МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Державний біотехнологічний університет

Факультет Менеджменту, адміністрування та права (назва навчально-наукового інституту/факультету)

"Затверджую"

Завідувач кафедри
Менеджменту, бізнесу і адміністрування
_____ (Ю.М.Сагачко)
(підпис) (прізвище та ініціали)

"1"вересня 2026 р.

Кафедра "Менеджменту, бізнесу і адміністрування"
(назва кафедри)

РОБОЧА ПРОГРАМА

НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

"ОК12. Самоменеджмент

(шифр і назва навчальної дисципліни)

Рівень вищої освіти	**перший (бакалаврський)**
	(назва)
Галузь знань	**D Бізнес, адміністрування та право**
	(шифр і назва)
Спеціальність	**D5 Маркетинг**
	(шифр і назва)
Освітня програма	**Маркетинг**
	(назва)

Харків – 2026р.

Укладач: старший викладач, Храпач Костянтин Григорович

(вчене звання, посада, прізвище та ініціали)

Робоча програма навчальної дисципліни схвалена на розширеному засіданні кафедри " Менеджменту, бізнесу і адміністрування "

(назва кафедри)

Протокол від: " 1 "вересня 2026 року №1

Робочу програму погоджено

Гарант освітньої програми «Маркетинг» Олініченко К.С.

(назва ОПП)

«01» вересня 2026 року() _____Олініченко К.С..____

(підпис) (прізвище та ініціали)

Подовжено термін дії до:

" " 20 р. протокол від № від " " 20 р.
___ _____ ___ ____ _____ _____ ____
завідувач кафедри ( )
_____ _____ _____
(назва кафедри) (підпис) (прізвище та ініціали)

" " 20 р. протокол від № від " " 20 р.
___ _____ ___ ____ _____ _____ ____
завідувач кафедри ( )
_____ _____ _____
(назва кафедри) (підпис) (прізвище та ініціали)

" " 20 р. протокол від № від " " 20 р.
___ _____ ___ ____ _____ _____ ____
завідувач кафедри ( )
_____ _____ _____
(назва кафедри) (підпис) (прізвище та ініціали)

1 Опис навчальної дисципліни

Самоменеджмент

<table>
<tr><td rowspan="2">Найменування показників</td><td colspan="2">Характеристика навчальної дисципліни</td></tr>
<tr><td>денна форма навчання</td><td>заочна форма навчання</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Кількість кредитів

4</td><td colspan="2">Статус дисципліни:</td></tr>
<tr><td colspan="2">обов'язкова</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Розділів - 2</td><td colspan="2">Рік підготовки:</td></tr>
<tr><td>2-й</td><td>2-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td rowspan="11">Загальна кількість

годин 120</td><td>4-й</td><td>4-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекції</td></tr>
<tr><td>30год.</td><td>6год</td></tr>
<tr><td colspan="2">Практичні, (семінарські)</td></tr>
<tr><td>16 год.</td><td>4 год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторні</td></tr>
<tr><td>год.</td><td>год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостійна робота</td></tr>
<tr><td>74 год.</td><td>110 год.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Тижневих годин для денної форми навчання:

аудиторних – 3 ;

самостійної роботи здобувача – 5</td><td colspan="2">Вид контролю:</td></tr>
<tr><td>залік</td><td>залік</td></tr>
</table>

2 Мета і завдання дисципліни

Метою дисципліни Дисципліна «Самоменеджмент» для маркетологів спрямована на формування навичок ефективного управління власною діяльністю, часом, ресурсами та професійним розвитком у сфері маркетингу. Вона поєднує елементи особистісного розвитку з практичними інструментами, необхідними маркетологу в умовах високої конкуренції та динамічного ринку.

У межах курсу розглядаються питання постановки особистих і професійних цілей, значна увага приділяється тайм-менеджменту: методам пріоритизації завдань, плануванню робочого дня, управлінню дедлайнами, боротьбі з прокрастинацією та перевантаженням. Для маркетолога це особливо важливо, оскільки його робота часто пов’язана з багатозадачністю, проектною діяльністю та взаємодією з різними підрозділами.

