

ІВАНО-ФРАНКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ НАФТИ І ГАЗУ
Кафедра енергетичного менеджменту і технічної діагностики

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор

енергетичного інституту

_____ О.Є. Середюк

(підпис)

(ініціали, прізвище)

«__» _____ 20__ р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Енергетичні ринки та маркетингові дослідження в енергетиці

(назва навчальної дисципліни)

Спеціальність 141 Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка

(шифр і назва спеціальності)

Спеціалізація _____ Енергетичний менеджмент _____

(шифр і назва спеціалізації)

Інститут _____ енергетичний _____

(назва інституту)

Івано-Франківськ
2016 - 2017 навчальний рік

Робоча програма з дисципліни «Енергетичні ринки та маркетингові дослідження в енергетиці»_ для студентів за спеціальністю 141 Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка (спеціалізацією - Енергетичний менеджмент) _____

Розробники:

Тацакович Н.Л., доцент каф. ЕМіТД, к.т.н., доцент,

Малинка О.Я., доцент каф. МіК, к.е.н., доцент

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри енергетичного менеджменту і технічної діагностики

Протокол від «8» лютого 2017 р. № 9

Завідувач кафедри енергетичного менеджменту і технічної діагностики

(підпис)

(П.М. Райтер)
(ініціали та прізвище)

1. Мета та задачі дисципліни, її місце і значення у навчальному процесі

Розвиток енергетики має вирішальний вплив на стан економіки в державі та рівень життя населення. Метою соціальної держави, якою відповідно до Конституції є Україна, має бути забезпечення умов для зростання добробуту громадян. Однією з найважливіших складових добробуту в цивілізованих державах є забезпечення громадян і компаній необхідними енергоресурсами. Запорукою реалізації цієї мети має стати надійне, економічно обґрунтоване й екологічно безпечне задоволення потреб населення й економіки в енергетичних продуктах.

Замість забезпечення екстенсивного розвитку, яким економіка України рухалась протягом десятиліть, енергетика повинна перейти на ефективне забезпечення сталого розвитку економіки. Забезпечення економіки та соціальної сфери країни основними видами енергоносіїв (електричною й тепловою енергією, моторними й котельно-пічними видами палива, а також природним газом) і сировинними ресурсами для потреб хімічної та металургійної промисловості (коксівним вугіллям, продуктами нафто і газопереробки) покладається на паливно-енергетичний комплекс України (ПЕК) .

Маркетингові дослідження є основним засобом збору та аналізу інформації, яка потрібна для прийняття економічно обґрунтованих рішень у перманентно мінливих умовах ринкового середовища. Саме маркетингові дослідження дають можливість оцінити кон'юнктуру ринку та конкурентні позиції підприємства і визначити основні напрямки його розвитку, які є адекватними зовнішнім умовам і потенціалу підприємства. Практика переконливо доводить, що ринкового успіху досягають насамперед ті підприємства, які реально володіють інформацією про ситуацію на ринку і тенденції її розвитку, вміють обертати на свою користь наявні ринкові можливості і протидіяти ринковим загрозам.

В цих умовах фахівці з маркетингу в енергетичній сфері повинні володіти сучасною теорією і практичним інструментарієм маркетингових досліджень, уміти застосовувати їх у практичній діяльності.

Предметом вивчення дисципліни «Енергетичні ринки та маркетингові дослідження в енергетиці» є теоретико-методологічні аспекти дослідження енергетичних ринків та маркетингової діяльності енергетичних підприємств.

Вивчення дисципліни “Енергетичні ринки та маркетингові дослідження в енергетиці” ставить перед собою таку мету:

- формування комплексу теоретичних знань і практичних навиків у сфері сучасних енергетичних ринків, форм і методів конкуренції та співробітництва, механізмів регулювання, забезпечення стабільності та безпеки поставок енергетичних ресурсів;

- освоєння методології та особливостей дослідження енергетичними підприємствами свого маркетингового середовища і власного потенціалу для визначення шляхів та резервів подальшого розвитку.

