

Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого
Кафедра економічної теорії

С И Л А Б У С

навчальної дисципліни

**«МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ
КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ»**

(за вибором студента)

Рівень вищої освіти – другий (магістерський) рівень

Ступінь вищої освіти – магістр

Галузь знань – 05 «Соціальні та поведінкові науки»

Спеціальність – 051 «Економіка»

Спеціалізація – «Бізнес-консалтинг»

Харків – 2019

Силабус навчальної дисципліни «Менеджмент та маркетинг консалтингових послуг» для студентів другого (магістерського) освітньо-кваліфікаційного рівня галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» спеціальності 051 «Економіка» спеціалізації «Бізнес-консалтинг» фінансово-правового факультету. Харків: Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого, 2019. 23 с.


Розробник

Набатова Ольга Олександрівна – доцент кафедри економічної теорії,
кандидат економічних наук, доцент

Затверджено на засіданні кафедри економічної теорії

(протокол № 8 від 18 квітня 2019 р.)

Дата оновлення – 12 вересня 2019 р.

Завідувачка кафедри  Л. С. Шевченко

Зміст

1. Вступ.....	4
2. Анотація програми та основні модулі навчальної дисципліни.....	8
3. Вимоги викладача.....	9
4. Контрольні заходи результатів навчання.....	10
5. Самостійна робота, показники академічної активності та додаткових освітніх досягнень студентів.....	11
6. Інформаційне забезпечення самостійної роботи студентів.....	13

1. Вступ

1.1. Дані про викладача, який викладає навчальну дисципліну:

Набатова Ольга Олександрівна – к.е.н., доцент, 704-92-58,
nabatova.olya@gmail.com

1.2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни «Менеджмент та маркетинг консалтингових послуг» є засвоєння студентами концептуальних основ менеджменту, формування теоретичних знань і практичних навичок з управління консалтинговою фірмою, а також щодо особливостей, сучасних інструментів та технологій маркетингу консалтингових послуг.

Основні завдання:

- засвоєння основ сучасної концепції менеджменту та розуміння особливостей її використання у консалтинговій діяльності;
- оволодіння методами аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища консалтингової фірми;
- формування системи теоретичних знань щодо планування діяльності консалтингової фірми, проектування структури її організації та управління, мотивації працівників консалтингової фірми та контролю консультативної діяльності як основних функцій менеджменту у сфері консалтингу;
- оволодіння науковими підходами та практичними методами забезпечення управління та розвитку консалтингової фірми;
- формування теоретичних знань і прикладних навичок щодо розроблення стратегії маркетингу консалтингових послуг;
- формування уявлення про елементи та особливості маркетинг-міксу консалтингової фірми, умінь щодо розроблення продуктової, цінової та дистрибуційної політики консалтингової фірми та стратегії просування консалтингових послуг;
- набуття комунікативних навичок продаж консалтингових послуг.

1.3. Місце навчальної дисципліни у структурі освітньо-професійної програми

Навчальна дисципліна належить до циклу дисциплін за вибором студента.

Пререквізити: Для вивчення навчальної дисципліни студент повинен мати знання із «Сучасних економічних теорій», «Економічної теорії сфери послуг», «Економіки та організації консалтингової діяльності», «Стратегічного бізнес-консалтингу», «Маркетингового бізнес-консалтингу».

Постреквізити: Основні положення навчальної дисципліни мають застосовуватися при вивченні «Консалтингової фірми», «Міжнародного консалтингу», «Кадрового бізнес-консалтингу», «Консалтингу корпоративних бізнес-організацій», «Економічної діагностики та аналітики у бізнес-консультуванні», «Консалтингу зв'язків із громадськістю (PR-бізнес-консалтингу)».

1.4. Опис навчальної дисципліни:

- кількість кредитів ЕКТС – 5,0;
- загальна кількість годин – 150;
- термін викладання – 1 семестр.

