

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет менеджменту

Кафедра менеджменту та маркетингу

# **МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ**

*Методичні рекомендації*

для практичних занять здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОПП «Харчові технології» спеціальності 181 «Харчові технології» денної форми здобуття вищої освіти

**МИКОЛАЇВ  
2022**

УДК [65.012.32+65.012.32]:664  
М50

Друкується за рішенням науково-методичної комісії факультету менеджменту Миколаївського національного аграрного університету від 28.04.2021 р., протокол № 9.

**Укладач:**

А. Л. Сухорукова – канд. наук з держ. упр., доцент кафедри менеджменту та маркетингу, Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв

**Рецензенти:**

І. О. Банєва – д-р екон. наук, професор кафедри готельно-ресторанної справи та організації бізнесу, Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв

Т. Г. Олійник – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємств, Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв

© Миколаївський національний аграрний університет, 2022

## ЗМІСТ

Вступ .....	4
Навчально-тематичний план проведення практичних занять .....	6
Перелік питань для самостійного опрацювання .....	10
Перелік питань до поточного та підсумкового контролю знань здобувачів вищої освіти .....	13
Перелік рекомендованих літературних джерел та законодавчо-нормативних актів .....	18

## ВСТУП

Дисципліна «Менеджмент і маркетинг харчових продуктів» є обов'язковою компонентою освітньої програми, дисципліною циклу професійної та практичної підготовки бакалаврів за спеціальністю 181 «Харчові технології», які здатні розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у галузі менеджменту та маркетингу в процесі професійної діяльності.

Ця дисципліна висвітлює фундаментальні питання організації та процесу управління в харчовій галузі, функцій менеджменту та його пов'язаних процесів, маркетингу та його основних принципів, завдань, концепцій та етапи процесу управління маркетингом. Розглядаються практичні аспекти використання маркетингу в харчовій галузі: розробка комплексу маркетингу (товарної, цінової, збутової політики та політики просування продукції на ринок) та заходи щодо його впровадження (планування та організація маркетингової діяльності).

**Метою** вивчення дисципліни «Менеджмент і маркетинг харчових продуктів» є набуття теоретичних та практичних навичок управління у харчовій галузі та ведення маркетингової діяльності відповідно до сучасних вимог ринку України.

**Завданнями** вивчення дисципліни є: опанування теоретичними основами менеджменту і маркетингу у харчовій галузі навичками застосування цих знань у практичній діяльності; проводити маркетингові дослідження кон'юнктури ринку харчової продукції; оцінювати ринкові можливості підприємства; розробити комплекс маркетингу: товар, ціна, канали розподілу та стимулювання збуту; складати план маркетингу; застосовувати прийоми та методи управління на підприємстві; застосовувати прийоми вирішення конфліктних ситуацій; оцінити вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на підприємство.

**Предмет** дисципліни – загальні закономірності, принципи формування, функціонування та розвитку системи управління організацією, управлінські взаємовідносини.

### **Інтегральна компетентність:**

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми технічного і технологічного характеру, що характеризуються комплексністю та невизначеністю умов у виробничих умовах підприємств харчової промисловості та ресторанного господарства та у процесі навчання, що передбачає застосування теоретичних основ та методів харчових технологій.

### **Загальні компетентності:**

ЗК03. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

### **Спеціальні (фахові) компетентності:**

ФК25. Здатність розробляти та впроваджувати ефективні методи організації праці, нести відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб.

ФК27. Здатність підвищувати ефективність виробництва, впроваджувати сучасні системи менеджменту.

### **Програмні результати навчання:**

ПРН15. Впроваджувати сучасні системи менеджменту підприємства.

ПРН23. Мати навички з організації роботи окремих виробничих підрозділів підприємства та координування їх діяльності.

# НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

## Змістовий модуль 1

### Менеджмент харчових продуктів

#### ***Тема 1. «Вступ до дисципліни. Еволюція менеджменту»***

1. Предмет, структура та зміст навчальної дисципліни.
2. Вклад українських вчених у розвиток української наукової думки.
3. Перспективи розвитку агроформувань залежно від результативності менеджменту.

***Keywords:*** *entrepreneur, entrepreneurship, human resource management, management, manager, managerial competency*

#### ***Тема 2. «Сутність менеджменту. Їх особливості в харчовій галузі»***

1. Поняття менеджменту, особливості управління в харчовій галузі.
2. Сучасні підходи в менеджменті: процесний, системний, ситуаційний.
3. Характеристика діяльності менеджера.
4. Рівні управління.

***Keywords:*** *Gantt chart, global economy, global management, globalization*

#### ***Тема 3. «Поняття організації як соціально-економічної системи»***

1. Організація як соціально-економічна система.
2. Внутрішнє середовище організації: цілі, структура, завдання, технологія, люди.
3. Характеристика факторів зовнішнього середовища.

***Keywords:*** *administrator, boundaryless organization, chain of command, corporation, exporting, functional managers, General managers, global business, global corporation, global manager, global sourcing, high-performance organization*

#### **Тема 4. «Функції менеджменту»**

1. Поняття і класифікація функцій менеджменту.
2. Лінійне і функціональне керівництво.
3. Функції і процес управління харчовою галуззю.
4. Розподіл функцій і система делегування повноважень в апараті управління харчовою галуззю.

**Keywords:** *management, management of livestock sector, delegation of authority, management functions*

#### **Тема 5. «Зв'язуючі процеси в менеджменті»**

1. Поняття та значення комунікації в організації.
2. Комунікаційний процес та міжособистісні й організаційні перешкоди на шляху комунікаційного процесу.
3. Поняття та види організаційних рішень.
4. Категорії (умови) прийняття управлінських рішень.
5. Фактори, що впливають на процес прийняття рішень.

**Keywords:** *active listening, credible communication, filtering, framing error, human skill or interpersonal skill*

#### **Тема 6. «Управління персоналом»**

1. Роль персоналу в сучасній організації. Суть, види і характеристика колективів.
2. Поняття «кадри, персонал, трудові ресурси». Класифікація персоналу
3. Трансформація галузі від нульових змін до радикальних покращень

**Keywords:** *personnel, personnel, labor resources, classification of personnel, characteristics of teams*

#### **Тема 7. «Оцінювання результатів діяльності менеджерів»**

1. Ефективність роботи персоналу: сутність та підходи.
2. Методика оцінки ефективності.
3. Соціальна та економічна ефективність роботи персоналу.
4. Комплексна оцінка управлінської праці: суть, принципи застосування.

**Keywords:** *Efficiency of personnel, social and economic efficiency of personnel, management work*

## ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2

### Маркетинг харчових продуктів

#### ***Тема 1. «Суть і зміст маркетингу»***

1. Суть маркетингу та історія його розвитку.
2. Основні поняття маркетингу.
3. Завдання та функції маркетингу.
4. Концепції маркетингової діяльності.

***Keywords:*** *the concept of marketing, the tasks and functions of marketing, the concept of marketing activities.*

#### ***Тема 2. «Розвиток маркетингових процесів в Україні»***

1. Історія виникнення поняття «маркетинг».
2. Основні види маркетингових процесів.
3. Етапи розвитку маркетингових процесів в Україні.

***Keywords:*** *concept of "marketing", main types of marketing processes.*

#### ***Тема 3. «Процес управління маркетингом»***

1. Зміст та етапи управління маркетингом.
2. Аналіз ринкових можливостей.
3. Відбір цільових ринків.
4. Розробка комплексу маркетингу.
5. Реалізація маркетингових заходів.

***Keywords:*** *marketing management, analysis, market opportunities, target markets*

#### ***Тема 4. «Маркетингова товарна політика»***

1. Поняття товару, товарного асортименту, життєвий цикл товару.
2. Програма розробки нових товарів.
3. Товарні марки, упаковка.
4. Поняття ціни та суть цінової політики.
5. Етапи ціноутворення.

