

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
Приймальна комісія

ЗАТВЕРДЖУЮ
Голова приймальної комісії
ДВНЗ «УжНУ», ректор
_____ проф. Володимир СМОЛАНКА
_____ 2025 р.

ПРОГРАМА
фахового іспиту
для вступників на навчання для здобуття ОС магістр
за спеціальністю D5 Маркетинг
(вступ на основі НРК6 / НРК7)

РОЗРОБЛЕНО
Фаховою атестаційною комісією
з спеціальності D5 Маркетинг

Голова комісії: Василь ФЕДУРЦЯ

Ужгород – 2025

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Загальні відомості. Програма складена відповідно до освітньо - професійної програми (ОПП) «Маркетинг» підготовки «магістра» спеціальності D5 «Маркетинг».

Мета вступного випробування полягає у з'ясуванні рівня теоретичних знань і практичних умінь та фахових навичок абітурієнтів для здобуття вищої освіти освітнього ступеня «магістр» ОП «Маркетинг» зі спеціальності D5 Маркетинг.

Програма визначає перелік питань, обсяг, складові та технологію оцінювання знань абітурієнтів під час вступу на навчання за другим (магістерським) рівнем вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» (ОПП «Маркетинг»).

Вимоги до здібностей і підготовленості абітурієнтів. Для успішного засвоєння дисциплін, передбачених навчальним планом ОС «магістр» спеціальності D5 «Маркетинг» (ОПП «Маркетинг»), абітурієнти повинні мати вищу освіту освітнього ступеня «магістр» чи освітньо-кваліфікаційного рівня «спеціаліст» та здібності до оволодіння знаннями, уміннями і навичками в галузі управління та адміністрування. Обов'язковою умовою також є вільне володіння державною мовою.

Фахове вступне випробування проводиться в усній (письмовій) формі. Порядок проведення іспиту визначається Положенням про приймальну комісію ДВНЗ «Ужгородський державний університет».

Характеристика змісту програми. Програма охоплює основну проблематику фахових навчальних дисциплін, які дозволяють перевірити і оцінити необхідний рівень набутих знань та практичних навичок, які є базовими для подальшого опанування магістерської програми спеціальності D5 «Маркетинг».

2. ПЕРЕЛІК ФАХОВИХ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН, З ЯКИХ ПРОВОДИТЬСЯ ВСТУПНЕ ВИПРОБУВАННЯ

Для вступників на ОС «Магістр» за спеціальністю D5 «Маркетинг» (освітня програма «маркетинг») програма фахового вступного випробування включає наступні базові дисципліни:

- Менеджмент
- Маркетинг
- Економіка підприємства

3. ТЕМИ НАВЧАЛЬНОГО МАТЕРІАЛУ ТА ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ

3.1. ТЕМИ НАВЧАЛЬНОГО МАТЕРІАЛУ ДЛЯ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

I. Менеджмент

Тема 1. Сутність, роль та методологічні основи менеджменту: менеджмент як специфічна сфера людської діяльності; сутність категорій «управління» та «менеджмент»; менеджмент як система наукових знань; менеджмент як мистецтво управління; менеджери та підприємці; рівні управління, групи менеджерів; сфери менеджменту; існуючі парадигми менеджменту; методи досліджень у менеджменті.

Тема 2. Історія розвитку менеджменту: історія розвитку управлінської думки у світі; передумови виникнення науки управління; класичні теорії менеджменту; неокласичні школи менеджменту; інтегровані підходи до управління; сучасні підходи до управління.

Тема 3. Закони, закономірності та принципи менеджменту: закони менеджменту; закономірності менеджменту; сутність, природа та роль принципів менеджменту, еволюція принципів менеджменту; класифікація принципів менеджменту.

Тема 4. Процес, функції та технологія менеджменту: процес управління як сукупність взаємопов'язаних та взаємодіючих категорій менеджменту; управлінський процес та його елементи; особливості процесу управління; техніка і технологія управління; поняття функцій менеджменту; функції менеджменту як види управлінської діяльності; класифікація та характеристика функцій менеджменту; процес управління як сукупність взаємопов'язаних та взаємодіючих категорій менеджменту.

Тема 5. Організації як об'єкти управління: поняття організації; загальні риси організації; організація як відкрита динамічна система; складові внутрішнього середовища організації; зовнішнє середовище організації, фактори прямої і непрямой дії; культура організації; еволюція організації та концепції її життєвого циклу; оцінка факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

Тема 6. Планування як загальна функція менеджменту: сутність та зміст планування як функції менеджменту; види планування та їхній взаємозв'язок; основні елементи системи планування; сутність оперативного планування; етапи процесу планування; сутність та функції стратегічного планування; методологія стратегічного планування; загальна характеристика бізнес-планування.

Тема 7. Організування як загальна функція менеджменту: сутність організаційної діяльності та її місце в системі управління; поняття та складові організаційної діяльності; повноваження, обов'язки, відповідальність; сутність організаційної структури управління; види організаційних структур управління; фактори, які впливають на формування організаційної структури; сутність та зміст організаційної культури.

Тема 8. Мотивування як загальна функція менеджменту: сутність та

еволюція поняття мотивації; процес мотивації; принципи врахування інтересів у мотивації; взаємозв'язок потреб, спонукань, цілей і заохочень працівника у процесі мотивації; теорії та моделі процесів мотивування: змістовний і процесний підходи, співставлення теорій мотивування; засоби мотиваційного впливу; стимулювання праці: цілі, принципи, види, форми.

Тема 9. Контролювання як загальна функція менеджменту: поняття контролю та його місце в системі управління; принципи і цілі функції контролювання; етапи процесу контролювання; система контролю та умови її ефективного функціонування; види управлінського контролю; поведінкові аспекти контролю.

