

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ  
КАФЕДРА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ І МЕНЕДЖМЕНТУ  
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Декан \_\_\_\_\_ факультету

\_\_\_\_\_  
(підпис)

І.Г. Шавкун  
(ініціали та прізвище)

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2020

**БІЗНЕС-КОНСАЛТИНГ**

(назва навчальної дисципліни)

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

підготовки \_\_\_\_\_ магістра

(назва освітнього ступеня)

денної (очної) та заочної (дистанційної) форм здобуття освіти  
спеціальності \_\_\_\_\_ 073-Менеджмент

(шифр, назва спеціальності)

освітньо-професійна програма \_\_\_\_\_ Бізнес-адміністрування

(назва)

Укладач : А.С. Чкан, к.е.н., доцент

(ПІБ, науковий ступінь, вчене звання, посада)

Обговорено та ухвалено  
на засіданні кафедри бізнес-адміністрування  
і менеджменту ЗЕД

Протокол № \_\_\_\_\_ від “\_\_\_” \_\_\_\_\_ 201\_ р.  
Завідувач кафедри БАіМЗЕД

\_\_\_\_\_  
(підпис) Д.Т. Бікулов  
(ініціали, прізвище)

Ухвалено науково-методичною радою  
факультету менеджменту

Протокол № \_\_\_\_\_ від “\_\_\_” \_\_\_\_\_ 201\_ р.  
Голова науково-методичної ради \_  
факультету менеджменту

\_\_\_\_\_  
(підпис) О.В. Юдіна  
(ініціали, прізвище)

Погоджено  
з навчально-методичним відділом

\_\_\_\_\_  
(підпис) \_\_\_\_\_  
(ініціали, прізвище)

Погоджено з навчальною лабораторією  
інформаційного забезпечення освітнього  
процесу

\_\_\_\_\_  
(підпис) \_\_\_\_\_  
(ініціали, прізвище)

2020 рік

## 1. Опис навчальної дисципліни

1	2	3	
<b>Галузь знань</b> <b>07 Управління і адміністрування</b> (шифр і назва)	<b>Нормативні показники для планування і розподілу дисципліни на змістові модулі</b>	<b>Характеристика навчальної дисципліни</b>	
		очна (денна) форма здобуття освіти	заочна (дистанційна) форма здобуття освіти
<b>Спеціальність</b> <b>073 Менеджмент</b> (шифр і назва)	Кількість кредитів – 3	<b>Обов'язкова</b>	
		<b>Цикл дисциплін</b> професійної підготовки освітньої програми	
<b>Освітньо-професійна програма</b> <b>Бізнес-адміністрування</b> (назва)	Загальна кількість годин – 90	<b>Семестр:</b>	
		2-й	2-й
<b>Рівень вищої освіти:</b> <b>магістерський</b>	Змістових модулів – 4	<b>Лекції</b>	
		20 год.	4 год.
<b>Рівень вищої освіти:</b> <b>магістерський</b>	Кількість поточних контрольних заходів – 18	<b>Практичні</b>	
		10 год.	4 год.
		<b>Самостійна робота</b>	
		60 год.	82 год.
		<b>Вид підсумкового семестрового контролю:</b> залік	

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Метою** вивчення навчальної дисципліни «Бізнес-консалтинг» є надання студентам системних знань щодо об'єктивних закономірностей, умов, процесів і специфічних особливостей діяльності підприємств, розкриття можливостей консалтингу і розробки рекомендацій щодо ефективного використання його потенціалу в розвитку реального бізнесу, враховуючи рівень його конкурентності.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Бізнес-консалтинг» є:

- розкрити зміст консалтингу та його необхідність для планування і організації успішного бізнесу;
- розглянути умови успішного консалтингу, усвідомити технологію надання консалтингових послуг для підприємств;
- набути навичок підготовки і проведення консалтингової діяльності;
- засвоїти методичний інструментарій щодо обґрунтування управлінських рішень спрямованих на підвищення ефективності бізнесу.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути таких результатів навчання (знання, уміння тощо) та компетентностей:

Заплановані робочою програмою результати навчання та компетентності	Методи і контрольні заходи, що забезпечують досягнення результатів навчання та компетентностей
<b>Результати навчання</b>	
Знати: – базові завдання та принципи консалтингу	Практичне завдання: укладання контракту на роботу консультанта Практичне завдання: розрахунок вартості роботи консультанта
– особливості консультаційних послуг, підходи до їх класифікації	
– моделі консультування, переваги та недоліки кожної з них	

