

Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола

Відділення економіки та туризму



**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
Заступник директора  
з навчальної роботи  
Г.А. Ільчук  
30.01.2020р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА  
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ЦІНОУТВОРЕННЯ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ  
ГОСПОДАРСТВІ**

назва навчальної дисципліни


НАЙМЕНУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ	ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ, СПЕЦІАЛЬНОСТЬ, ОСВІТНІЙ РІВЕНЬ	ХАРАКТЕРИСТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
		денна форма навчання
Кількість кредитів ECTS – 6  Загальна кількість годин – 180 год.	Галузь знань - 24 Сфера обслуговування  Спеціальність - 241 Готельно-ресторанна справа	Вибіркова
		Мова викладання: українська
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 5 год.	Освітній рівень: перший (бакалаврський)	Рік підготовки:
		4-й (2-й)
		Лекції:
		386
		Практичні, семінарські:
		34
Самостійна робота:		
110		
		Вид контролю: залік

Розробник:

Муха Роксолана Андріївна, кандидат економічних наук, старший викладач кафедри готельно-ресторанної справи

**ПОГОДЖЕНО:**


Гарант освітньо-професійної програми

  
\_\_\_\_\_ А. М. Кулик

**РЕКОМЕНДОВАНО:**


Кафедрою готельно-ресторанної справи  
протокол № 6 від 28.01.2020р.

В. о. завідувача кафедри

  
\_\_\_\_\_ А. М. Кулик

**ПОГОДЖЕНО:**

Завідувач відділення  
економіки та туризму

  
\_\_\_\_\_ С. Я. Добровольська

## 1. МЕТА І ЗАВДАННЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення дисципліни «Ціноутворення у готельно-ресторанному господарстві» є надання студентам ґрунтовних знань щодо сутності та класифікації витрат; підходів до ідентифікування витрат; процесу управління витратами на підприємстві, що передбачає планування витрат, організацію центрів відповідальності та їх мотивування за економію витрат, контролювання та регулювання витрат; резервів зниження витрат; оптимізації операційної системи підприємства за критерієм витрат. Формування теоретичних знань та практичних навичок щодо розробки і реалізації маркетингової цінової політики підприємства. Управління витратами – засіб досягнення підприємством високого економічного результату своєї діяльності. Воно не зводиться лише до зниження витрат, а поширюється на всі елементи управління.

**Завдання** дисципліни полягає у формуванні, розвитку та удосконаленні фахових компетентностей, серед яких:

Загальні компетентності:

Здатність до розуміння соціально-економічних явищ, суспільних процесів і тенденцій науково-технічного прогресу.

Здатність застосовувати фахові та фундаментальні знання у професійній діяльності.

Фахові компетентності спеціальності:

Здатність володіти базовими поняттями, основами теорії і практики фахової підготовки, вміння їх застосовувати.

Здатність організовувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність.

Здатність проектувати процес надання основних і додаткових послуг у підприємствах (закладах) готельно-ресторанного та рекреаційного господарства.

Здатність проектувати технологічний процес виробництва продукції і складати необхідну нормативну документацію на напівфабрикати та готову кулінарну продукцію.

Здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів.

Здатність розуміти економічні процеси та здійснювати планування, управління, контроль діяльності суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу.

Здатність аналізувати і розраховувати економічні показники діяльності, визначати рівень конкурентоспроможності та економічний потенціал суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу на основі даних статистичної звітності, бухгалтерського обліку, спеціальних досліджень.

Здатність формувати ціни на продукцію або послуги, планувати обсяги їх виробництва та реалізації.

Після вивчення дисципліни студенти повинні показати такі програмні результати навчання:

Розуміння та усвідомлення соціально-економічних явищ та суспільно-економічних процесів, тенденцій науково-технічного прогресу.

Уміння застосовувати фахові та фундаментальні знання у професійній діяльності.

Здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів.