Також вивчаються основи емоційного інтелекту, стресостійкості та саморегуляції. Маркетолог працює з клієнтами, підрядниками, креативними командами, тому здатність контролювати емоції, вести переговори та конструктивно вирішувати конфлікти є ключовою компетенцією. Окремий блок стосується розвитку лідерських якостей, навичок самопрезентації, особистого бренду фахівця та професійної комунікації.

У дисципліні також розглядаються питання особистої ефективності: формування продуктивних звичок, управління мотивацією, оцінювання власної результативності, ведення портфоліо та планування кар’єрного зростання в маркетинговій сфері. Здобувачі вчаться аналізувати власні сильні та слабкі сторони, визначати зони розвитку та складати індивідуальний план професійного вдосконалення.

Крім того, увага приділяється цифровій гігієні та роботі з інформаційними потоками, що є особливо актуальним для маркетологів, які постійно працюють із великими обсягами даних, трендів і комунікаційних каналів.

Таким чином, самоменеджмент для маркетологів — це комплексна дисципліна, яка формує здатність ефективно організовувати власну діяльність, досягати професійних цілей та забезпечувати стійкий розвиток у сфері маркетингу.

Завдання вивчення дисципліни

є теоретична та практична підготовка здобувачів вищої освіти з питань:

– визначення особистісних цінностей та цілей керівника;

– управління саморозвитком особистості;

– розвинення навичок ефективного керівництва;

– застосування сучасних принципів та напрямів наукової організації діяльності керівника;

– використання часу як ресурсу

Предметом вивчення навчальної дисципліни є система знань та методів щодо формування розвитку професійних, особистісних та ділових якостей майбутніх фахівців у галузі маркетингу.

Базовими дисциплінами для успішного засвоєння програмного матеріалу дисципліни є соціологія комунікацій.

Відповідно до Освітньо-професійної програми D5 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти у результаті вивчення навчальної дисципліни «Самоменеджмент» студент повинен набути компетентності:

- ІК. Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів маркетингу і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
- ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями;
- ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов’язків;

Дана навчальна дисципліна забезпечує формування таких програмних результатів навчання: (з освітньої програми для обов'язкових дисциплін)

- Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб’єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

- Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним;
- Р13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
- Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

3 Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Методологічні підходи до самоменеджменту

Сучасні наукові погляди на сутність самоменеджменту. Складові частини самоменеджменту.
Етапи розвитку самоменеджменту.
Основні теоретичні концепції самоменеджменту.
Головна мета і функції самоменеджменту.
Принципи самоменеджменту.
Рекомендована література: [1; 2, 3; 4, 6, 7; 8; 9, 10, 11]

Тема 2. Теоретичні засади самоменеджменту

Зміст, складові самоменеджменту. Форми організації самоменеджменту.
Закони самоменеджменту. Загальні закони: Закон цілепокладання. Закон необхідної різноманітності. Закон відповідності. Закон традиції. Закон руху (зміни). Закон зворотного зв'язку. Закон ентропії (або перетворення). Закон збереження енергії. Закон балансу притоку-відтоку енергії. Закон інтеграції управління.
Специфічні закони. Закон соціального спадкування. Закон установки. Закон домінанти. Закон рефлекторного характеру діяльності. Закон випереджального відображення дійсності. Закон впливу емоцій. Закон вольової детермінації.
Критерії ефективності самоменеджменту
Рекомендована література: [1; 2, 3; 4, 6, 7; 8; 9, 10, 11]