Задачі дисципліни:

- вивчення категорій, методик та алгоритмів маркетингових досліджень;
- системне дослідження ринків та їх суб'єктів, навколишнього

середовища для ефективної адаптації до змінних динамічних ринкових умов;

- системне вивчення кон'юнктури і факторів, які її визначають на цільових ринках для встановлення ефективної стратегії дій;
- набуття навичок творчого пошуку резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємства за результатами досліджень.

2. Вимоги до компетенцій, знань та умінь

Для успішного виконання професійних обов'язків за обраною спеціальністю у процесі навчання у магістра повинні бути сформовані загальні та професійні компетентності.

Вивчення дисципліни “Енергетичні ринки та маркетингові дослідження в енергетиці” спрямоване на формування у студентів наступних **компетенцій**.

Компетенції соціально-особистісні:

- сучасні уявлення про ділову етику.

Загальнонаукові компетенції:

- здатність виконувати пошук інформації та оформлення документації за тематикою наукових досліджень в галузі енергетичного менеджменту.

Інструментальні компетенції:

- здатність до письмової й усної комунікації рідною мовою;
- навички роботи з комп'ютером;
- навички управління інформацією.

Загально-професійні компетенції:

- базові знання про енергетичні ринки, їхні особливості та функціонування.

Спеціалізовано-професійні компетенції:

- здатність застосовувати принципи стратегій сталого енергетичного розвитку країни для успішного функціонування підприємства;
- сучасні уявлення про інтегровані системи керування ресурсами, сервіси call-центрів та білінгових систем, геоінформаційні та мобільні технології в енергетичній сфері та здатність їх застосовувати.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен **знати**:

- енергетичні ринки, види та їх основних учасників
- порівняльну характеристику ринків окремих енергоресурсів;
- енергетичні компанії, закономірності їх формування та функціонування;
- економіко-правові та фінансові аспекти функціонування енергетичних ринків;
- основні види та умови фінансування інвестиційних проектів в енергетиці.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен **вміти**:

- застосовувати закони ринкової економіки;
- використовувати способи оцінювання впливу інвестиційних рішень на зростання ринку енергоресурсів;

– приймати управлінські рішення, пов'язані з операціями на світових енергетичних ринках.

Знання, які необхідні студенту для вивчення дисципліни:

- основних принципів, методів та способів управління;
- основних методів роботи з програмним забезпечення для математичної обробки інформації.

Що стосується маркетингових досліджень в енергетиці, то зміст компетенцій, знань та умінь такий:

Змістовий модуль 1

Знати: що таке маркетингові дослідження, їх концепцію та основні категорії.

Вміти орієнтуватися в основних категоріях маркетингових досліджень; розуміти процес маркетингового дослідження, знати види маркетингових досліджень та особливості їх проведення.

Змістовий модуль 2

Знати: особливості організації збору та обробки маркетингової інформації.

Вміти давати тлумачення основним поняттям і термінам; аналізувати маркетингову інформацію та використовувати її у прийнятті управлінських рішень.

Змістовий модуль 3

Знати: особливості дослідження місткості ринку та його сегментування.

Вміти давати тлумачення основним поняттям і термінам; оцінювати та вибирати цільові сегменти ринку.

Змістовий модуль 4

Знати: особливості дослідження кон'юнктури ринку.

Вміти давати тлумачення основним поняттям і термінам; знати показники кон'юнктури ринку; вміти використовувати методи прогнозування кон'юнктури ринку.

Змістовий модуль 5

Знати: особливості дослідження конкурентного середовища фірми.

Вміти давати тлумачення основним поняттям і термінам; аналізувати конкурентне середовище фірми.

3. Склад і структура дисципліни

Склад та структура дисципліни “Енергетичні ринки та маркетингові дослідження в енергетиці” наведені в таблиці 1.

Таблиця 1 – СКЛАД І СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Курс та семестр за робочим навчальним планом		5 курс, 10 семестр
Кількість кредитів ECTS		3,5
Кількість семестрових модулів		1
Повний обсяг часу, год.		105
В тому числі кількість аудиторних занять, год.		36
З них, год.	лекційних	18
	лабораторних	-
	практичних (семінарських)	18
Обсяг часу на СРС, год.		69
Підсумкова форма контролю I – екзамен, 3 - залік		I

Дисципліна розподіляється на змістові модулі. Найменування змістових модулів та кількість годин (ауд./СРС) на їх опанування відображені у таблиці 2.