1.5. Перелік предметних компетентностей здобувача вищої освіти

Предметні компетентності здобувача вищої освіти, сформовані в результаті освоєння навчальної дисципліни:

ПК – 1.	Знання сучасних концепцій, принципів і методів менеджменту.
ПК – 2.	Знання особливостей сучасного сервісного менеджменту та ролі менеджменту у забезпеченні ефективності й інноваційності консалтингової діяльності.
ПК – 3.	Знання закономірностей розвитку консалтингової фірми як організації та об'єкта менеджменту.
ПК – 4.	Знання сутності та структури середовища консалтингової фірми, його основних факторів.
ПК – 5.	Уміння використовувати сучасні інструменти аналізу середовища консалтингової фірми.
ПК – 6.	Уміння здійснювати планування діяльності консалтингової

	фірми.
ПК – 7.	Знання базових стратегій розвитку консалтингової фірми.
ПК – 8.	Знання сучасних типів організаційних структур та структур управління.
ПК – 9.	Знання інноваційних методів мотивації працівників та особливостей їх використання у сфері консалтингу.
ПК – 10.	Уміння контролювати і вимірювати результати роботи персоналу консалтингової фірми.
ПК – 11.	Знання новітніх моделей та технологій менеджменту, закономірностей їх використання у консалтинговій фірмі.
ПК – 12.	Знання сутності, основних елементів та етапів комунікаційного процесу в сфері консалтингу.
ПК – 13.	Знання змісту, цілей та принципів маркетингової діяльності консалтингової фірми.
ПК – 14.	Знання механізму функціонування ринку консалтингових послуг та його сучасних сегментів.
ПК – 15.	Навички вибору цільового сегменту та формування конкурентного профілю консалтингової фірми.
ПК – 16.	Знання загальних і специфічних характеристик продукту консалтингової діяльності.
ПК – 17.	Уміння розраховувати ціну консалтингової послуги.
ПК – 18.	Знання сучасних методів просування консалтингових послуг, способів оцінки їх ефективності.
ПК – 19.	Знання основних принципів клієнтського маркетингу, способів утримання, розвитку та повернення клієнтів консалтингової фірми.
ПК – 20.	Знання сучасних технологій розроблення пропозицій для клієнта, проведення першої зустрічі з клієнтом.
ПК – 21.	Знання етичних аспектів консультування та соціальної відповідальності консультанта.

1.6. Перелік результатів навчання здобувача вищої освіти.

У результаті засвоєння навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен демонструвати такі результати навчання:

РНС НД – 1.1.	Застосовувати інноваційні концепції менеджменту в управлінні консалтинговою діяльністю.
РНС НД – 1.2.	Розкрити зміст та завдання сервісного менеджменту, його роль у забезпеченні ефективності консалтингової діяльності.
РНС НД – 1.3.	Проводити аналіз макросередовища консалтингової фірми за допомогою моделі PESTLE.
РНС НД – 1.4.	Використовувати модель «п'яти рушійних сил» М.

	Портера для аналізу мікросередовища консалтингової фірми.
PHC НД – 1.5.	Використовувати результати SWOT-аналізу консалтингової фірми для розроблення її стратегії.
PHC НД – 1.6.	Формулювати місію та цілі організації у консалтинговій сфері.
PHC НД – 1.7.	Аргументувати вибір стратегії розвитку консалтингової фірми.
PHC НД – 1.8.	Розробляти рекомендації щодо методів матеріальної та нематеріальної мотивації працівників консалтингової фірми.
PHC НД – 1.9.	Розробляти систему контрольних заходів та вимірювання результатів роботи персоналу консалтингової фірми.
PHC НД – 1.10.	Обирати оптимальні моделі керівництва консалтинговою фірмою та підлеглими.
PHC НД – 1.11.	Застосовувати принципи прийняття управлінських рішень у консультаційній діяльності.
PHC НД – 1.12.	Оцінювати ефективність комунікаційного процесу в сфері консалтингу.
PHC НД – 2.1.	Застосовувати сучасні концепції маркетингу в процесі консалтингової діяльності.
PHC НД – 2.2.	Розробляти рекомендації щодо напрямів спеціалізації консалтингової фірми на основі аналізу, оцінки привабливості та сегментування ринку консалтингових послуг.
PHC НД – 2.3.	Розробляти стратегію позиціонування консалтингової фірми.
PHC НД – 2.4.	Розробляти продуктову політику консалтингової фірми з урахуванням необхідності надання консультаційним послугам ознак вимірюваності.
PHC НД – 2.5.	Обґрунтовувати вибір цінової стратегії консалтингової фірми.
PHC НД – 2.6.	Визначати оптимальну структуру каналів дистрибуції консалтингових послуг.
PHC НД – 2.7.	Розробляти рекомендації щодо вибору методів просування консалтингового продукту.
PHC НД – 2.8.	Оцінювати ефективність каналів просування консультаційних послуг.
PHC НД – 2.9.	Характеризувати складові бренду консультанта.
PHC НД – 2.10.	Застосовувати сучасні комунікативні технології у процесі продажу консалтингових послуг.
PHC НД – 2.11.	Продемонструвати розуміння етичних аспектів та соціальної відповідальності консультанта.