Тема 3. Визначення ціннісних орієнтирів особистості

Визначення ціннісних орієнтирів особистості. Ціннісні орієнтації, Матеріальні цінності, Духовні цінності.
Життєва позиція особистості: активна, проактивна, реактивна, пасивна. Конформізм. Нонконформізм.
Ключові принципи визначення особистісних цілей керівника
Загальні обмеження при виборі цілей.
Професійне і посадове зростання.
Планування ділової кар'єри. Види ділової кар'єри
Рекомендована література: [1; 3; 4, 6, 7; 9, 10, 11]

Тема 4. Планування діяльності

Цільове планування роботи керівника. Методи планування особистої діяльності керівника. Традиційні й комп'ютерні засоби планування особистої роботи керівника. Особливості часу як ресурсу. Тайм-менеджмент. Хронометраж та раціоналізація часу. Основні види розподілу та кооперації управлінської діяльності. Вибір пріоритетних справ керівника: принцип Паретто, метод АВВ-аналізу, метод Ейзенхауера. Раціональний розподіл функцій між керівником та працівниками апарату управління. Визначення функцій заступника та рівня централізації управління. Делегування повноважень. Основні перешкоди делегуванню. Розподіл завдань. Техніка і форми передання розпоряджень. Ключові принципи розпорядчої діяльності. Методи нормування управлінської

діяльності.

Рекомендована література: [1; 2, 4, 6, 8; 9, 10, 11]

Тема 5. Управління часом

Поняття тайм-менеджменту та його основні задачі
Методи управління своїм часом
Принципи і прийоми організації часу
Основні види розподілу та кооперації управлінської праці
Види норм, завдання та методи нормування управлінської праці.
Організація робочого дня керівника. Робочий час як ресурс керівника. Непродуктивні витрати робочого часу. Самоорганізація та саморегуляція свого часу. Методи обліку робочого часу.
Організація приймання відвідувачів.
Рекомендована література: [1; 2, 3; 4, 6, 7; 8; 9, 10, 11]

Тема 6. Управління активністю і працездатністю

Поняття ресурсу активності і працездатності. Види і типи активності людини. Сутність, види і чинники формування загальної працездатності людини.
Методи управління активністю і працездатністю. Оцінка наявного потенціалу активності і працездатності; розробка програми фізичної підготовки; формування навичок раціонального харчування; позбавлення від шкідливих звичок; навчання саморегуляції; профілактика і боротьба зі стресом; контроль отриманих результатів.
Управління працездатністю: життєві і часові цикли.
Розвиток навиків здорового способу життя.
Рекомендована література: [1; 2, 3; 6, 7; 8; 9, 10, 11]

Тема 7. Управління платоспроможністю

Поняття платоспроможності та особистого фінансового планування. Види і характеристика сімейних доходів в залежності від ознак класифікації. Витрати сім'ї і причини їх виникнення. Класифікація сімейних витрат за ознаками.
Принципи планування власних фінансів. Алгоритм складання особистого бюджету. Структура власних доходів і витрат. Мета і завдання особистого фінансового планування.
Базові принципи підвищення ефективності особистих витрат. Правила накопичення.
Основні варіанти вкладення грошей: збереження грошей вдома, вкладення в іноземну валюту, банківські вклади, фондовий ринок, пайові інвестиційні фонди, вкладення в цінні метали, вкладення в себе.
Рекомендована література: [1; 3; 4, 6, 7; 8; 9, 10, 11]

Тема 8. Стрес-менеджмент

Поняття, види та фактори стресу. Класифікація стресів. Еустрес. Дистрес. Оксидативний стрес**.**
Ієрархія потреб за А. Маслоу.
Ознаки та причини стресу. Стрес - реакції організму
Стрес-менеджмент у системі управління підприємством.
Методи стрес-менеджменту.
Управління стресами
Рекомендована література: [1; 3; 4, 6, 7; 8; 10, 11]

Тема 9 Особливості управлінської праці

Управлінська праця: особливості, види
Вимоги, які пред’являються до сучасного управлінця

Централізація і децентралізація в системі управління
Делегування повноважень
Рекомендована література: [5, 11]

Тема 10. Організація управлінської діяльності

Об'єктивні основи виникнення і розвитку управлінської праці. Зміст та особливості управлінської праці. Види та класифікація управлінської діяльності. Форми керівництва. Основні принципи і напрями наукової організації праці ккрівника. Основні вимоги до організації робочого місця. Класифікація робочих місць. Сприятливий режим і умови праці. Культура управлінської праці. Техніка організації особистої роботи керівника. Робота з документами і кореспонденцією. Ведення та раціоналізація телефонних розмов. Технологія проведення переговорів, нарад та зборів. Підготовка і проведення виступів. Засади ораторського мистецтва.