Знання номенклатури основних і додаткових послуг у закладах готельно-ресторанного господарства; уміння здійснювати операції, пов'язані з наданням цих послуг.

Здатність розуміти економічні процеси та здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

Здатність розраховувати, аналізувати та планувати фінансово-економічні показники діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу, визначати їх рівень конкурентоспроможності та економічний потенціал.

Уміння обґрунтовувати ціни на продукцію або послуги, планувати обсяги їх виробництва та реалізації.

## ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Спеціальність, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів ECTS – 6	Спеціальність: 241 “Готельно-ресторанна справа”	Обов’язкова (нормативна) Мова викладання: українська	
Кількість змістових модулів - 2		Рік підготовки:	
Загальна кількість годин – 180 год.	Освітній рівень: перший (бакалаврський)	4-й (2-й)	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 5 год.		<b>Лекції:</b>	
		36	
		<b>Практичні, семінарські:</b>	
		34	
		<b>Самостійна робота:</b>	
110			
	<b>Вид контролю:</b> залік		

**2. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
ЦІНОУТВОРЕННЯ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ**

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
	всього	Денна форма навчання			
		у тому числі			
		л	п	с	с.р.
<b>Змістовий модуль 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЦІНОУТВОРЕННЯ</b>					
<b>Тема 1.1.</b> Концепція ціноутворення	14	2		2	10
<b>Тема 1.2.</b> Принципи ринкового ціноутворення	14	4		2	8
<b>Тема 1.3.</b> Ціноутворення на підприємствах різних типів	14	2		2	10
<b>Тема 1.4.</b> Система цін	14	2		2	10
<b>Тема 1.5.</b> Аналіз системи «Витрати – випуск – прибуток»	16	4		4	8
<b>Тема 1.6.</b> Цінова стратегія підприємства на ринку	16	4		4	8
<b>Разом за змістовим модулем 1.</b>	<b>88</b>	<b>18</b>		<b>16</b>	<b>54</b>
<b>Змістовий модуль 2. ЦІНОВА ПОЛІТИКА У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ</b>					
<b>Тема 2.1.</b> Цінова політика підприємства готельно-ресторанного господарства	16	4		4	8
<b>Тема 2.2.</b> Система цін	14	2		2	10
<b>Тема 2.3.</b> Чинники та методи ціноутворення	14	2		2	10
<b>Тема 2.4.</b> Маркетингова стратегія ціноутворення	18	4		4	10
<b>Тема 2.5.</b> Цінові ризики	14	2		2	10
<b>Тема 2.6.</b> Ціноутворення в сфері готельно-ресторанного господарства	16	4		4	8
<b>Разом за змістовим модулем 2.</b>	<b>92</b>	<b>18</b>		<b>18</b>	<b>56</b>
<b>РАЗОМ</b>	<b>180</b>	<b>36</b>		<b>34</b>	<b>110</b>

# **ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ « ЦІНОУТВОРЕННЯ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ»**

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЦІНОУТВОРЕННЯ**

### **Тема 1.1. Концепція ціноутворення**

Концепції ціноутворення в економічній теорії. Концепція ціноутворення в теорії маркетингу. Маркетингова цінова політика. Маркетингова стратегія ціноутворення. Маркетингова тактика ціноутворення. Принципи, види ціноутворення та функції ціни, Принципи та види ціноутворення, функції ціни.

### **Тема 1.2. Принципи ринкового ціноутворення**

Закон попиту. Закон пропозиції. Формування ціни ринкової рівноваги. Графічне зображення ціни ринкової рівноваги. Фактори, що впливають на розмір ціни (зовнішні та внутрішні). Врахування зовнішніх і внутрішніх факторів маркетингового середовища при встановленні цін. Принцип обґрунтованості ціни. Принцип гнучкості ціноутворення у забезпечення пристосування ціни до умов ринку.