2. Анотація програми та основні модулі навчальної дисципліни

2.1. Анотація програми

Модуль 1. Менеджмент консалтингових послуг

Розкривається зміст менеджменту як виду професійної діяльності, процесу управління та науки. Аналізуються особливості сервісного менеджменту та роль менеджменту в забезпеченні ефективності консалтингової діяльності. Характеризується консалтингова фірма як підприємницька інтелектуальна організація, визначаються економіко-організаційні особливості її діяльності. Розглядається зовнішнє та внутрішнє середовище консалтингової фірми, вивчаються сучасні методики їх аналізу. Розкривається зміст основних функцій менеджменту в сфері консалтингу: планування діяльності консалтингової фірми (формулювання місії та цілей, вибір і реалізація стратегії розвитку, делегування повноважень і відповідальності), проектування її організації (структури організації та структури управління), мотивація консультантів, контроль консультаційної діяльності. Розкривається сутність процесів комунікації та прийняття управлінських рішень у сфері консалтингу.

Модуль 2. Маркетинг консалтингових послуг

Визначаються основні завдання та принципи маркетингу консалтингових послуг, зміст маркетингової діяльності консалтингової фірми. Аналізуються попит і пропозиція консалтингових послуг. Обґрунтовується вибір цільового ринку консалтингової фірми та стратегії її позиціонування. Розглядаються елементи комплексу маркетингу консалтингових послуг. Визначаються особливості продукту консультаційної діяльності та цілі продуктової політики консалтингової фірми. Аналізується ціноутворення в консалтингу. Характеризуються канали і методи дистрибуції консалтингових послуг. Розкривається зміст комплексу маркетингових комунікацій, оцінюється ефективність методів просування консалтингового продукту. Аналізуються складові бренду консультанта. Спеціальна увага приділяється комунікативним аспектам продаж консультаційних послуг,

методам роботи з наявними та потенційними клієнтами, етичним аспектам консультивання.

2.2. Основні модулі навчальної дисципліни

№	Модуль/назва	Кількість кредитів ЄКТС	Усього годин	Аудиторні заняття (контактні)				Самостійна робота студентів
				Лекції	Практичні заняття	Семінарські заняття	Інші види занять	
1	Модуль 1. Менеджмент консалтингових послуг	2	70	8	14	—	Колоквіум (на ПЗ)	48
2	Модуль 2. Маркетинг консалтингових послуг	3	80	8	16	—	Колоквіум (на ПЗ)	56
Разом		5,0	150	16	30	—	0	104

3. Вимоги викладача

При вивченні «Менеджменту та маркетингу консалтингових послуг» викладач висуває до студентів такі вимоги:

– творче оволодіння новими знаннями та навичками на основі цілеспрямованого та глибокого вивчення теорії та практики менеджменту і маркетингу консалтингових послуг, сучасних наукових і прикладних джерел, професійного досвіду бізнес-консультантів з управління консалтинговими послугами та їх просування;

– системне вивчення навчальної дисципліни шляхом активної роботи на лекціях і практичних заняттях, якісного виконання завдань, ефективної самостійної роботи та участі у навчальних і наукових заходах кафедри та факультету;

– активне навчання, що передбачає здійснення самостійного пошуку та вивчення сучасних навчально-методичних та інформаційних матеріалів із проблем менеджменту та маркетингу консалтингових послуг, ініціювання та творчу підготовку виступів на практичних заняттях, зацікавлену участь у обговореннях, дискусіях і конференціях, ефективну роботу в студентському

науковому гуртку кафедри.

Обов'язковою вимогою є дотримання норм «Кодексу академічної етики Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого».

4. Контрольні заходи результатів навчання

Контроль знань у рамках навчальної дисципліни «Менеджмент та маркетинг консалтингових послуг» здійснюється з урахуванням бально-рейтингової системи

4.1. Розподіл балів між формами організації освітнього процесу і видами контрольних заходів:

Лекції – 0 балів.

Практичні заняття – 50 балів.