***Keywords:*** *commodity, product range, product life cycle, brand name, packaging, price*

#### ***Тема 5. «Система маркетингу»***

1. Сутність системи маркетингу.
2. Сукупність методів і прийомів системи маркетингу.



3. Функції системи маркетингу.

**Keywords:** *marketing system, marketing system functions*

**Тема 6. «Маркетингова цінова політика»**

1. Поняття ціни та суть цінової політики.

2. Етапи ціноутворення.

**Keywords:** *the concept of price and the essence of price policy, the stages of pricing.*

**Тема 7. Маркетингова політика розподілу та просування продукції**

1. Поняття каналу розподілу, його функції та структура.

2. Посередницька діяльність у каналах розподілу та рішення по проблемах товароруху.

3. Поняття маркетингової політики комунікацій, суть та функції реклами.

4. Суть та основні види роботи з громадськістю (пропаганда).

**Keywords:** *intermediary activities, distribution channels, marketing communications policy*

## ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

1. Зміст понять «управління», «менеджмент».
2. У чому полягає відмінність між менеджером та підприємцем?
3. Роль менеджера за Мінцбергом.
4. Рівні управління.
5. Історія формування менеджменту як науки.
6. Поняття організації та її загальні характеристики.
7. Внутрішнє середовище організації, взаємозв'язок внутрішніх змінних.
8. Зовнішнє середовище організації, фактори прямого та непрямого впливу.
9. Оцінка факторів зовнішнього середовища.
10. Історичний розвиток менеджменту
11. Сутність комунікацій та їх види.
12. Види інформації, її роль у менеджменті.
13. Документація, діловодство. Документообіг.
14. Комунікаційний процес.
15. Сутність та класифікація управлінських рішень.
16. Процес прийняття раціональних рішень.
17. Фактори, що впливають на прийняття управлінських рішень.
18. Сутність та функції стратегічного планування.
19. Місія та цілі організації.
20. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища в межах стратегічного планування.
21. Стратегічні альтернативи та їх характеристика.
22. Управління формальними групами.
23. Розкрийте особливості управління неформальними групами.
24. Назвіть основні форми влади та впливу.
25. Розкрийте сутність стилів управління за Лайкертом.
26. Що являє собою «управлінська решітка Блейка-Мутон»?
27. Сутність авторитарного, демократичного та ліберального стилів керівництва.
28. Що таке «конфлікт», «інцидент», основні причини виникнення конфліктних ситуацій.
29. Розкрийте зміст основних елементів конфлікту.
30. Стратегії вирішення конфлікту.
31. Дайте визначення поняття маркетингу.

32. Що таке потреба, попит, товар, ринок?
33. Основні принципи маркетингу.
34. Основні функції маркетингу.
35. Концепції маркетингової діяльності.
36. Поняття управління маркетингом.
37. Етапи комплексного дослідження ринку.
38. Сегмент, сегментування ринку.
39. Позичіонування товару.
40. Розробка комплексу маркетингу.
41. Визначення товару та основні види товарів
42. Розкрийте зміст трьох рівнів товару
43. Перелічіть та охарактеризуйте етапи процесу розробки нового товару
44. Назвіть етапи життєвого циклу товару, дайте їм характеристику
45. Поясніть, для чого необхідні товарні марки
46. Які рішення треба прийняти щодо упаковки товару та його маркування
47. Методи ціноутворення. Розкрийте їх зміст та вкажіть, в яких випадках вони застосовуються?
48. Охарактеризуйте основні етапи розрахунку ціни
49. Дайте визначення, назвіть рівні та функції каналів розподілу
50. Розкрийте основний зміст рішень по товароруху
51. Місце роздрібної торгівлі в системі товароруху: її роль, види торговельних підприємств, маркетингові рішення
52. Місце оптової торгівлі в системі товароруху: її роль, види торговельних підприємств, маркетингові рішення
53. Охарактеризуйте складові комплексу маркетингових комунікацій.
54. Розкрийте суть та функції реклами.
55. Розкрийте суть та функції пропаганди (паблік рілейшнз).
56. Розкрийте зміст методів стимулювання збуту.
57. Що представляє собою стратегічне планування?
58. Охарактеризуйте стратегії маркетингу підприємств. Розділи та послідовність розробки плану маркетингу.
59. Сформулюйте цілі та завдання маркетингової служби підприємства.
60. Назвіть основні типи організації відділу маркетингу.