Рекомендована література: [5, 11]

Тема 11. Раціоналізація роботи керівника

Раціональне використання часу керівником
Як скласти бюджет вашого часу
Управління потоком відвідувачів. Раціоналізація телефонних розмов
Технологія проведення нарад та зборів.
Раціональні методи та засоби планування і виконання управлінської роботи
Рекомендована література: [5, 11]

Тема 12. Оцінювання результатів діяльності керівника

Поняття «оцінювання» та «самооцінка» діяльності керівника. Інструменти оцінювання персоналу. Показники оцінки. Рекомендації керівнику щодо проведення розмови з підлеглим.
Форми та методи оцінки професійних досягнень. Атестація персоналу. Атестаційна оцінка. Методи оцінки.
Оцінка управлінського персоналу. Система оцінювання результативності праці. Сутність методів оцінки управлінського персоналу. Методика визначення стиля керівництва. Метод аналізу структури управлінської діяльності.
Рекомендована література: [5, 11]

Тема 13. Самомотивація, самоконтроль та саморозвиток

Зміст самомотивації та самоконтролю. Поняття мотивації праці. Психологічні теорії мотивації праці. Особливості мотивації і самомотивації в діяльності керівника. Турбота про мотивацію персоналу до роботи на різних етапах службової кар'єри з точки зору організації. Конфлікти у діяльності менеджера: сутність і види. Закономірності взаємовідносин і поведінки людей у конфліктних ситуаціях. Методи подолання конфліктних ситуацій. Стратегія і тактика взаємодії в конфліктних ситуаціях. Прийоми поведінки в конфліктних ситуаціях. Роль контролю і самоконтролю в роботі менеджера. Навчання та саморозвиток

Рекомендована література: [2, 5, 8, 11]

4 Структура навчальної дисципліни

Назва розділів та тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	Загальний обсяг	аудиторних				Самостійна робота	Загальний обсяг	аудиторних				Самостійна робота
		усього	в тому числі					усього	в тому числі			
			лекції	лабораторні	практичні				лекції	лабораторні	практичні	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Самоменеджмент												
Тема 1. Методологічні підходи до самоменеджменту	**8**	**4**	**2**		**1**	**4**	**8**	**6,7**	0,5		0,2	**6**
Тема 2. Теоретичні засади самоменеджменту	**8**	**2**	**2**		**1**	**6**	**8**	**6,8**	0,5		0,3	**6**
Тема 3. Визначення ціннісних орієнтирів особистості	**8**	**4**	**2**		**1**	**4**	**8**	**7**	0,5		0,5	**6**
Тема 4. Планування діяльності	**8**	**4**	**2**		**2**	**4**	**8**	**7**	0,5		0,5	**6**
Тема 5. Управління часом	**16**	**6**	**4**		**2**	**10**	**16**	**7**	0,5		0,5	**6**
Тема 6. Управління активністю і працездатністю	**8**	**4**	**2**		**2**	**4**	**8**	**7**	0,5		0,5	**6**
Тема 7. Управління платоспроможністю	**8**	**4**	**2**		**1**	**4**	**8**	**9**	0,5		0,5	**8**
Тема 8. Стрес-менеджмент	**8**	**4**	**2**		**1**	**4**	**8**	**17**	0,5		0,2	**16**
Тема 9 Особливості управлінської праці	**8**	**2**	**2**		**1**	**6**	**8**	**9**	0,5		0,2	**8**