Колоквіуми – 40 балів.

Самостійна робота студентів – 10 балів.

Підсумкова оцінка знань: 100 балів.

Поточний контроль				Самостійна робота студентів	Підсумкова оцінка знань
Практичні заняття		Колоквіуми			
Модуль № 1	Модуль № 2	Колоквіум № 1	Колоквіум № 2		
max 25	max 25	max 20	max 20	max 10	max 100

Формою підсумкового контролю знань студентів із навчальної дисципліни є залік, що виставляється на основі результатів поточного контролю та виконання завдань самостійної роботи. Мінімальна кількість балів, за якої студент отримує залік, становить 60 балів.

4.2. Шкала підсумкової оцінки знань студентів

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни «Менеджмент та маркетинг консалтингових послуг» виставляється в залікову книжку відповідно до такої шкали:

Оцінка за шкалою ECTS	Визначення	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за 100-бальною шкалою, що використовується в НІОУ
A	Відмінно – відмінне виконання, лише з незначною кількістю помилок	Зараховано	90 – 100
B	Дуже добре – вище середнього рівня з кількома помилками		80 – 89
C	Добре – у цілому правильна робота з певною кількістю незначних помилок		75 – 79
D	Задовільно – непогано, але зі значною кількістю недоліків		70 – 74
E	Достатньо – виконання задовольняє мінімальні критерії		60 – 69
FX	Незадовільно – потрібно попрацювати перед тим, як перескладати	Не зараховано	35 – 59
F	Незадовільно – необхідна серйозна подальша робота, обов'язковий повторний курс		0 – 34

4.3. Методи педагогічного контролю:

Традиційні методи:

– методи усного контролю: усне опитування, диспут, аналіз ситуаційних завдань, підготовка усних доповідей, колоквиум, залік;

– методи письмового контролю: розв'язання тестових завдань, економічних задач, підготовка есе, доповідей, рефератів.

Інноваційні методи: ділові ігри, кейси, мозковий штурм.

Методи самоконтролю: самооцінка студента за питаннями для самоконтролю.

5. Самостійна робота, показники академічної активності та додаткових освітніх досягнень студентів

Самостійна робота студентів – це одна з форм організації освітнього процесу, що охоплює різноманітні види індивідуальної і колективної навчальної діяльності, яка здійснюється під час аудиторних або позааудиторних занять під загальним чи безпосереднім керівництвом

викладача.

Самостійна робота має сприяти:

1) формуванню системи наукових знань щодо особливостей використання сучасних концепцій менеджменту та маркетингу в сфері консалтингу, реалізації основних функцій менеджменту в діяльності консалтингової фірми, прийняття стратегічних та оперативних маркетингових рішень у консалтингу;

2) розвитку навичок і здібностей, необхідних для забезпечення управління та розвитку консалтингової фірми, розроблення ефективного комплексу та стратегій маркетингу консалтингових послуг;

3) усвідомленій творчості в сфері теорії та практики менеджменту і маркетингу, реалізації дослідницьких здібностей;

4) реалізації дослідницьких здібностей;

5) вихованню у студентів цілеспрямованості, дисциплінованості, та відповідальності.

Важливою складовою самостійної роботи студентів є елементи науково-дослідної діяльності. Остання передбачає орієнтацію студентів не лише на засвоєння готового знання, а й на пізнання та самостійне вивчення сучасних моделей і технологій менеджменту, закономірностей їх використання у консалтинговій фірмі, особливостей її продуктової, цінової, збутової політики, ефективної системи маркетингових комунікацій.

Самостійна робота з навчальної дисципліни передбачає: вивчення літературних джерел; виконання домашніх завдань; поглиблене вивчення питань, що розглядалися на лекції; підготовку доповідей із проблемних питань практичного заняття; підготовку до активних форм навчання на практичних заняттях; аналіз та розроблення кейсів; підготовку тез доповідей та участь у конференціях; написання та публікацію наукових статей; підготовку до колоквиумів і заліку.

Показники академічної активності та додаткових освітніх досягнень студентів: виступи на практичних заняттях; відпрацювання тем пропущених

практичних занять; розроблення тематичних презентацій; участь у роботі наукового гуртка кафедри; інші здобутки в сфері теорії та практики менеджменту та маркетингу консалтингових послуг, що підтвержені документально (грамоти, дипломи тощо).