## ПЕРЕЛІК ТЕМ НАУКОВОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

1. Методи та принципи побудови системи управління персоналом.
2. Вихідні показники необхідні для складання штатного розкладу в організації.
3. Етапи формування трудового колективу організації, їх особливості.
4. Сутність та призначення кадрового планування в управління персоналом.
5. Нормативна частка оптимальної чисельності управлінського персоналу та фактори впливу на її визначення.
6. Методи прогнозування потреби в персоналі.
7. Взаємозв'язок між стратегічним управлінням організацією, кадровою політикою та стратегічним управлінням персоналом.
8. Маркетинг персоналу.
9. Аналіз змісту та вимоги роботи в ході набору персоналу до організації.
10. Ділова оцінка персоналу її задачі, види та організаційна процедура підготовки.
11. Використання персоналу в організації, основні принципи та напрямки.
12. Методи навчання персоналу організації та їх вибір. Оцінка результатів навчання.
13. Час – як ресурс керівника. Методи дослідження структури витрат робочого часу керівника.
14. Коефіцієнт оцінки результативності використання витрат робочого часу керівника та „фактори перешкод”.
15. Суть оцінки результативності праці та класифікація факторів, що враховуються під час оцінки.
16. Критерії та методи оцінки результатів праці.
17. Результати, які враховуються при розрахунках показників економічної ефективності на рівні організації.
18. Розрахунок витрат, що пов'язані з вдосконаленням системи управління персоналом.

Наукова робота здійснюється в межах роботи наукового гуртка «Управління персоналом».

# ПИТАННЯ ДЛЯ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

## *Питання для поточного контролю знань*

1. Зміст понять “управління”, “менеджмент”.
2. У чому полягає відмінність між менеджером та підприємцем?
3. Роль менеджера за Мінцбергом.
4. Рівні управління.
5. Історія формування менеджменту як науки.
6. Поняття організації та її загальні характеристики.
7. Внутрішнє середовище організації, взаємозв’язок внутрішніх змінних.
8. Зовнішнє середовище організації, фактори прямого та непрямого впливу.
9. Оцінка факторів зовнішнього середовища.
10. Історичний розвиток менеджменту
11. Сутність комунікацій та їх види.
12. Види інформації, її роль у менеджменті.
13. Документація, діловодство. Документообіг.
14. Комунікаційний процес.
15. Сутність та класифікація управлінських рішень.
16. Процес прийняття раціональних рішень.
17. Фактори, що впливають на прийняття управлінських рішень.
18. Сутність та функції стратегічного планування.
19. Місія та цілі організації.
20. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища в межах стратегічного планування.
21. Стратегічні альтернативи та їх характеристика.
22. Управління формальними групами.
23. Розкрийте особливості управління неформальними групами.
24. Назвіть основні форми влади та впливу.
25. Розкрийте сутність стилів управління за Лайкертом.
26. Що являє собою “управлінська решітка Блейка-Мутон”?
27. Сутність авторитарного, демократичного та ліберального стилів керівництва.
28. Що таке “конфлікт”, “інцидент”, основні причини виникнення конфліктних ситуацій.
29. Розкрийте зміст основних елементів конфлікту.