– методи дослідження внутрішнього середовища підприємства	Практичне завдання: самостійна творча робота – дослідження споживачів
– методи дослідження факторів зовнішнього середовища: споживачів, конкурентів, постачальників, посередників, контактних аудиторій	Практичне завдання: самостійна творча робота – дослідження конкурентів Практичне завдання: самостійна творча робота – дослідження постачальників та посередників
– підходи до розробки стратегій діяльності підприємств	Практичне завдання: самостійна творча робота – дослідження контактних аудиторій
<b>Компетентності</b>	
1. Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах	Методи та інструментарій консультанта
2. Ідентифікувати проблеми в організації та обґрунтовувати методи їх вирішення	
3. Проектувати ефективні системи управління організаціями	Практичне завдання: розробка програми формування корпоративної культури
4. Вміти делегувати повноваження та керівництво організацією, формувати стратегічні цілі функціонування організаційних систем, визначати місію та цілі діяльності бізнес-структур	
5. Обґрунтовувати та управляти проектами, генерувати підприємницькі ідеї	Практичне завдання: самостійна творча робота – дослідження споживачів
6. Застосовувати спеціалізоване програмне забезпечення та інформаційні системи для вирішення задач управління організацією	Практичне завдання: самостійна творча робота – дослідження конкурентів Практичне завдання: самостійна творча робота – дослідження постачальників та посередників
7. Контролювати виробничі процеси, застосовувати інструментарій оцінки економічного потенціалу, ресурсного забезпечення, ризиків, ефективності діяльності бізнес-структур	Практичне завдання: самостійна творча робота – дослідження контактних аудиторій
8. Розраховувати потребу в інноваціях та інвестиціях в діяльності підприємств, здійснювати заходи щодо впровадження економічно обґрунтованих інновацій, оптимального та обґрунтованого використання різних видів фінансових ресурсів	

### **Міждисциплінарні зв'язки.**

Вивчення навчальної дисципліни «Бізнес-консалтинг» базується на теоретичних положеннях класиків економіки, менеджменту, маркетингу, соціології, психології, соціальної психології та педагогіки. Основою вивчення є теоретичні положення щодо заснування бізнесу, управління персоналом, організаціями, налагодження та координації їх роботи в сучасних умовах ринку, розробки механізмів їх розвитку.

### **3. Програма навчальної дисципліни**

#### ***Змістовий модуль 1. Сутність консалтингу як виду діяльності***

##### **Тема 1.** Сутність і зміст консалтингу як виду професійної діяльності

Консультування і консалтинг. Причини попиту на послуги консультантів. Види консультування. Основні завдання консультування. Сфери та проблематика консультування.

Специфіка консалтингу як виду підприємництва. Особливості консалтингу при роботі з іноземними замовниками.

Консультаційна послуга. Сфери управління консультуванням. Особливості консультаційних послуг для підприємств-суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Міжнародна класифікація консультаційних послуг.

Професійні вимоги до консультантів. Професіограма консультанта. Побудова взаємовідносин консультанта з клієнтами.

##### **Тема 2.** Історія розвитку консультаційної діяльності

Зародження консалтингу як виду діяльності та як науки. Роль та місце консультаційної діяльності в системі менеджменту.

Закордонний досвід консалтингової діяльності. Провідні консалтингові компанії світу, основні напрямки їх роботи.

Стан розвитку консультаційної діяльності в Україні. Зародження консалтингу за радянських часів. НОК як основа зародження консалтингу в Україні. Особливості консультаційної діяльності в Україні. Перспективні напрямки розвитку консалтингу в Україні.

#### ***Змістовий модуль 2. Процес консалтингу та його учасники***

##### **Тема 3.** Суб'єкти консультаційного процесу, їх взаємодія

Види консультантів: зовнішні та внутрішні. Особистісні характеристики консультантів. Ділові характеристики консультантів. Критерії професіоналізму консультантів.

Система “консультант - клієнт”. Консультування за моделлю “експерт-клієнт”. Консультування за моделями “лікар-пацієнт”, “спільна робота”. Поведінкові ролі консультанта.