6. Інформаційне забезпечення самостійної роботи студентів

Основна література

Підручники

Викладачів кафедри економічної теорії НЮУ імені Ярослава Мудрого:

Основи економічної теорії: підручник / за заг. ред. Л. С. Шевченко. Харків: Право, 2010. 448 с.

Інших авторів:

Безкровний М. Ф., Кропивко М. Ф., Палеха Ю. І., Іщенко Т. Д. Організація інформаційно-консультаційної діяльності: підручник. Київ: Видавництво Ліра-К, 2015. 408 с.

Безкровний М. Ф., Кропивко М. Ф., Палеха Ю. І., Іщенко Т. Д. Управлінський консалтинг: підручник. Київ: Видавництво Ліра-К, 2015. 336 с.

Куценко В. І., Трілленберг Г. І. Менеджмент сфери послуг. Київ: [б.в.], 2007. 459 с.

Попова Н. В. Маркетинг: підруч. Харків: В справі, 2016. 298 с.

Навчальні посібники

Викладачів кафедри економічної теорії НЮУ імені Ярослава Мудрого:

Вступ до маркетингу: конспект лекцій / за ред. Л. С. Шевченко. Харків: Нац. юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого, 2008. 71 с.

Економіка інтелектуальної власності: науково-методичні матеріали для підготовки докторантів, аспірантів і магістрів за напрямом «Інтелектуальна власність» / за ред. Л. С. Шевченко. Харків: Право, 2015. 120 с. URL:

http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/12373/1/Shevchenko_2015.pdf

(дата звернення: 05.09.2019).

Економіка підприємства: навч. посіб. / за заг. ред. Л. С. Шевченко. Харків: Нац. ун-т «Юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого», 2011. 208 с. URL: http://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/POSIBNIKI_2011/0019.pdf (дата звернення: 05.09.2019).

Економічна теорія: навч. посіб. / за заг. ред. Л. С. Шевченко. Харків: Право, 2016. 268 с.

Марченко О. С. Бізнес-консалтинг: навч. посіб. Харків: Право, 2019. 204 с.

Менеджмент юридичної фірми: конспект лекцій: електронне видання: галузь знань 0304 «Право», освітньо-кваліфікаційний рівень «Магістр», спеціальність 8.03040101 «Правознавство» для студентів денних факультетів / укл. Шевченко Л. С. та ін. Харків: Нац. ун-т «Юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого», 2013. 136 с. URL: http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/1718/1/Pr_39.pdf (дата звернення: 05.09.2019).

Шевченко Л. С. Введение в маркетинг. Учебно-практ. пособие. Харьков: Консум, 2000. 672 с.

Шевченко Л. С. Стратегічний бізнес-консалтинг: навч. посіб. Харків: Право, 2019. 302 с.

Інших авторів:

Гонтарева І. В. Управління консалтинговою діяльністю: конспект лекцій. Харків: Вид. ХНЕУ, 2010. 136 с.

Іванова Л. О., Семак Б. Б., Вовчанська О. М. Маркетинг послуг: навч. посіб. Львів: Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту, 2018. 507 с.

Калініченко Л. Л., Кильницька Є. В. Маркетинг: навч. посіб. Харків: Панов А. М., 2017. 168 с.

Кордзая Н. Р. Основи інтернет-маркетингу: навч. посіб. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2018. 163 с.

Коростильов В. Управлінське консультування. Київ: МАУП, 2003. 104 с.

- Кузик О. В. Маркетинг послуг: технології та стратегії: навч. посіб. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. - 337 с.
- Лялюк А. М. Маркетинг: навч. посіб. Луцьк: Вежа-Друк, 2018. 299 с.
- Маркетинг: навч. посіб. / за заг. ред. Г. О. Дорошенко. Харків: Тім Пабліш Груп, 2016. 411 с.
- Маркетингова товарна політика: навч. посіб. для студентів ВНЗ / Захарченко П. В. та ін. Київ: КНУБА, 2016. 143 с.
- Маркетингові комунікації: навч. посіб. / П. В. Захарченко та ін. Київ: КНУБА, 2016. 151 с.
- Маслій Н. Д. Маркетинг: навч.-метод. посіб. для студентів екон. спец. ВНЗ. Одеса: Астропринт, 2017. 180 с.
- Мишурова И. В., Лысенко Н. А. Менеджмент профессиональных услуг: стратегия и тактика: учебно-практ. пособие для руководителей и специалистов консалтинговых фирм, студ. и преподавателей вузов. Москва: ИКЦ "МарТ", 2004. 176 с.
- Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 383 с.
- Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Маркетинг: навч. посіб. Дніпропетровськ: Ун-т митної справи та фінансів, 2016. 361 с.
- Попова Н. В. Основи реклами навч. посіб. Харків: В справі, 2016. 144 с.
- Хміль Ф. І. Основи управлінського консультування: навч. посіб. Київ: Академвидав, 2008. 240 с.
- Чернов Ю. В., Фомишин С. В., Тищенко А. И. Управленческое консультирование: учебн. пособ. Херсон: ОЛДИ-плюс, 2003. 272 с.
- Чубукова О. Ю. Інформаційний маркетинг: навч. посіб. Київ: КНУТД, 2017. 111 с.