30. Стратегії вирішення конфлікту.
31. Дайте визначення поняття маркетингу.
32. Що таке потреба, попит, товар, ринок?
33. Основні принципи маркетингу.
34. Основні функції маркетингу.
35. Концепції маркетингової діяльності.
36. Поняття управління маркетингом.
37. Етапи комплексного дослідження ринку.
38. Сегмент, сегментування ринку.
39. Позичіонування товару.
40. Розробка комплексу маркетингу.
41. Визначення товару та основні види товарів
42. Розкрийте зміст трьох рівнів товару
43. Перелічіть та охарактеризуйте етапи процесу розробки нового товару
44. Назвіть етапи життєвого циклу товару, дайте їм характеристику
45. Поясніть, для чого необхідні товарні марки
46. Які рішення треба прийняти щодо упаковки товару та його маркування
47. Методи ціноутворення. Розкрийте їх зміст та вкажіть, в яких випадках вони застосовуються?
48. Охарактеризуйте основні етапи розрахунку ціни
49. Дайте визначення, назвіть рівні та функції каналів розподілу
50. Розкрийте основний зміст рішень по товароруху
51. Місце роздрібної торгівлі в системі товароруху: її роль, види торговельних підприємств, маркетингові рішення
52. Місце оптової торгівлі в системі товароруху: її роль, види торговельних підприємств, маркетингові рішення
53. Охарактеризуйте складові комплексу маркетингових комунікацій.
54. Розкрийте суть та функції реклами.
55. Розкрийте суть та функції пропаганди (паблік рілейшнз).
56. Розкрийте зміст методів стимулювання збуту.
57. Що представляє собою стратегічне планування?
58. Охарактеризуйте стратегії маркетингу підприємств. Розділи та послідовність розробки плану маркетингу.
59. Розкрити основні підходи до розробки бюджету маркетингу.
60. Основні види маркетингового контролю.

61. Сформулюйте цілі та завдання маркетингової служби підприємства.
62. Назвіть основні типи організації відділу маркетингу.

### *Перелік питань для підсумкового контролю знань*

1. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища в межах стратегічного планування.
2. Види інформації, її роль у менеджменті.
3. Визначення товару та основні види товарів
4. Внутрішнє середовище організації, взаємозв'язок внутрішніх змінних.
5. Дайте визначення поняття маркетингу.
6. Дайте визначення, назвіть рівні та функції каналів розподілу
7. Документація, діловодство. Документообіг.
8. Етапи комплексного дослідження ринку.
9. Зміст понять “управління”, “менеджмент”.
10. Зовнішнє середовище організації, фактори прямого та непрямого впливу.
11. Історичний розвиток менеджменту
12. Історія формування менеджменту як науки.
13. Комунікаційний процес.
14. Концепції маркетингової діяльності.
15. Методи ціноутворення. Розкрийте їх зміст та вкажіть, в яких випадках вони застосовуються?
16. Місія та цілі організації.
17. Місце оптової торгівлі в системі товароруку: її роль, види торговельних підприємств, маркетингові рішення
18. Місце роздрібною торгівлі в системі товароруку: її роль, види торговельних підприємств, маркетингові рішення
19. Назвіть етапи життєвого циклу товару, дайте їм характеристику
20. Назвіть основні типи організації відділу маркетингу.
21. Назвіть основні форми влади та впливу.
22. Основні види маркетингового контролю.
23. Основні принципи маркетингу.
24. Основні функції маркетингу.
25. Охарактеризуйте основні етапи розрахунку ціни
26. Охарактеризуйте складові комплексу маркетингових