Таблиця 2 – РОЗПОДІЛ ЗА СЕМЕСТРАМИ ТА МОДУЛЯМИ

№	Найменування змістових модулів	Кількість годин (ауд. / СРС)		
		Лекції	Лабораторні заняття	Практичні заняття
Семестровий модуль 1 – “Енергетичні ринки та маркетингові дослідження в енергетиці”				
1	Енергетичні ринки	9/17	-	9/17
2	Маркетингові дослідження в енергетиці	9/17	-	9/18
Всього:		18/34	-	18/35

3.1 Лекційні заняття

Нижче наведено перелік лекцій відповідно до змістових модулів та тематика лекційних занять. Після тематики кожної лекції вказано літературне джерело (джерела) із зазначенням сторінок, де викладено відповідний лекційний матеріал.

СЕМЕСТРОВИЙ МОДУЛЬ 1

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.

(Енергетичні ринки)

Лекція № 1 (1 год)

Сучасний стан та основні тенденції розвитку світових енергетичних ринків. Позиції паливно-енергетичного комплексу України на міжнародних енергетичних ринках (1, 3, 4).

Лекція № 2 (2 год)

Поняття, форма і порядок укладання міжнародних комерційних контрактів у сфері енергетики. Національні та регіональні особливості ведення міжнародного енергетичного бізнесу (1, 2, 3, 4).

Лекція № 3 (2 год)

Особливості ціноутворення на міжнародному енергетичному ринку. Торгівля енергоресурсами на біржах (2, 4).

Лекція № 4 (2 год)

Роль міжнародних, організацій, транснаціональних та регіональних компаній в світовій системі енергозабезпечення (3, 4).

Лекція № 5 (2 год)

Інвестиційні проекти в енергетиці, наймасштабніші інвестиційні проекти. Оцінювання та керування активами нафтогазових компаній (1, 3).

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.

(Маркетингові дослідження в енергетиці)

Лекція №1. Сутність і система маркетингових досліджень в енергетиці (2 год)

Тематика лекції

1. Цілі, завдання і принципи маркетингових досліджень
2. Напрямки маркетингових досліджень
3. Алгоритм процесу маркетингового дослідження та його основні елементи
4. Види маркетингових досліджень та організація їх проведення

Джерело: Устенко А. О. Основи маркетингу : навчальний посібник / А. О. Устенко, Л. С. Тараєвська, О. Я. Малинка. – Івано-Франківськ : Факел, 2010. – 388 с.

Лекція №2. Організація збору та обробки маркетингової інформації (2 год)

Тематика лекції

1. Методи збору вторинної інформації
2. Характеристика основних методів збору первинної інформації
3. Інструменти маркетингових досліджень
4. Особливості аналізу даних
5. Результати маркетингових досліджень та їх презентація

Джерело: Малинка О. Я. Маркетингові дослідження : навчальний посібник / О. Я. Малинка, А. О. Устенко. – Івано-Франківськ : Фоліант, 2012. – 348 с.

Лекція №3. Дослідження місткості ринку та його сегментування (2 год)
Тематика лекції

1. Визначення місткості ринку та частки підприємства на ньому
2. Особливості сегментації різних типів ринку
3. Алгоритм процесу сегментування ринку
4. Оцінка і вибір цільових сегментів
5. Вибір стратегії охоплення ринку

Джерело: Устенко А. О. Практикум з маркетингу : навч. посібник / А. О. Устенко, І. М. Хвостіна. – Тернопіль : Економічна думка, 2001. – 224 с.

Лекція №3. Дослідження кон'юнктури ринку (2 год)
Тематика лекції

1. Загальна характеристика і показники кон'юнктури ринку
2. Алгоритм вивчення кон'юнктури ринку
3. Прогнозування кон'юнктури ринку

Джерело: Устенко А. О. Теорія систем і системний аналіз в менеджменті : навчальний посібник / А. О. Устенко, О. Я. Малинка. – Івано-Франківськ : Фоліант, 2012. – 328 с.