Додаткова література

Монографії

- Викладачів кафедри економічної теорії НЮУ імені Ярослава Мудрого:*
Марченко О. С. Консалтингові ресурси національних інноваційних

систем. Економіко-теоретичний аналіз: монографія. Харків: Право, 2008. 280 с.

Марченко О. С. Ринок послуг юридичного консалтингу в умовах інноваційного розвитку національної економіки: монографія. Харків: Кортес-2001. 2007. 132 с.

Марченко О. С. Сучасні підходи до управління юридичним консалтингом в умовах нової економіки масової співпраці. *Przemiany w nowoczesnym społeczeństwie: aspekty ekonomiczne*. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2017. Pp. 184-190.

Марченко О. С. , Ярмак О. В. Юридичний консалтинг: сутність та роль у правовій економіці: монографія. Харків. 2016. 243 с.

Шевченко Л. С. Стратегічний інноваційний консалтинг: сучасні тенденції і технології. *Modern Technologies in Economy and Management*. Collective Scientific Monograph. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2019. С. 448-459. URL: http://pedagogika.wszia.opole.pl/ebook/2019_1.pdf (дата звернення: 05.09.2019).

Шевченко Л. С. Стратегічний консалтинг в економічній сфері. *Modern management: economy and administration*. Monograph. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2018. Pp. 102-108.

Інших авторів:

Беквіт Г. Продаючи невидиме. Керівництво з сучасного маркетингу послуг; пер. з англ. С. Івахненкова. Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2018. 191 с.

Бергер Йона. Заразливий. Психологія вірусного маркетингу. Чому товари та ідеї стають популярними; пер. з англ. О. Замойська. Київ: Наш формат, 2017. 196 с.

Воронюк А., Полищук А. Актуальный интернет-маркетинг. Как привлечь клиентов и увеличивать продажи через Интернет. Киев: ІРІО, 2018. 160 с.

Економічні, соціальні та психологічні аспекти сучасних маркетингових

технологій: монографія. Тернопіль: ФОП Шпак В. Б., 2019. 231 с.

Зильберман М. Консалтинг: методы и технологии: пер. с англ. Санкт-Петербург: Питер, 2007. 426 с.

Ковшова І. О. Маркетинговий менеджмент: теорія, методологія, практика: монографія. Київ: Вишемирський В. С., 2018. 515 с.

Консалтинг менеджмента, или Как улучшить свой бизнес / пер. с англ. Москва: ФАИР-ПРЕСС, 2005. 392 с.

Котлер Ф. Десять смертных грехів маркетингу. Пер. з англ. Н. Палій. Харків: Кн. Клуб "Клуб Сімейного Дозвілля", 2018. 159 с.

Коуп М. 7 основ консалтинга / пер. с англ. Санкт-Петербург: Питер, 2007. 338 с.

Кросман Ф. Як заробити на консалтингу / пер. с англ. Санкт-Петербург: Пітер, 2009. 375 с.

Липпит Г. Консалтинговый процесс в действии / пер. с англ. Санкт-Петербург: Питер, 2007. 208 с.

Майстер Д. Управление фирмой, оказывающей профессиональные услуги / пер. с англ. Москва: Манн, Фербер, Иванов, 2003. 440 с.

Манн І. Маркетинг на 100%: ремікс. Як стати успішним менеджером із маркетингу. Харків: Клуб Сімейного Дозвілля, 2018. 239 с.

Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст: монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Н. В. Карпенко. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 251 с.