- комунікацій.
27. Охарактеризуйте стратегії маркетингу підприємств. Розділи та послідовність розробки плану маркетингу.
  28. Оцінка факторів зовнішнього середовища.
  29. Перелічіть та охарактеризуйте етапи процесу розробки нового товару
  30. Позичіонування товару.
  31. Поняття організації та її загальні характеристики.
  32. Поняття управління маркетингом.
  33. Поясніть, для чого необхідні товарні марки
  34. Процес прийняття раціональних рішень.
  35. Рівні управління.
  36. Розкрийте зміст методів стимулювання збуту.
  37. Розкрийте зміст основних елементів конфлікту.
  38. Розкрийте зміст трьох рівнів товару
  39. Розкрийте основний зміст рішень по товароруху
  40. Розкрийте особливості управління неформальними групами.
  41. Розкрийте сутність стилів управління за Лайкертом.
  42. Розкрийте суть та функції пропаганди (паблік релейшнз).
  43. Розкрийте суть та функції реклами.
  44. Розкрити основні підходи до розробки бюджету маркетингу.
  45. Розробка комплексу маркетингу.
  46. Роль менеджера за Мінцбергом.
  47. Сегмент, сегментування ринку.
  48. Стратегії вирішення конфлікту.
  49. Стратегічні альтернативи та їх характеристика.
  50. Сутність комунікацій та їх види.
  51. Сутність та класифікація управлінських рішень.
  52. Сутність та функції стратегічного планування.
  53. Сутність авторитарного, демократичного та ліберального стилів керівництва.
  54. Сформулюйте цілі та завдання маркетингової служби підприємства.
  55. У чому полягає відмінність між менеджером та підприємцем?
  56. Управління формальними групами.
  57. Фактори, що впливають н прийняття управлінських рішень.
  58. Що представляє собою стратегічне планування?
  59. Що таке “конфлікт”, “інцидент”, основні причини виникнення конфліктних ситуацій.



60. Що таке потреба, попит, товар, ринок?
61. Що являє собою “управлінська решітка Блейка-Мутон”?
62. Які рішення треба прийняти щодо упаковки товару та його маркування?

## ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНИХ ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЗАКОНОДАВЧО-НОРМАТИВНИХ АКТІВ

### Базова література

1. Біловодська О. А. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник. Київ : Знання, 2018. 332 с.
2. Виноградський М. Д. Менеджмент в організації : навчальний посібник. Київ : Кондор. 2019. 598 с.
3. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підручник. Київ : Лібра, 2002. 712 с. URL : <https://westudents.com.ua/knigi/270-marketing-garkavenko-ss.html> (дата звернення 06.04.2022).
4. Катаєв А. В. Маркетинг : навчальний посібник. Харків : Видавничий центр «Діалог», 2016. 425 с.
5. Лазебник М. Об'єм рекламно-комунікаційного ринку України 2019 і прогноз об'ємів ринку 2020. *Маркетинг в Україні*. 2019. № 6. С. 12-18.
6. Маркетинг : конспект лекцій для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальностей 073 «Менеджмент», 281 «Публічне управління та адміністрування», 051 «Економіка» денної та заочної форм навчання / уклад. В. М. Стамат. Миколаїв : МНАУ, 2020. 164 с.
7. Маркетинг : навчальний посібник / за ред. А.О.Старостіної. Київ : НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.
8. Пустонін В. Ідентичність бренду: що це та як її створити? *Маркетинг і реклама*. 2018. №1 С. 40-46.
9. Скібіцька Л. І. Менеджмент : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 376 с.
10. Behavioral approach to monitoring the financial security of state / N. Sirenko and ect. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 2019. Vol. 41. № 1. pp. 107-117.
11. Development of doctrinal model for state's financial security management and forecasting its level / A. Poltorak and ect. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2021. №5/13 (113). Pp.26-33. DOI: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.243056>.
12. Forecasting of Cereal Crop Harvest on the Basis of an Extrapolation Canonical Model of a Vector Random Sequence / I.

Atamanyuk and ect. *CEUR Workshop Proceedings*. 2019. Vol. II. pp. 302-315.

13. Improving the efficiency of corporate management of agricultural enterprises / S. Yekimov and ect. *1st International Scientific and Practical Conference “Innovative Technologies in Environmental Engineering and Agroecosystems” (ITEEA 2021)*. 2021. Vol. 262. DOI: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202126203001>.