Маркетинг консультаційних послуг. Просування консультаційних послуг. Організація збуту консультаційних послуг. Консультаційний цикл. Презентація консультаційного проекту.

##### **Тема 4.** Процес консалтингу

Підготовка до консультування та попередній діагноз проблеми. Підготовка до консультування. Мета первинних контактів з клієнтом та проведення перших зустрічей. Попередній діагноз проблем. Джерел отримання інформації для проведення діагностики.

Консультаційні пропозиції та угода на консультування. Зміст і мета консультаційних пропозицій. Угода на консультування, її структура та зміст. Види консультаційних угод.

Діагноз проблеми. Позичийний аналіз організації. Прожективний підхід у позиційному аналізі. Суб'єктивізація у позиційному аналізі. Активізація інноваційного потенціалу персоналу фірми клієнта.

**Тема 5.** Діловий етикет та протокол консультанта. Презентація консультаційних рекомендацій

Загальні правила ділового етикету. Створення карток клієнтів. Реалізація клієнт орієнтованого підходу в діяльності консультанта.

Національні особливості ділового етикету консультанта. Основні аспекти консалтингу представників американських, європейських та азіатських бізнес-структур.

Норми ділового етикету та протоколу в міжфірмовому спілкуванні. Організація нарад та переговорів консультанта з персоналом підприємства-замовника. Формалізовані та неформалізовані види ділових прийомів.

Розробка та презентація консультаційних рекомендацій. Методи творчого пошуку альтернативних варіантів рішень. Оцінка альтернатив рішення проблеми. Презентація консультаційних пропозицій клієнту.

### ***Змістовий модуль 3. Методи дослідження факторів зовнішнього середовища бізнес-структур***

**Тема 6.** Методи дослідження споживачів як фактору зовнішнього середовища організації в діяльності консультанта

Систематизація та узагальнення факторів зовнішнього середовища: зовнішнє середовище прямого впливу (споживачі, конкуренти, постачальники, посередники тощо); зовнішнє середовище опосередкованого впливу (політико-правові, соціокультурні фактори, рівень розвитку технологій; загальний стан економіки; відносини з місцевим населенням, фактори міжнародного середовища тощо).

Процес дослідження споживачів як фактору зовнішнього середовища підприємства.

Методика розробки профілю цільових споживачів підприємства та обґрунтування вибору цільового сегменту. Типи прихильності споживачів до підприємства.

**Тема 7.** Методи дослідження конкурентів як фактору зовнішнього середовища бізнес-структур.

Поняття конкуренції, типи конкурентів та їх особливості. Поняття «конкурентоспроможність», «конкурентна перевага». Типові показники оцінки конкурентоспроможності.

Методики оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств: розрахунок інтегрального показника КС, побудова профілю конкурентів, метод побудови багатокутника КС.

Розробка конкурентних стратегій в діяльності підприємств.

**Тема 8.** Методи дослідження постачальників та посередників як факторів зовнішнього середовища організації в діяльності консультанта.

Визначення постачальників та їх впливу на діяльність підприємства. Групування постачальників за класифікаційними ознаками.

Методика обґрунтування вибору постачальників. Оцінка постачальників за аспектом КС, за фінансовим аспектом, за сервісним аспектом, за часовим аспектом, за комунікаційним аспектом, за виробничим аспектом, за іміджем.

Типи посередників в діяльності підприємства, їх характеристики.

Складання профілю потенційних посередників. Обґрунтування вибору посередника.

### ***Змістовий модуль 4. Методи дослідження факторів внутрішнього середовища бізнес-структур***

**Тема 9.** Методи дослідження контактних аудиторій як фактору зовнішнього середовища бізнес-структур. Розробка бізнес-стратегій підприємства.

Сутність типи, види контактних аудиторій.

Характеристика взаємовідносин підприємства з контактними аудиторіями: фінансовими, засобами масової інформації, з державними та муніципальними установами, громадськими організаціями, місцевими та внутрішніми контактними аудиторіями.

Можливості та небезпеки для підприємства з боку контактних аудиторій. Складання матриць можливосте та загроз контактних аудиторій.

Тема 10. Методи дослідження внутрішнього середовища бізнес-структур.

Складові внутрішнього середовища організації. Зрізи внутрішнього середовища підприємства: кадровий, організаційний, виробничий, маркетинговий, фінансовий.