Лекція №5. Дослідження конкурентного середовища фірми (1 год)
Тематика лекції

1. Суть і функції конкуренції в ринковій економіці
2. Аналіз сил, які діють у конкурентному середовищі фірми
3. Дослідження ступеня монополізації та відкритості ринку, бар'єрів «входу» та «виходу»
4. Види конкурентів фірми
5. Джерела інформації про конкурентів фірми
6. Особливості застосування конкурентних стратегій

Джерело: Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник / С. С. Гаркавенко. – К. : Лібра, 2002. – 712 с.

3.2 Практичні заняття

Тема та стислий зміст практичного заняття, мета кожного заняття наведені в таблиці 3.

Таблиця 3 – ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ

Обсяг в годинах	Назва та стислий зміст роботи	Мета роботи
1	2	3

2	Візуальний аналіз енергетичного ринку Європи та України. Побудова цінової діаграми для різних видів енергоресурсів. Розрахунок описових статистичних характеристик енергетичних ринків за чинниками енергоносіїв і споживачів.	Вміти визначати сучасні тенденції та пріоритетні напрями розвитку енергетичного комплексу, використовуючи дані аналізу та оцінювання показників енергетичних ринків.
2	Розрахунок показників, що визначають кластеризацію країн залежно від ціни на різні енергоносії та накладення результатів на карту.	Вміти визначати пріоритетні напрями розвитку, вміти встановлювати місце підприємства в рамках даного комплексу; визначати місце та значення енергетичного комплексу України на міжнародних ринках.
2	Вивчення методики оцінювання кореляції між цінами на енергоносії та іншими чинниками. Побудова регресійних моделей цін на досліджувані види енергоресурсів.	Вивчити структуру міжнародного комерційного контракту, його основні умови, вимоги та обов'язки сторін; способи здійснення платежів із врахуванням національних та регіональних особливостей.
3	Вивчення методики дослідження цін на ринку енергоносіїв за допомогою пакета модуля Data Mining.	Вміти визначити принципи та механізми ціноутворення на енергоносії, принципи торгівлі енергоресурсами на міжнародних торговельних майданчиках. Вміти скеровувати діяльність підприємства за основними тенденціями та стратегіями діяльності міжнародних організацій із врахуванням впливу наймасштабніших енергетичних компаній.
2	1. Поточний контроль знань (опитування-співбесіда). 2. Виконання ситуаційних та аналітичних вправ.	Ознайомити студентів з поняттям «маркетингові дослідження», їх концепцією та основними категоріями.
2	1. Поточний контроль знань (бліц-тест). 2. Обговорення комплексної ситуаційної задачі.	Ознайомити студентів із особливостями організації збору та обробки маркетингової інформації.
2	1. Поточний контроль знань (опитування-співбесіда). 2. Виконання ситуаційних та аналітичних вправ.	Ознайомити студентів із особливостями дослідження місткості ринку та його сегментування.
4	1. Поточний контроль знань (бліц-тест). 2. Виконання ситуаційних вправ. 3. Поточний контроль знань (опитування-співбесіда). 4. Виконання ситуаційних вправ. 5. Розв'язування тематичних кросвордів.	Ознайомити студентів із особливостями дослідження кон'юнктури ринку. Ознайомити студентів із особливостями дослідження конкурентного середовища фірми.

3.3 Самостійна робота студента

Самостійна робота є основним засобом засвоєння студентом навчального матеріалу в час, вільний від обов'язкових навчальних занять.