Тема 10. Організація управлінської діяльності	**16**	**4**	**4**		**1**	**12**	**16**	**9**	0,5		0,1	**8**
Тема11. Раціоналізація роботи керівника	**8**	**2**	**2**		**1**	**6**	**8**	**16,4**	0,2		0,2	**16**
Тема 12. Оцінювання результатів діяльності керівника	**8**	**2**	**2**		**1**	**6**	**8**	**8,4**	0,2		0,2	**8**
Тема 13. Самомотивація, самоконтроль та саморозвиток	**8**	**4**	**2**		**1**	**4**	**8**	**8,2**	0,1		0,1	**8**
Всього годин	**120**	**46**	**30**		**16**	**74**	**120**	**10**	**6**		**4**	**110**

8 Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин

		д/ф	з/ф
1	Тема 1. Методологічні підходи до самоменеджменту	4	6
2	Тема 2. Теоретичні засади самоменеджменту	6	7
3	Тема 3. Визначення ціннісних орієнтирів особистості	4	6
4	Тема 4. Планування діяльності	4	6
5	Тема 5. Управління часом	10	14
6	Тема 6. Управління активністю і працездатністю	4	7
7	Тема 7. Управління платоспроможністю	4	8
8	Тема 8. Стрес-менеджмент	4	8
9	Тема 9 Особливості управлінської праці	6	8
10	Тема 10. Організація управлінської діяльності	12	16
11	Тема 11. Раціоналізація роботи керівника	6	8
12	Тема 12. Оцінювання результатів діяльності керівника	6	8
13	Тема 13. Самомотивація, самоконтроль та саморозвиток	4	8
	Разом	**74**	**110**

9 Методи навчання

(Відповідно до структури навчальної дисципліни)

1. Лекційні заняття.
2. Семінарські заняття
3. Самостійні заняття.

**Зміст розділу носить рекомендаційних характер і коригується відповідно до змісту навчальної дисциплін.*

10 Методи контролю

Під час вибору критеріїв оцінки засвоєння здобувачем програми дисципліни враховано виконання програми і засвоєння матеріалу в частині лекційних і лабораторних та практичних занять, а також виконання передбаченої програмою самостійної роботи.

Усі види контролю (усне опитування, письмове опитування, тестове опитування) тісно пов’язані та організовуються так, щоб стимулювати ефективну самостійну роботу здобувачів і забезпечити об’єктивне оцінювання рівня їх знань.

Після закінчення вивчення курсу (частини курсу) підсумковий контроль з дисципліни проводиться у формі заліку і здобувач може набрати протягом семестру в точках контролю від 60 до 100 балів включно.

11 Розподіл балів, які отримують здобувачі

Поточний контроль		Всього балів
Розділ 1	Розділ 2	

Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	
2	1	2	2	2	2	2	2	13
Т9	Т10	Т11	Т12	Т13				
3	2	2	2	1				7
Поточне тестування за розділами								50
Виконання індивідуальної самостійної роботи								30
Загальна оцінка								100

Т__, Т__... Т__– теми ЛПЗ.

12 Шкала: національна та ECTS і критерії оцінювання до визначення рівня знань і навичок

12.1 Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D	задовільно	
60 – 63	E		
35 – 59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0 – 34	F	незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни

12.2 Критерії оцінювання:

1) «Відмінно» (90-100 балів) – здобувач виявляє всебічні системні і глибокі знання програмного матеріалу, вільно оперує матеріалом, чітко володіє понятійним апаратом, уміє аналізувати і робити висновки;

1) «Дуже добре» (82-89 бали) – здобувач виявляє широкий професійний кругозір, уміння логічно мислити, виявляє достатньо системне і глибоке знання програмного матеріалу, чітко володіє понятійним апаратом, проте у відповідях допускаються окремі неточності, які не змінюють суті питання.