Методика аналізу внутрішнього середовища. Оцінка ступеня досягнення цілей. Оцінка внутрішньої ефективності стратегії. Аналіз організації управління. Аналіз комунікаційних процесів та маркетингової діяльності. Аналіз кадрової структури. Дослідження організаційної культури та іміджу підприємства. Складання профілю діяльності підприємства.

Стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок. Етапи формування стратегії виходу на зовнішні ринки

#### 4. Структура навчальної дисципліни

Змістовий модуль	Усього годин	Аудиторні (контактні) години					Самостійна робота, год		Система накопичення балів		
		Усього годин	Лекційні Заняття, год		Семінарські/ Практичні /лабораторні заняття, год		о/д ф.	з/дист ф.	Теор. зав-ня, к-ть балів	Практ. зав-ня, к-ть балів	Усього балів
			о/дф.	з/дист ф.	о/д ф.	з/дист ф.					
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>
1	15	6	4	0,5	2	0,5	9	14	4	3	7
2	15	8	6	0,5	2	0,5	7	14	6	6	12
3	30	8	6	1,5	2	1	22	27,5	4	21	25
4	30	8	4	1,5	4	2	22	26,5	4	12	16
Усього за змістові модулі	90	30	20	4	10	4	60	82	18	42	60
Підсумковий семестровий контроль залік	30								30	10	40
Загалом	90		20	4	10	4	60	82	48	52	100

#### 5. Темі лекційних занять

№ ЗМ	Назва теми	Кількість годин	
		о/д ф.	з/дист ф.
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
1	Тема 1. Сутність і зміст консалтингу як виду професійної діяльності	2	0,5
	Тема 2. Історія розвитку консультаційної діяльності	2	
2	Тема 3. Суб'єкти консультаційного процесу, їх взаємодія	2	
	Тема 4. Процес консалтингу	2	0,5
	Тема 5. Діловий етикет та протокол консультанта. презентація консультаційних рекомендацій	2	
3	Тема 6. Методи дослідження споживачів як фактору зовнішнього середовища організації в діяльності консультанта	2	0,5
	Тема 7. Методи дослідження конкурентів як фактору зовнішнього середовища бізнес-структур	2	0,5
	Тема 8. Методи дослідження постачальників та посередників як факторів зовнішнього середовища організації в діяльності консультанта	2	0,5

4	Тема 9. Методи дослідження контактних аудиторій як фактору зовнішнього середовища бізнес-структур. Розробка бізнес-стратегій підприємства	2	0,5
	Тема 10. Методи дослідження внутрішнього середовища бізнес-структур	2	1
Разом		20	4

### 6. Теми практичних (семінарських/лабораторних) занять

№ ЗМ	Назва теми	Кількість годин	
		о/д ф.	з/дист ф.
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
1	Тема 1. Консалтинг як вид професійної діяльності	2	0,5
2	Тема 2. Процес консалтингу: суб'єкти, етапи і характеристики	2	0,5
3	Тема 3. Дослідження споживачів та конкурентів бізнес-структур	2	1
4	Тема 4. Дослідження постачальників, посередників та контактних аудиторій	2	1
	Тема 5. Методи дослідження внутрішнього середовища бізнес-структур	2	1
Разом		10	4

### 7. Види і зміст поточних контрольних заходів

Зміст та методичні рекомендації до виконання оформлення завдань містяться:

1) Чкан А.С. Консалтинг в зовнішньоекономічній діяльності. Запоріжжя : ЗНУ, 2016.

URL : <http://ebooks.znu.edu.ua/files/metodychky/2016/03/0038739.pdf>

2) на сторінці курсу в Moodle <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=2422>

№ змістового модуля	Види поточних контрольних заходів	Зміст поточного контрольного заходу	Критерії оцінювання*	Усього балів
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1	Теоретичне завдання	Самостійне проходження тестування в системі Moodle (тест 1)		<b>2</b>
	Теоретичне завдання	Термінологічний диктант: ознайомлення з теоретичним матеріалом		<b>2</b>
	Практичне завдання	Робота в групах: укладання контракту на роботу консультанта		<b>3</b>
<b>Усього за ЗМ 1</b>	<b>3</b>			<b>7</b>
2	Теоретичне завдання	Самостійне проходження тестування в системі Moodle (тест 2)		<b>2</b>
	Теоретичне завдання	Термінологічний диктант: ознайомлення з теоретичним матеріалом		<b>2</b>
	Практичне завдання	Робота в групах: розробка програми формування корпоративної культури підприємства		<b>3</b>
	Практичне завдання	Робота в групах: розрахунок вартості роботи консультанта		<b>3</b>
	Теоретичне	Самостійне проходження тестування в		<b>2</b>