Управленческое консультирование. Индустрия знаний, символический капитал или новая мода / пер. с англ. Харьков: Изд-во «Гуманитарный центр», 2008. 416 с.

Чайка І. П. Маркетинг консалтингових послуг на підприємствах: монографія. Полтава: РВВ ПУЕТ, 2011. 150 с.

Чукурна О. П. Концепція маркетингового ціноутворення в глобальній економіці: монографія. Одеса: Астропринт, 2016. 334 с.

Шиффман С. Руководство консультанта. Как начать и развивать свое

дело / пер. с англ. Москва: НИРРО, 2004. 188 с.

Статті

Викладачів кафедри економічної теорії НЮУ імені Ярослава Мудрого:

Губін К. Г. Розвиток бізнес-консалтингу в Україні: проблема корупційної ренти та її розв'язання. *Економічна теорія та право*. 2018. № 4 (35). С. 124-135.

Левковець О. М. Інноваційний консалтинг як технологія управління розвитком бізнес-організації. *Економічна теорія та право*. 2018. № 4 (35). С. 81-98.

Марченко О. С. Консалтинговий сектор економіки України: структура і тенденції розвитку. *Вісник Університету банківської справи Національного банку України*. 2009. № 4. С. 144–148.

Марченко О.С. Внутренний консультационный рынок фирмы: сущность, структура. *Бизнес Информ*. 2011. № 1. С. 102-106. URL: http://business-inform.net/export_pdf/business-inform-2011-1_0-pages-120_124.pdf (дата звернення: 05.09.2019).

Марченко О. С. Макро- та мікроекономічні критерії ефективності юридичного консалтингу. *Економічна теорія та право*. 2018. № 3 (34). С. 92-105.

Марченко О. С. Соціально-економічна ефективність юридичного консалтингу у контексті інвестиційного підходу. *Економічна теорія та право*. 2018. № 2 (33). С. 91-107.

Марченко О. С. Юридичний консалтинг у системі правової економіки *Економічна теорія та право*. 2016. № 4 (27). С. 67-76. URL: <http://econtlaw.nlu.edu.ua/юрдичний-консалтинг-у-системі-право/> (дата звернення: 05.09.2019).

Марченко О. С. Юридичні практики «рго вопо»: зміст та чинники розвитку в Україні. *Економічна теорія та право*. 2017. № 2 (29). С. 50-60.

Марченко О. С., Ярмак О. В. Мережі створення цінності та ціни консалтингових послуг: теоретичні засади та моделі. *Актуальні проблеми*

економіки. 2015. № 12. С. 17-24. URL: http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/12082/1/Marchenko_Yarmak_17-23.pdf (дата звернення: 05.09.2019).

Овсієнко О. В. Комплаєнс у бізнес-адмініструванні та його роль у створенні ефективних норм господарської поведінки. *Економічний простір*. 2018. № 134. С. 173–185. URL: http://irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu.gov.ua/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/ecpros_2018_134_16.pdf. (дата звернення: 05.09.2019).

Шевченко Л. С. Конкурентна діагностика юридичної фірми: світова практика та її запровадження в Україні. *Економічна теорія та право*. 2016. № 1 (24). С. 76-86. URL: <http://econtlaw.nlu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/05/1-76-86.pdf> (дата звернення: 05.09.2019).

Шевченко Л. С. Стратегічний консалтинг: теорія, практика, бізнес-індустрія. *Економічна теорія та право*. 2019. № 2 (37). С. 48-66.

Шевченко Л. С. Юридичний маркетинг: від теорії до практики. *Економічна теорія та право*. 2016. № 2. С. 67-79. URL: <http://econtlaw.nlu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/2-67-79.pdf> (дата звернення: 05.09.2019).

Інших авторів:

Афтандилянц В. Є. Методика оцінки ринку консалтингових послуг України. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2015. № 8. С. 106-110. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2015_8_28 (дата звернення: 05.09.2019).

Віннікова І. І., Марчук С. В. Особливості розвитку ринку консалтингових послуг в Україні. *Молодий вчений*. 2016. № 7 (34). С. 16-21. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/7/5.pdf> (дата звернення: 05.09.2019).

Гончарова М. Л. Управлінське консультування в Україні: основні проблеми, тенденції та напрями розвитку. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 2. С. 136–141.