Питання до підсумкового контролю, винесені на самостійне опрацювання:

1. Порівняльна характеристика ринків окремих енергоресурсів. Світовий ринок нафти і нафтопродуктів. Транснаціональні нафтові компанії та їх вплив на ринок енергоресурсів..
2. Стратегія енергетичної політики як ключовий чинник розвитку ПЕК України.
3. Економіко-правові та фінансові аспекти функціонування ринків енергоресурсів. Роль транспортних систем у формуванні світових ринків енергоресурсів.
4. Тенденції розвитку світового ринку прямих капіталовкладень і конкурентна ніша енергетики на інвестиційному ринку. Капіталоємність, терміни та прийнятна норма повернення на інвестиції при фінансуванні енергетичних проектів.
5. Основні види та умови договорів між державою-власником енергетичних ресурсів та видобувною компанією-оператором (інвестором). Система платежів: податкова – рентна. Основні спеціальні платежі.
6. Основні види та умови фінансування інвестиційних проектів в енергетиці.
7. Енергетична геополітика та енергетична дипломатія. Паливно-енергетичні ресурси і транспортні системи як ціль та засіб світової енергетичної геополітики.
8. Напрями та масштаби імпорتنних поставок енергетичних ресурсів в Україну. Залежність від імпорту. Конкурентні позиції на світовому енергетичному ринку основних держав та України.
9. Система внутрішньої звітності організації.
- 10.Складові аналітичної системи маркетингу.
- 11.Сутність дослідження окремих складових комплексу маркетингу.
- 12.Розробка концепції маркетингового дослідження.
- 13.Граф проблем та підстави його побудови.
- 14.Різновиди цілей маркетингового дослідження.
- 15.Особливості розробки програми маркетингового дослідження.
- 16.Імітаційне моделювання: сутність, переваги, недоліки.
- 17.Неімовірнісна процедура формування вибірки у маркетингових дослідженнях та типи сформованих вибірок.
- 18.Умови доцільності використання детермінованого відбору.
- 19.Різновиди шкал та їх характеристика.
- 20.Фактори, які впливають на вибір способу зв'язку з аудиторією.
- 21.Особливості використання дескриптивного аналізу у маркетингових дослідженнях.
- 22.Особливості використання статистичного висновку у маркетингових дослідженнях.
- 23.Особливості написання звіту про проведене маркетингове дослідження.

24. Етапи методу AID при сегментуванні ринку.
25. Етапи кластерного методу сегментування ринку.
26. Алгоритм прогнозування кон'юнктури товарного ринку.
27. Особливості прогнозування попиту на базі ковзної середньої.
28. Особливості використання методу Муіра при прогнозуванні попиту.

Оцінювання вивчення даного матеріалу проводиться шляхом включення в контрольні та тестові питання.

Типові тестові завдання наведені у методичних вказівках для самостійної та індивідуальної роботи з даної дисципліни.

4. Оцінювання знань студентів

На вивчення даної дисципліни виділено 3,5 кредита (105 годин). Вони розподіляються між модульними контрольними роботами, накопичувальною частиною дисципліни (поточними практичними роботами). Розподіл балів та кредитів наведено в таблиці 4.

Таблиця 4 – РОЗПОДІЛ БАЛІВ (КРЕДИТІВ ECTS)

Семестровий модуль № 1		
Вид роботи	К-сть балів	К-сть кредитів
Модульна контрольна робота (засвоєння змістовних модулів лекційного матеріалу дисципліни)	40	1,5
Накопичувальна частина дисципліни: виконання та захист практичних робіт	60	1,5

Критерії оцінювання поточного контролю та виконання накопичувальної частини дисципліни (захист практичних робіт) вказано в таблиці 5.

Таблиця 5 – КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВИКОНАННЯ ПОТОЧНОГО КОНТРОЛЮ ТА НАКОПИЧУВАЛЬНОЇ ЧАСТИНИ ДИСЦИПЛІНИ В БАЛАХ

Види робіт, що контролюються	Номер контролю	Макс. кількість балів
1. Засвоєння змістовних модулів лекційного матеріалу дисципліни	ЗМ1	20
	ЗМ2	20

2. Практичні роботи	П 1	5
	П 2	5
	П 3	10
	П 4	10
	П 5	10
	П 6	10
	П 7	5
	П 8	5
Разом		100

Для оцінки якості засвоєння дисципліни запроваджена 100 бальна шкала. Критерії оцінювання знань, умінь та навичок студентів за чинною в університеті шкалою оцінювання наведені в таблиці 6.

Оцінювання знань з дисципліни ведеться систематично на протязі всього періоду її вивчення. Їх результати відображаються в журналі і повідомляються студентам відповідно до етапів контролю. Форма семестрового оцінювання – іспит.