2) «Добре» (74-81 бали) – здобувач виявляє достатньо глибоке знання програмного матеріалу, володіє понятійним апаратом, вміє аргументувати свої відповіді, проте у відповідях допускаються неточності, які впливають на чіткість.

3) «Задовільно» (64-73 бали) – здобувач виявляє не достатньо глибоке знання програмного матеріалу, в основному володіє основним понятійним апаратом, але допускає принципові помилки;

4) «Достатньо» (60-63 бали) – здобувач виявляє слабкі знання, у відповідях не точно формулює причинно-наслідкові зв'язки між явищами і процесами, оперування фактами відбувається на рівні запам'ятовування, допускаються значні помилки.

5) «Незадовільно» (35-59 бали) – здобувач виявляє значні прогалини в знаннях основного програмного матеріалу, у володінні окремими поняттями, не знає більшої частини фактичного матеріалу, не вміє встановлювати причинно-наслідкові зв'язки між явищами і процесами, завчивши матеріал без його усвідомлення.

6) «Не зараховано» (0-34 бали) – здобувач не розуміє суті питань, виявляє прогалини в знаннях основного навчального матеріалу, допускає принципові помилки у виконанні передбачених програмою завдань, що свідчить про необхідність обов’язкового повторного вивчення дисципліни.

13.Методичне забезпечення

1. Тестові завдання для поточного та підсумкового контролю здобувачам першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форми навчання спеціальності «Маркетинг»/ Укладачі: Храпач К.Г., Воронкова А.А., Харків : ДБТУ, 2025. 33 с.

2. Самоменеджмент: методичні вказівки до самостійної роботи для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форми навчання спеціальності «Маркетинг»/ Укладач Храпач К. Г. Харків: РВВ. ДБТУ, 2025. 27 с

3. Самоменеджмент: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форми навчання, / Укладач: Храпач К.Г. - Харків : ДБТУ, 2024. – 172 с.

16. Рекомендована література

Основна

1. Ратушняк, О. Г. Самоменеджмент : навч. пос. / О. Г. Ратушняк, О. Г. Лялюк. – Вінниця : ВНТУ, 2021. – 170 с.

2. Лугова В.М., Голубєв С.М. Основи самоменеджменту та лідерства [Електронний ресурс]: навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 212 с.

3. Юринець З.В. Самоменеджмент: навч.посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2014. 272 с.

4. Нетепчук В. В. Самоменеджмент: Навч. посібник. Рівне: НУВГП, 2013. 354 с.

5. Яроміч С.А., Красностанова Н.Е., Привалова Н.В. Самоменеджмент: теорія, практика, словник: навч. посіб. – Одеса : ОРІДУ, 2021. – 136 с.

Допоміжна

6. Самоменеджмент [Електронний ресурс] : навчальний посібник / С. К. Василик, О. В. Майстренко, К. Р. Немашкало та ін. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020. – 150 с.

7. Самоменеджмент. Навчальний посібник для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня денної та заочної форм навчання за спеціальністю 073 «Менеджмент», ОП «Менеджмент організацій і адміністрування»», / Укладач: З.М. Шильнікова; ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка››. Старобільськ: Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка››, 2022. 224 с.

8. Буняк Н.М., Милько І.П., Черчик Л.М. Самоменеджмент: конспект лекцій. Луцьк: Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2023. 114 с.

9. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Самоменеджмент» для студентів ступеня вищої освіти «бакалавр», /укл. Ковальчук Н.В. – Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2019. – 100 с.

10. «Самоменеджмент»: опорний конспект лекцій з дисципліни самоменеджмент для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форми навчання спеціальності «Маркетинг»/ Укладачі: Храпач К.Г., Воронкова А. А., Чуйко Н. В. Харків : ДБТУ, 2025. – 314 с.

17 Зміни і доповнення

(до методичного забезпечення та рекомендованої літератури)

Що вилучається з робочої програми	Що вводиться в робочу програму	Дата розгляду кафедрою