	завдання	системі Moodle (тест 3)		
<b>Усього за ЗМ 2</b>	<b>5</b>			<b>12</b>
	Практичне завдання	Робота в групах: розрахунок вартості роботи консультанта		<b>3</b>
	Теоретичне завдання	Самостійне проходження тестування в системі Moodle (тест 4)		<b>2</b>
	Теоретичне завдання	Термінологічний диктант: ознайомлення з теоретичним матеріалом		<b>2</b>
	Практичне завдання	Дослідження споживачів бізнес-структур		<b>6</b>
	Практичне завдання	Дослідження конкурентів бізнес-структур		<b>6</b>
	Практичне завдання	Дослідження постачальників та посередників бізнес-структур		<b>6</b>
<b>Усього за ЗМ 3</b>	<b>6</b>			<b>25</b>
	Теоретичне завдання	Термінологічний диктант: ознайомлення з теоретичним матеріалом		<b>2</b>
	Практичне завдання	Дослідження контактних аудиторій бізнес-структур		<b>6</b>
	Теоретичне завдання	Термінологічний диктант: ознайомлення з теоретичним матеріалом		<b>2</b>
	Практичне завдання	Дослідження внутрішнього середовища бізнес-структур		<b>6</b>
<b>Усього за ЗМ 4</b>	<b>4</b>			<b>16</b>
<b>Усього за ЗМ</b>	<b>18</b>			<b>60</b>

\* Примітка

Критерії оцінювання поточних контрольних заходів:

1) Підготовка індивідуальних практичних завдань – творчих робіт. Передбачено виконання 5 завдань, кожне оцінюється по 4 бали:

- 6 балів – завдання виконано відповідно до вимог в повному обсязі;
- 5 балів – завдання виконано відповідно до вимог в повному обсязі, однак є певні недоліки в поданні та оформленні матеріалу;
- 4 бали – завдання виконано відповідно до вимог в повному обсязі, однак є певні недоліки здійсненні розрахунків та формулюванні висновків;
- 3 бали – завдання виконано не в повному обсязі, частина питань залишилася не розкритою, матеріал оформлено без недоліків;
- 2 бали – завдання виконано не в повному обсязі, частина питань залишилася не розкритою, матеріал оформлено з недоліками;
- 1 бал – завдання виконано не в повному обсязі, частина питань залишилася не розкритою, матеріал оформлено з суттєвими недоліками;
- 0 балів – завдання не виконано, не подано на перевірку.

2) Тестовий контроль знань передбачає виконання 10 тестових завдань за кожною з тем, кожне питання тесту оцінюється максимально в 0,2 бала:



- 0,2 бала за правильну відповідь;
- 0 балів – неправильна відповідь.
- 3) Опитування за теоретичним матеріалом курсу оцінюється:
  - 2 бали – відповідь правильна, повна, чітка та логічна;
  - 1 бал – відповідь правильна, однак недостатньо повна, з деякими недоліками та з допомогою уточнюючих питань;
  - 0 балів – відповідь неправильна або відсутня.
- 4) Виконання вправ та розв’язання ситуативних практичних завдань:
  - 2 бали – завдання виконано, виявлено знання та практичні навички на достатньому рівні;
  - 1 бал – завдання виконано не в повному обсязі, виявлено знання та практичні навички на середньому рівні»
  - 0 балів – завдання не виконано.

## 8. Підсумковий семестровий контроль

Зміст завдань містяться на сторінці курсу в Moodle  
<https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=2422>

Форма	Види підсумкових контрольних заходів	Зміст підсумкового контрольного заходу	Критерії оцінювання*	Усього балів
1	2	3	4	5
Залік	Теоретичне завдання	Контрольне тестування за вивченим матеріалом в системі Moodle		<b>25</b>
	Теоретичне завдання	Визначення ключових теоретичних понять курсу		<b>5</b>
	Практичне завдання	Відповідь на теоретичне запитання з курсу		<b>10</b>
Усього за підсумковий семестровий контроль	<b>3</b>			<b>40</b>

\* Примітка

Критерії оцінювання підсумкового контролю:

1) Тестовий контроль знань передбачає виконання залікового тесту в системі Moodle. Загальна кількість завдань в заліковому тесті 50, кожне питання оцінюється в 0,5 бала:

- 0,5 бала – правильна відповідь;
- 0 балів – неправильна відповідь.