Таблиця 6 – ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ

Національна	Університетська (в балах)	ECTS	Визначення ECTS	Рекомендована система оцінювання
Відмінно	90-100	A	Відмінно – відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	90-100 (відмінно)
Добре	82-89	B	Дуже добре - вище середнього рівня з кількома помилками	75-89 (добре)
	75-81	C	Добре – в загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок	
Задовільно	67-74	D	Задовільно – непогано, але зі значною кількістю недоліків	60-74 (задовільно)
	60-66	E	Достатньо - виконання задовольняє мінімальні критерії	
Незадовільно	35-59	FX	Незадовільно - потрібно попрацювати перед тим, як отримати залік або складати екзамен	35-59 (незадовільно із можливістю повторного складання екзамену)
	0-34	F	Незадовільно – необхідна серйозна подальша робота	0-34 (незадовільно із обов’язковим повторним вивченням модуля)

5. Література

Перелік основної літератури

1. Владимиров А.И., Кершенбаум В.Я. Конкурентоспособность на фоне кризиса. Нефтегазовая техника. Научное издание. – 2009 г.– 696 с.
2. Григорьев Л.И. Кершенбаум В.Я., Костогрызов А.И. Системные основы управления конкурентоспособностью в нефтегазовом комплексе. – М.: Издательство Ягелло О.И., 2010. – 374 с.
3. Енергетичні ресурси та потоки. Т. 1 / Шидловський А.К., ред. - К.: "Українські енциклопедичні знання.", 2003. - 472 с.
4. Малинка О. Я. Маркетингові дослідження : навчальний посібник / О. Я. Малинка, А. О. Устенко. – Івано-Франківськ : Фоліант, 2012. – 348 с.
5. Малинка О. Я. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник / О. Я. Малинка, А. О. Устенко. – Івано-Франківськ : Фоліант, 2012. – 328 с.
6. Міжнародні ринки ресурсів: навч. посіб. / Макогон Ю.В., ред. - К.: Центр навчальної літератури, 2005. - 194 с. - 192-193.
7. Устенко А. О. Основи маркетингу : навчальний посібник / А. О. Устенко, Л. С. Тараєвська, О. Я. Малинка. – Івано-Франківськ : Факел, 2010. – 388 с.
8. Устенко А. О. Практикум з маркетингу : навч. посібник / А. О. Устенко, І. М. Хвостіна. – Тернопіль : Економічна думка, 2001. – 224 с.
9. Устенко А. О. Управлінська діагностика : навчальний посібник / А. О. Устенко, О. Я. Малинка. – Івано-Франківськ : Фоліант, 2015. – 265 с.

Перелік додаткової літератури

1. В.П. Боровиков. Популярное введение в современный анализ данных в системе STATISTICA. Учебное пособие для вузов. – М.: Горячая линия - Телеком, 2013. – 288 с., ил.
2. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник / С. С. Гаркавенко. – К. : Лібра, 2002. – 712 с.
3. Жизнин С. З. Энергетическая дипломатия. – М., 1999.
4. Макова М.М. Нефтегазовое товароведение и сбыт продуктов нефтегазопереработки. Учебное пособие. – 2010 г. – 63 с.
5. Малинка О. Я. Бренд-менеджмент : навчальний посібник / О. Я. Малинка, А. О. Устенко. – Івано-Франківськ : Фоліант, 2013. – 293 с.
6. Малинка О. Я. Управління капіталом бренду : монографія / О. Я. Малинка. – Івано-Франківськ : Факел, 2009. – 204 с.
7. Мусина Д.Р. Международный нефтегазовый бизнес. Учебное пособие. – 2011 г. – 145 с.
8. Устенко А. О. Теорія систем і системний аналіз в менеджменті : навчальний посібник / А. О. Устенко, О. Я. Малинка. – Івано-Франківськ : Фоліант, 2012. – 328 с.
9. Устенко А. О. Управління інтегративною соціально-економічною системою підприємства (інформаційно-аналітичний аспект) : монографія / А. О. Устенко, О. Я. Малинка. – Івано-Франківськ : Фоліант, 2013. – 270 с.