### **Тема 1.3. Ціноутворення на підприємствах різних типів**

Дослідження ринку при встановленні цін: кон'юнктура і конкурентність ринку. Фактори, що впливають на тип ринку за ознакою ступеню 8 конкурентності. Залежність ціноутворення від конкурентності ринку збуту: між можливістю реалізовувати самостійну цінову політику до орієнтації на рівень ринкових цін Особливості ціноутворення на ринку вільної конкуренції, на ринку монополістичної конкуренції, на олігополістичному ринку, на монопольному ринку.

### **Тема 1.4. Система цін**

Види цін за різними ознаками класифікації: за сферою обігу, за галузевою приналежністю, за часом дії, за правом встановлення, за врахуванням умов поставки, за використанням в обліку та статистиці. Принципи диференціації цін. Диференціація цін за географічним принципом формування та за споживачами. Включення базової умови реалізації товару в ціну (види франко в ціні) згідно з ІНКОТЕРМС. Ціни планових розрахунків. Контрактні ціни. Довідкові ціни. Знижки і надбавки до цін, їх призначення, розрахунок та основні види.

### **Тема 1.5. Аналіз системи «Витрати – випуск – прибуток»**

Система «Витрати – випуск – прибуток» як інструмент обґрунтування виробничо-збутових рішень. Сутність і передумови аналізу системи «витрати-випуск прибуток» (ВВП). Аналіз рівноваги та безпеки операційної діяльності. Залежність прибутку від операційної активності та структури витрат.

### **Тема 1.6. Цінова стратегія підприємства на ринку**

Цілі цінової політики підприємства, їх зв'язок з маркетинговими цілями

підприємства на ринку. Основні види цінових цілей підприємства: забезпечення виживання підприємства на ринку; забезпечення довгострокової прибутковості підприємства; максимізація прибутку на довгостроковому чи короткостроковому часовому інтервалі; збільшення обсягу продажу; 10 завоювання нового ринку збуту; досягнення цінового лідерства. Вибір цінової стратегії підприємства по кожному виду товару. Основні цінові стратегії підприємства на ринку.

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. ЦІНОВА ПОЛІТИКА У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ**

### **Тема 2.1. Цінова політика підприємства готельно-ресторанного господарства**

Сутність цінової політики підприємства. Принципи цінової політики. Гнучкість цінової політики підприємства. Пасивна й активна цінова політика підприємства. Види цінової політики підприємства: диференційованого ціноутворення, конкурентного ціноутворення, асортиментного ціноутворення, трансфертного ціноутворення. Цінова політика як елемент маркетингової політики підприємства. Поточне (оперативне) регулювання цін - цінова тактика підприємства на ринку. Методи цінового реагування на поточну ринкову ситуацію.

### **Тема 2.2. Система цін**

Склад і структура ціни. Класифікація цін. Ступінь і спосіб державного регулювання ціни. Внутрішньофірмові ціни. Порядок відшкодування транспортних видатків (ціни Інкотермс). Види знижок.

### **Тема 2.3. Чинники та методи ціноутворення**

Алгоритм і класифікація чинників ціноутворення. Алгоритм встановлення кінцевої ціни підприємства. Основні чинники ціноутворення. Взаємозв'язок прямих і непрямих витрат з постійними та змінними. Попит. Ціни конкурентів.

### **Тема 2.4. Маркетингова стратегія ціноутворення**

Класифікація цінових стратегій. Цінове сегментування ринку. Методи аналізу цінової динаміки. Класифікація методів ціноутворення. Витратні методи. Ринкові методи. Метод розрахунку економічної цінності товару. Метод оцінки максимально прийнятної ціни. Метод слідування за ринковими цінами. Метод слідування за лідером. Метод змагання. Нормативно-параметричні методи. Метод найменших квадратів і оцінка кривої попиту. Похідна і оцінка еластичності попиту від ціни. Ціна і оптимізація прибутку.

