъ, 2002. — 110 с.
7. Парсяк, В. Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології [Текст] : підручник / В. Н. Парсяк. — Херсон : Олді-плюс, 2015. — 326 с.
8. Лютікова М.В. Бенчмаркінг як інструмент підвищення прибутковості та конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / М. Лютікова, Р. Морозова, П. Сухарев. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/33_NIEK_2008/Economics/37138.doc

Інформаційні ресурси

9. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA.
10. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/.
11. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії наукової бібліотеки НУВГП [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ep3.nuwm.edu.ua.
12. Кабінет Міністрів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/.
13. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/.
14. Рівненська державна обласна бібліотека [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.libr.rv.ua/.

Методичне забезпечення

15. Інформаційні ресурси у електронному репозиторії Національного університету водного господарства та природокористування.: http://ep3.nuwm.edu.ua/view/types/metods/.
16. Опорний конспект лекцій (на електронному і паперовому носіях) за всіма темами курсу, у тому числі і для самостійного вивчення.
17. Пакети тестових завдань з кожної теми та в цілому по всьому курсу дисципліни.

Дедлайни та перескладання

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%.

Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час онлайн тестування.

Ліквідація академічної заборгованості здійснюється згідно «Порядку ліквідації академічних заборгованостей у НУВГП», http://ep3.nuwm.edu.ua/4273/. Згідно цього документу і реалізується право студента на повторне вивчення дисципліни чи повторне навчання на курсі. Перездача модульних контролів здійснюється згідно: http://nuwm.edu.ua/strukturni-pidrozdili/navch-nauk-tsentr-nezalezhnoho-otsiniuvannia-znan/dokumenti.

Оголошення стосовно дедлайнів здачі частин навчальної дисципліни відповідно до політики оцінювання оприлюднюються на сторінці даної дисципліни на платформі MOODLE за календарем: https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=694.

Неформальна та інформальна освіта

Студенти мають право на визнання (перезарахування) результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті згідно з відповідним Положенням: http://nuwm.edu.ua/sp/neformalna-osvita.

Зокрема студенти можуть самостійно проходити онлайн-курси на таких навчальних платформах, як Prometheus, Coursera, edEx, edEra, FutureLearn та інших, для наступного перезарахування результатів навчання. При цьому важливо, щоб знання та навички, що формуються під час проходження певного онлайн-курсу чи його частин, мали зв'язок з очікуваними навчальними результатами даної дисципліни (освітньої програми) та перевірялись в підсумковому оцінюванні.

Практики, представники бізнесу, фахівці, залучені до викладання

До викладання курсу долучаються представники державних та приватних підприємств та організацій України та інших держав.

Правила академічної доброчесності

Списування під час проведення модульного контролю чи підсумкового контролю, передбачає позбавлення студента подальшого права здавати матеріал і у нього виникає академічна заборгованість.

За списування під час виконання окремих завдань, студенту знижується оцінка у відповідності до ступеня порушення академічної доброчесності.

Онлайн курс «Академічна доброчесність» викладений за посиланням: https://vumonline.ua/course/academic-integrity-at-the-university/ та на сайті університету http://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnistj.

Студент зобов'язаний дотримуватися Кодексу честі студентів НУВГП, який встановлює загальні моральні принципи та правила етичної поведінки осіб, які навчаються в університеті та якими вони мають керуватися у своїй діяльності: http://ep3.nuwm.edu.ua/4917/1/Кодекс%20честі%20студентів%20зах.pdf.

Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями встановленими Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату в НУВГП:

Принципи доброчесності у НУВГП та відповідність показникам забезпечення якості вищої освіти регламентовано НАЗЯВО та положеннями відділу якості освіти НУВГП.

Сайт НАЗЯВО: https://naqa.gov.ua/.

Відділ якості освіти НУВГП: https://nuwm.edu.ua/strukturni-pidrozdili/vyo/dokumenti.

Вимоги до відвідування

Лекції та практичні заняття відбуваються в офлайн або онлайн режимі згідно розкладу. Консультації будуть проводитися онлайн за допомогою Google Meet за кодом у домовлений зі студентами час. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування тощо) навчання може відбуватись в онлайн формі (змішана форма навчання) за погодженням із керівником курсу. Здобувачі можуть на заняттях використовувати мобільні телефони та ноутбуки, але виключно в навчальних цілях з даної дисципліни.
Оновлення
Зміст даного курсу оновлюється за необхідністю з урахуванням змін у законодавстві України, наукових досягнень та сучасних практик у сфері маркетингу, стратегічного маркетингу, маркетингового аналізу, маркетингових комунікаціях, маркетингових дослідженнях. Студенти можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу стосовно новітніх змін у галузі. За таку ініціативу студенти можуть отримати додаткові бали.
Академічна мобільність. Інтернаціоналізація
Інформація щодо іноземних сайтів, які може використати студент для вивчення даної дисципліни за окремими темами наводиться в презентаціях освітньої компоненти представлених в системі Moodle. Також для поглибленого вивчення дисципліни здобувачам освіти пропонуються міжнародні інформаційні ресурси в мережі Інтернет: ProQuest https://about.proquest.com/products-services/ebooks/ebooks-main.html

Лектор, к.е.н., ст. викл. кафедри маркетингу *Л. С. Веретін*