2) Відповідь на теоретичне питання – максимальна оцінка 10 балів:

- 10 балів – відповідь повна, ґрунтовна, виклад матеріалу логічний, подано приклади, зроблено власні висновки;
- 9 балів – відповідь повна, ґрунтовна, виклад матеріалу логічний, подано приклади, власні висновки відсутні;
- 8 балів – відповідь повна, ґрунтовна, виклад матеріалу логічний, відсутні приклади та власні висновки;
- 7 балів – відповідь повна, матеріал викладено логічно, структуровано, однак з незначними недоліками, відсутні приклади та власні висновки;
- 6 балів – відповідь повна, ґрунтовна, однак виклад матеріалу нелогічний, відсутні приклади та власні висновки;

– 5 балів – відповіді не в повній мірі (більше 50 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення у відповіді або визначені невірно, відсутні приклади та власні висновки;

– 4 бали – відповіді не в повній мірі (до 40 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення у відповіді або визначені невірно, відсутні приклади та власні висновки;

– 3 бали – відповіді не в повній мірі (до 30 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення у відповіді або визначені невірно, відсутні приклади та власні висновки;

– 2 бали – відповіді не в повній мірі (до 20 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення у відповіді або визначені невірно, відсутні приклади та власні висновки;

– 1 бал – відповіді не в повній мірі (до 10 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення у відповіді або визначені невірно, відсутні приклади та власні висновки;

– 0 балів – відповідь відсутня або невірна.

3) Визначення ключових теоретичних понять курсу – передбачає визначення 2 понять:

– 2,5 бали – поняття визначено в повному обсязі;

– 1 бал – поняття визначено з частковими недоліками;

– 0 балів – визначення невірне або відсутнє.

## 9. Рекомендована література

### Основна:

1. Основи управлінського консультування : конспект лекцій. Уклад. М.М. Петрушенко. Суми : Сумський державний університет, 2011. URL : <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi20/0016757.doc>

2. Управління бізнес-процесами підприємства : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальності «Менеджмент» / [За ред. докт. наук держ. упр., проф. Бікулова Д. Т.]. – Запоріжжя : ЗНУ, 2017. – 456 с.

3. Чкан А.С. Консалтинг в зовнішньоекономічній діяльності. Запоріжжя : ЗНУ, 2016. URL : <http://ebooks.znu.edu.ua/files/metodychky/2016/03/0038739.pdf>

4. Чкан А.С. Основи управлінського консультування (вкл. модуль Актуальні проблеми теорії управління) : метод. реком. до самост. роб. для студ. освітньо-кваліф. рівня "магістр" спец. "Бізнес-адміністрування". Запоріжжя : ЗНУ, 2013. URL : <http://ebooks.znu.edu.ua/files/metodychky/2013/06/0030448.pdf>

### Додаткова:

1. Григор'єва Н.Н. Організаційне консультування. Навчальний курс. Москва: МІЕМП, 2010

2. Єфремов В.С. Консалтингова діяльність: Підручник. Москва : Юрайт-Издат, 2012

3. Зільберман М. Консалтинг: методи і технології. Санкт-Петербург : Питер, 2007

4. Кононюк А.Е. Консалтологія. Общая теория консалтинга. Кн. 3. Київ : Освіта України, 2011. URL : <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi47/0037969.doc>

### Інформаційні ресурси:

Періодичні видання України з проблем бізнесу:

1. <http://ek-lit.agava.ru/> – Бібліотека економічної і ділової літератури;

2. <http://eur.ru> – науково-освітній портал “Економіка і управління на підприємстві”;

3. <http://www.cfin.ru> – сайт «Корпоративный менеджмент»

4. <http://www.business.ua> – журнал "Бизнес"

5. <http://journals.kpi.ua/ua/22> – «Сучасні проблеми економіки і підприємництва»: збірник наукових праць