### **Тема 2.5. Цінові ризики**

Місце цінових ризиків в системі господарських ризиків. Класифікація господарських ризиків. Методи оцінки цінових ризиків. Класифікація методів



оцінки цінових ризиків. Управління ціновими ризиками. Запобігання можливості виникнення цінових ризиків. Пристосування до можливості виникнення цінового ризику. Оптимізація або зниження ступеня негативного впливу цінового ризику.

## **Тема 2.6. Ціноутворення в сфері готельно-ресторанного господарства**

Характеристика сфери послуг. Класифікація сервісу. Методи ціноутворення на ринку послуг. Особливості ціноутворення на види послуг. Ціноутворення на туристичні послуги. Ціноутворення на медичні послуги. Ціноутворення на послуги громадського харчування. Формування ціни бренду. Монокритеріальні методи формування ціни бренду. Мультикритеріальні методи формування ціни бренду.

Тематика практичних, семінарських занять та самостійної роботи студентів визначені у тематичному плані дисципліни. Питання та завдання практичної та самостійної роботи студентів деталізовані у відповідних методичних вказівках.

## ПОРЯДОК ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО ОЦІНЮВАННЯ

Оцінювання знань студентів з навчальної дисципліни здійснюється шляхом проведення контрольних заходів, які включають *поточний контроль*, *модульний контроль*, *виконання індивідуального навчально-дослідного завдання*.

**Поточний контроль** здійснюється під час проведення семінарських занять і має на меті перевірку знань студентів з окремих тем та рівня їх підготовленості до виконання конкретної роботи.

Ключовими формами та методами демонстрації студентами результатів навчання при поточному контролі є:

робота в малих групах – спільне опрацювання групою студентів окремих проблемних питань з наступною демонстрацією результатів засвоєння навчального матеріалу;

презентація – виступи перед аудиторією для висвітлення окремих питань, індивідуальних завдань, реферативних досліджень тощо;

дискусія – обґрунтування власної позиції у вирішенні проблемних питань застосування кримінально-правових норм;

кейс-метод – аналіз конкретних ситуацій, що дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності; передбачає розв'язування ситуативних задач із застосуванням норм кримінального законодавства.

Результати поточного контролю за семестр визначаються як середня з поточних оцінок за 100-бальною шкалою, відображених у журналах обліку відвідування та успішності академічної групи.

**Модульний контроль** проводиться з метою оцінки результатів навчання після закінчення логічно завершеної частини лекційних та практичних (семінарських) занять з певного змістового модуля.

Основною формою модульного контролю є завдання, які включають як перевірку теоретичних положень курсу, так і розв'язування практичних завдань.

Оцінки з модульного контролю за 100-бальною шкалою відображаються у журналах обліку відвідування та успішності академічної групи і включаються як окремий заліковий модуль до залікового кредиту.

**Індивідуальне навчально-дослідне завдання (ІНДЗ)** – форма організації навчання, яка має на меті поглиблення, узагальнення та закріплення знань, які студенти отримують у процесі навчання, а також застосування цих знань на практиці. Індивідуальні завдання виконують студенти самостійно під керівництвом викладачів. Як правило, індивідуальні завдання виконуються окремо кожним студентом.

ІНДЗ є видом позааудиторної індивідуальної роботи студента навчального, навчально-дослідницького характеру, яке використовується в процесі вивчення програмного матеріалу навчальної дисципліни і завершується оцінюванням.

Метою ІНДЗ є самостійне вивчення частини програмного матеріалу, систематизація, поглиблення, узагальнення, закріплення та практичне застосування знань студента з навчального курсу та розвиток навичок самостійної роботи. ІНДЗ це завершена теоретична або практична робота в межах навчальної програми курсу, яка виконується на основі знань, вмінь і навичок, отриманих у процесі лекційних, семінарських занять, охоплює тему, декілька тем або зміст навчальної дисципліни в цілому.

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою, а оцінка включається до залікового кредиту як окремий заліковий модуль.

### ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ:

За шкалою коледжу	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	відмінно	A (відмінно)
85–89	добре	B (добре)
84-75		C (добре)
67–74	задовільно	D (задовільно)
60-66		E (задовільно)
35 – 59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
0 – 34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

Підсумкова оцінка за 100-бальною шкалою розраховується як середня у відповідності з ваговими коефіцієнтами, величина яких залежить від значення кожного з контрольних заходів, що проводяться під час вивчення навчальної дисципліни.

	Модуль 1 (поточне опитування)	Модуль 2 (підс. мод. контр.)	Модуль 3 (ІНДЗ)	Підсумкова оцінка
Вагові коефіцієнти, %	70	20	10	100
Розрахунок оцінки в балах	80	85	90	82

**Приклад розрахунку підсумкової оцінки в балах:**

$$O = 80 \cdot 0,7 + 85 \cdot 0,2 + 90 \cdot 0,1 = 82$$

## **ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

Для якісного засвоєння курсу необхідна систематична та усвідомлена робота студентів в усіх видах навчальної діяльності: лекції, семінарські та практичні заняття, консультації, самостійна робота як індивідуальна, так і під керівництвом викладача.

При проведенні аудиторних занять домінуючими є лекційно-проблемні, індивідуально-диференційовані, особистісно-орієнтовані форми проведення занять та технології, спрямовані на організацію самоосвіти студента.

При проведенні практичних занять використовуються активні форми проведення занять: евристичні бесіди, дискусії, ділові ігри, кейси тощо.

Крім того, така робота повинна бути індивідуалізованою з врахуванням рівня творчих можливостей студента, його навчальних здобутків, інтересів, навчальної активності тощо.

### **Склад методичного забезпечення дисципліни:**

- робоча навчальна програма;
- опорні конспекти лекцій;
- практикум для виконання семінарських занять;
- завдання для виконання самостійної роботи та індивідуальних навчально-дослідних завдань;
- засоби поточного та підсумкового контролю (завдання для підсумкових модульних робіт, перелік питань для проведення залікового контролю).

Навчально-методичне забезпечення розміщено в електронному форматі в навчально-інформаційному середовищі коледжу на базі Moodle з відкритим доступом для студентів.

### **Інструменти, обладнання та комп'ютерне забезпечення**

Електронні енциклопедії, довідники, мультимедійні засоби у вільному доступі в Інтернет, комп'ютерні презентації за темами курсу, відкриті державні реєстри.

## Список рекомендованих джерел

### *Законодавча і нормативна база*

1. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> Proretail [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <<http://proretail.info/>>.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <<http://ukrstat.gov.ua/>>.
3. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 2 (МСБО 2).HYPERLINK "http://zakon.rada.gov.ua/go/929\_021" Запаси [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua>
4. Положення про державне регулювання цін (тарифів) на продукцію виробничо-технічного призначення; товари народного споживання: Постанова КМУ від 22.02.1995 р. № 135 // Вісник України від 23.04.1995. - № 14. - С. 374.
5. Про заходи щодо проведення моніторингу цін і тарифів на споживчому ринку: Постанова КМУ від 13. 06. 2002 р. № 803. Офіційний вісник України від 27.06.2002 р. - № 24. - Ст. 1161. - С. 51.
6. Про ціни і ціноутворення: Закон України від 21.06.2012р. № 5007 VII // Відомості Верховної Ради України. - 2013. - № 19 - С. 190.