Свтушенко Н. О. Затребуванність консалтингу як окремого елемента інноваційної інфраструктури національної інноваційної системи України на ринку послуг. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2017. № 3. С. 61-68. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecmebi_2017_3_10 (дата звернення: 05.09.2019).

Йовса М. М. Розробка сучасних заходів щодо вдосконалення системи менеджменту на вітчизняних консалтингових підприємствах. *Молодий вчений*. 2017. № 1. С. 594-597. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_1_144 (дата звернення: 05.09.2019).

Касян С. Я., Онікієнко А. О. Особливості консалтингової діяльності в системі маркетингу послуг. *Економічний простір*. 2018. № 132. С. 151-162. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2018_132_16 (дата звернення: 05.09.2019).

Ковальська К. В., Пастушенко Р. М. Тенденції розвитку ринку консалтингових послуг у контексті посткризового періоду в Україні. *Молодий вчений*. 2018. № 8(1). С. 194-200. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_8\(1\)_47](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_8(1)_47) (дата звернення: 05.09.2019).

Серських Н. С. Дослідження поведінки споживачів на ринку консалтингових послуг. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. 2019. Т. 24. Вип. 2. С. 60-64. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2019_24_2_14 (дата звернення: 05.09.2019).

Солодуха О. В. Менеджмент знань в консалтингових організаціях. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2014. Т. 1, вип. 1. С. 71-77. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rectpu_2014_1_1_10 (дата звернення: 05.09.2019).

Солодуха О. В. Специфіка оцінки ефективності послуг управлінського консалтингу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. № 2. С. 75-77. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2013_2_20 (дата звернення: 05.09.2019).

Тарануха О. М., Клименко І. С., Амеліна Н. К. Тенденції розвитку ринку консалтингових послуг в Україні. *Науковий журнал*. 2017. № 4. С. 129-

135. URL: <http://publications.ntu.edu.ua/eut/2017-04/129-135.pdf> (дата звернення: 05.09.2019).

Інтернет-ресурси:

Електронний архів-репозитарій Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого. URL: <http://dspace.nlu.edu.ua/> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний веб-портал органів виконавчої влади України. URL: <http://www.kmu.gov.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний портал Верховної Ради України. URL: <http://rada.gov.ua/> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт журналу «Маркетинг в Україні». URL: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт журналу «Маркетинг і цифрові технології». URL: <http://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/about> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт журналу «Новый маркетинг». URL: <http://marketing.web-standart.net/> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку. URL: <http://www.ssmc.gov.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт наукового журналу «Економіка України». URL: <http://www.economukraine.com.ua/index.php> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт збірника наукових праць «Економічна теорія та право». URL: <http://econtlaw.nlu.edu.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт науково-теоретичного журналу «Економічна теорія». URL: <http://etet.org.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт Інституту демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи Національної академії наук України. URL: <http://www.idss.org.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт Інституту економіки та прогнозування Національної академії наук України. URL: <http://ief.org.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт Інституту економічних досліджень та політичних консультацій. URL: <http://www.ier.com.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт Міжнародного валютного фонду. URL: <http://www.imf.org/external/> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <http://www.me.gov.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <http://www.minfin.gov.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт Національного Банку України. URL: <http://www.bank.gov.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт Національного інституту стратегічних досліджень. URL: <http://www.niss.gov.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт Світового банку. URL: <http://www.worldbank.org/uk/country/ukraine> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт Світової організації торгівлі. URL: <https://www.wto.org> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт «Мережа аналітичних центрів України». URL: <http://www.intellect.org.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Journal website «Journal of Economic Theory». URL: <https://www.journals.elsevier.com/journal-of-economic-theory> (дата звернення: 05.09.2019).

Сайт Асоціації інженерів-консультантів України. URL: <https://aecu.org.ua/> (дата звернення: 05.09.2019).

Сайт консалтингової онлайн платформи Consultancy UK. URL: <http://www.consultancy.uk/> (дата звернення: 05.09.2019).

Сайт FEACO (Європейська федерація асоціацій консультантів з економіки та управління). URL: <http://www.feaco.org> (дата звернення: 05.09.2019).

Сайт IMC USA (Інститут менеджмент-консультантів США). URL: <http://www.imcusa.org> (дата звернення: 05.09.2019).

Портал «iМаркетинг – все для інтернет-маркетолога». URL: <http://imarketing.com.ua/> (дата звернення: 05.09.2019).