14. Korol I., Poltorak A. Financial risk management as a strategic direction for improving the level of economic security of Ukraine. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. Vol. 4(2018). No. 1. pp. 235-241. DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-1-235-241>.

15. Poltorak A. Assessment of Ukrainian food security state within the system of its economic security. *Actual problems of economics*. 2015. № 11(173). pp. 120–126.

16. Poltorak A. Harmonization of Ukraine's legislation covering the assessment of food security with international standards. *Economic Annals-XXI*. 2015. № 7–8(2). pp. 15–18.

17. Sirenko N., Baryshevskaya I., Poltorak A., Shyshpanova N. State and tendencies of intergovernmental regulation in Ukraine in conditions of fiscal decentralization. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2018. Vol. 2. no. 25 (2018). pp.157-164. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v2i25.136489>.

18. The role and importance of financial results in the effective management of an agricultural enterprise / S. Yekimov and ect. *International Scientific and Practical Conference “Development of the Agro-Industrial Complex in the Context of Robotization and Digitalization of Production in Russia and Abroad” (DAIC 2020)*. 2020. Vol. 222. DOI: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202022206001>.

19. The role of the state in increasing labor productivity in agricultural enterprises of Ukraine / S. Yekimov and ect. *International Scientific and Practical Conference “Fundamental and Applied Research in Biology and Agriculture: Current Issues, Achievements and Innovations” (FARBA 2021)*. 2021. Vol. 254. DOI: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125410002>.

### Допоміжна література

1. Актуальні тренди digital-маркетингу. *Маркетинг і реклама*. 2018. №6. С. 50-52.

2. Бур'янов В. Тривіальні маркетингові маніпуляції, шляхи їх усунення та чому обізнаність споживача необхідна маркетологам. *Маркетинг в Україні*. 2021. № 2. С. 16-32.
3. Голованова М., Каменєва З. Лояльність клієнтів і метрики її вимірювання. *Маркетинг в Україні*. 2019. №1. С. 43-46.
4. Дерев'яно О. Репутація: реальність та спекуляції. *Маркетинг і реклама*. 2018. №4. С. 24-26.
5. Зозульов О.В. Життєвий цикл товару після його купівлі. *Маркетинг і реклама*. 2018. № 7-8. С. 52-56.
6. Зозульов О.В., Домашева О.А. Алгоритмізація процесу розробки стратегії виведення на ринок нового для підприємства товару. *Маркетинг і реклама*. 2017. №5-6. С. 42-48.
7. Ільченко К. Нейромаркетинг не хайп, а корисний інструмент для грамотного маркетолога. *Маркетинг в Україні*. 2021. №1. С. 60-64.
8. Ковальчук С., Лазебник М. Ринок маркетингових комунікацій України: огляд та тенденції розвитку. *Маркетинг в Україні*. 2016. №3. С. 18-34.
9. Колядюк Р.І., Сосновський Д.О. Інвестиційний проєкт у loft-технології стратегічного маркетингу як інструмент входження в зарубіжні ринки. *Маркетинг і реклама*. 2018. №4. С. 50-55.
10. Лилик І. В. Ринок маркетингових досліджень в Україні 2017: експертна оцінка та аналіз УАМ. *Маркетинг в Україні*. 2018. № 1. С. 4-29.
11. Лилик І.В. Ринок маркетингових досліджень в Україні 2020: експертна оцінка та аналіз УАМ. *Маркетинг в Україні*. 2021. №1. С. 4-25.
12. Менеджмент: теорія і практика : навчальний посібник / А. А. Мазаракі та ін. Київ : Атіка, 2017. 564 с.
13. Михайлов С. І. Менеджмент : підручник. Вінниця : НОВА КНИГА, 2016. 416 с.
14. Погребняк А.Ю., Лінник І.М. Інноваційні методи вдосконалення кадрової політики на підприємстві. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2017. Вип. 20. С. 108-114. URL: <http://sb-keip.kpi.ua/article/view/118220/118752>
15. Параска М. Що в імені тобі моєму, або в чому сила бренду. *Маркетинг в Україні*. 2021. № 2. С. 36-38.