### *Основні підручники та навчальні посібники*

1. Длигач А.О. Маркетингова цінова політика: світовий досвід; вітчизняна практика: навч. посібн. / А.О. Длигач. - К.: ВД "Професіонал", 2006. 304с.
2. Дугіна С.І. Маркетингова цінова політика: навч. посібн. / С.І. Дугіна. - К.: КНЕУ, 2005. 393 с.
3. Корінев В.Л. Цінова політика підприємства: Монографія. К.: 19 КНЕУ, 2001. 257 с.
4. Литвиненко Я. В. Сучасна політика ціноутворення: навч. посібн. для студ. вищих навч. закл. / Я.В. Литвиненко. - 2-ге вид. К.: МАУП, 2003. 240 с.
5. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення: навчальний посібник / О.Є. Мазур. К.: "Центр учбової літератури", 2012. 480 с.
6. Прохорова Т.П. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник / Т. П. Прохорова; О. В. Гронь. Х.: Вид. ХНЕУ, 2006. 164 с.
7. Тормоса Ю. Г. Ціни та цінова політика: навч. посібн. / Ю.Г. Тормоса. - К.: КНЕУ, 2001. 122 с.
8. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення: навч. посібн. / Л.О. Шкварчук. - 3-те вид. виправл. - К.: Кондор, 2005. 214 с.
9. Мельник, Л. Г. Маркетингова цінова політика [Текст] : навч. посібник / Л. Г. Мельник, Л. В. Старченко, О. І. Карінцева. - Суми : Університетська книга, 2007. 240 с.
10. Литвиненко, Я. В. Маркетингова цінова політика [Текст] : навч. посібник / Я. В. Литвиненко. К. : Знання, 2010. 294 с. 32.
11. Мазур, Олена Євгенівна. Ринкове ціноутворення [Текст] : навчальний посібник / О. Є. Мазур. Київ : Центр учбової літ., 2012. 480 с.

## Додаткова література

1. Школьник І. О. Фінансовий аналіз : навч. посібник. / І. М. Боярко, О. В. Дейнека та ін. – К. : Центр учбової літератури, 2016. 368 с.
2. Огійчук М. Ф. Фінансовий та управлінський облік за національними стандартами : підручник / Л.О. Сколотій, М. І. Беленкова та ін. – 7-ме вид., перероб. і допов. – К. : Алерта, 2016. 1040 с.
3. Партин Г.О. Фінансовий контролінг : навч. посібник / Г. О. Партин, Р.І. Задерецька. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2013. 232 с.
4. Партин Г.О. Управлінський облік : підручник / Г.О. Партин, А.Г. Загородній, Т. І. Свідрик, А. І. Ясінська, Т. М. Бойчук. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2013. 280 с.
5. Біла О. Г. Управління витратами підприємства: теорія та практика: моно-графія / О. Г. Біла, І. Л. Боднарюк, Т. В. Мединська. – Львів: Видво ЛКА, 2012. 200 с.
6. Партин Г.О. Системно-орієнтоване управління витратами промислового підприємства : монографія / Г. О. Партин, А. І. Ясінська. – Л. : ЗУКЦ, ППНВФ «Біапр». 2011. 200 с.
7. Цал-Цалко Ю.С. Витрати підприємства : навч. посібник. К. : ЦУЛ, 2002. 656 с.

## Інформаційні ресурси

Назва ресурсу або організації	Електронна адреса
<b>Веб-сайти наукових установ</b>	
Законодавство України	<a href="http://zakon1.rada.gov.ua/laws/main">http://zakon1.rada.gov.ua/laws/main</a>
Міністерство освіти і науки України	<a href="http://www.mon.gov.ua/index.php/ua/">http://www.mon.gov.ua/index.php/ua/</a>
Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського	<a href="http://www.nbuv.gov.ua/">http://www.nbuv.gov.ua/</a>
Харківська державна наукова бібліотека	<a href="http://korolenko.kharkov.com/">http://korolenko.kharkov.com/</a>
Національна парламентська бібліотека України	<a href="http://www.nplu.kiev.ua/">http://www.nplu.kiev.ua/</a>
Наукова бібліотека ім. М. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка	<a href="http://lib-gw.univ.kiev.ua/">http://lib-gw.univ.kiev.ua/</a>
Бібліотека економіста	<a href="http://library.if.ua/">http://library.if.ua/</a>
Галицький коледж імені В. Чорновола	<a href="http://moodle.gi.edu.ua/">http://moodle.gi.edu.ua/</a>