16. Параска М., Худолей Л. Про роботу маркетингових відділів компаній в умовах нової реальності. *Маркетинг в Україні*. 2021. №2. С. 13-15.
17. Перезозова І., Малинка О. Нейромаркетинг: як краще зрозуміти покупця. *Маркетинг в Україні*. 2019. №2. С. 40-44.
18. Петрова О. Зміни підходів в управлінні маркетинговими активностями. *Маркетинг в Україні*. 2021. №1. С. 50-59.
19. Пустонін В. Як стати гарним бренд-менеджером? *Маркетинг і реклама*. 2014. №1 С. 28-29.
20. Ромат Є.В. Неформальні вербальні маркетингові комунікації (початок). *Маркетинг і реклама*. 2017. № 5-6. С. 30-40.
21. Ромат Є.В. Неформальні вербальні маркетингові комунікації (продовження). *Маркетинг і реклама*. 2017. № 7-8. С. 49-55.
22. Сєвонькаєва О. Сучасні технології маркетингових комунікацій. *Маркетинг в Україні*. 2019. №2. С. 45-50.
23. Старостіна А. Український маркетинг: становлення та перспективи розвитку. *Маркетинг в Україні*. 2017. №4. С. 4-10.
24. Сучасні моделі поведінки покупця. *Маркетинг і реклама*. 2018. №6. С. 42-44.
25. Тарнавська Н. П., Пушкар Р. М. Менеджмент: теорія та практика. Тернопіль : Карт-бланш, 2016. 490 с.
26. Хомяков В. І. Менеджмент підприємства. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ : Кондор, 2016. 434 с.
27. Широченська І. П. Основні поняття та методи вимірювання лояльності. *Маркетинг і реклама*. 2017. №7-8. С. 32-39.

### Інформаційні ресурси

1. Маркетинг в Україні : сайт. URL : <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php> (дата звернення 30.03.2022).
2. Маркетинг і реклама : сайт. URL : <https://smartpress.com.ua/tovar-2020-marketing-i-reklama> (дата звернення 30.03.2022).
3. Українська асоціація маркетингу : сайт. URL : <http://www.uam.in.ua/ukr/about/> (дата звернення 30.03.2022).

## Законодавчо-нормативні акти

1. Про захист економічної конкуренції : закон України від 11.01.2001 №2210-III із змінами та доповненнями від 14.01.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text> (дата останнього доступу : 07.03.2022).

2. Про захист прав споживачів : закон України від 12.05.1991 №1023-XII із змінами та доповненнями від 17.06.2020. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text> (дата останнього доступу : 07.03.2022).

3. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг : закон України від 15.12.1993 №3689-XII із змінами та доповненнями від 07.06.2021. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12#Text> (дата останнього доступу : 07.03.2022).

4. Про рекламу : закон України від 03.07.1996 №270-96/ВР із змінами та доповненнями від 07.06.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата останнього доступу : 07.03.2022).

5. Про ціни і ціноутворення : закон України від 21.06.2012 №5007-VI із змінами та доповненнями від 30.03.2020. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text> (дата останнього доступу : 07.03.2022).

Навчальне видання

# **Менеджмент і маркетинг харчових продуктів**

Методичні рекомендації

Укладач: **Сухорукова Анна Леонідівна**

Формат 60x84 1/16 Ум. друк. арк. 2,0.  
Тираж 25 прим. Зам. б/н

Надруковано у видавничому відділі  
Миколаївського національного аграрного університету.  
54020 м. Миколаїв, вул. Георгія Гонгадзе, 9

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 490 від 20.02.2013 р.