Тема 10. Регулювання як загальна функція менеджменту: поняття регулювання та його місце в системі управління; види регулювання; сутність процесу регулювання.

Тема 11. Методи менеджменту: сутність та класифікація методів менеджменту; методи менеджменту як сукупність способів впливу керуючої системи управління на керовану; економічні методи менеджменту; адміністративні методи менеджменту; соціально-психологічні методи менеджменту; механізм взаємодії методів, принципів та функцій менеджменту.

Тема 12. Управлінські рішення: управлінське рішення як результат управлінської діяльності; класифікація управлінських рішень; умови прийняття управлінських рішень; фактори, що впливають на процес прийняття управлінських рішень; моделі прийняття управлінських рішень; підходи до прийняття управлінських рішень; різновиди технологій прийняття управлінських рішень; методи прийняття управлінських рішень; якість управлінських рішень.

Тема 13. Інформація та комунікації у менеджменті: інформація, її види та роль у менеджменті; вимоги, які пред'являються до інформації; сутність комунікацій та їхня роль у системі управління; комунікаційний процес, його елементи та етапи; моделі комунікаційного процесу; міжособистісні комунікації; організаційні комунікації; комунікаційні перешкоди та засоби їхнього подолання.

Тема 14. Керівництво та лідерство: поняття та загальна характеристика керівництва; основні фактори та визначальні аспекти керівництва; основи керівництва: вплив, лідерство, влада; форми впливу та влади; теорії лідерства; характеристика та класифікація стилів керівництва; фактори та передумови формування стилів керівництва.

Тема 15. Управління конфліктами та стресами: суть, причини виникнення конфліктів; природа конфліктів; класифікація конфліктів; контролювання та керування конфліктами в організації; типи і причини стресів; організаційні та особистісні фактори стресу; концепції управління стресом.

Тема 16. Організаційні зміни та управління ними: сутність та основні параметри організаційних перетворень; організаційні зміни та управління ними; система подолання опору змінам.

Тема 17. Відповідальність та етика у менеджменті: сутність відповідальності та етики у менеджменті; зміст юридичної відповідальності організації; економічна відповідальність менеджменту організації; соціальна відповідальність як добровільна реакція на соціальні проблеми суспільства з боку

організації; переваги та недоліки соціальної відповідальності; етика та сучасне управління; причини неетичної поведінки та заходи щодо її запобігання.

Тема 18. Ефективність менеджменту: поняття ефективності менеджменту; вимір і оцінка ефективності менеджменту; критерії та показники ефективності менеджменту.

II. Маркетинг

Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція: розуміння сутності маркетингу; методологічні підходи до характеристики маркетингу; походження та розвиток маркетингу; еволюція концепцій маркетингу; основні поняття та категорії в маркетингу.

Тема 2. Система та характеристики сучасного маркетингу: принципи, завдання та функції маркетингу; комплекс маркетингу; види маркетингу за різними критеріями.

Тема 3. Маркетингові дослідження: сутність і система маркетингових досліджень; маркетингова інформація та маркетингова інформаційна система; зовнішнє та внутрішнє маркетингове середовище підприємства.

Тема 4. Маркетингова товарна політика: сутність маркетингової товарної політики; маркетингова концепція товару; життєвий цикл товару; управління товарним асортиментом і номенклатурою товарів підприємства; сутність поняття «новий товар»; планування нових товарів.

Тема 5. Маркетингова цінова політика та методи ціноутворення: сутність маркетингової цінової політики; алгоритм маркетингового розрахунку цін; управління цінами підприємства; методи прямого ціноутворення; непряме маркетингове ціноутворення.

Тема 6. Маркетингова політика комунікацій: сутність маркетингової політики комунікацій; алгоритм формування комплексу маркетингових комунікацій; реклама; пропаганда; стимулювання збуту; персональний продаж; прямий маркетинг.

Тема 7. Маркетингова політика розподілу: сутність маркетингової політики розподілу; формування каналів розподілу; управління та оцінювання каналів розподілу; посередницька діяльність у каналах розподілу.

Тема 8. Організація і контроль маркетингової діяльності на підприємстві: організація маркетингової діяльності на підприємстві; контроль маркетингової діяльності підприємства.

III. Економіка підприємства

Тема 1. Підприємство як суб'єкт господарювання та ринкових відносин: поняття підприємства як головної ланки народного господарства, його основні риси; мета, завдання і основні напрямки діяльності підприємства; створення підприємства та правові основи його функціонування; виробничі об'єднання підприємств і організацій, порядок їх утворення, функції та мета; характеристика видів інтеграційних форм підприємств і організацій: добровільні і інституційні об'єднання (асоціації, консорціуми, концерни, корпорації, фінансово-промислові

групи, холдинги тощо).

Тема 2. Управління, регулювання, прогнозування та планування діяльності підприємства: мета і завдання виробничої діяльності та необхідність управління нею; поняття і принципи управління суб'єктами господарювання та шляхи вдосконалення; поняття і класифікація методів управління; структура органів управління промисловістю, галуззю, підприємством; типи організаційних структур управління: лінійні, функціональні, штабні, матричні (програмно-цільові), дивізіональні; прогнозування діяльності підприємства: мета, ознаки, об'єкти, принципи; основні принципи та методи планування; система планів виробничої діяльності та порядок їх розробки; види планів: стратегічні, тактичні й оперативні, бізнес-плани.

Тема 3. Персонал підприємства та продуктивність праці: кадри підприємства, їх склад і структура; категорії персоналу підприємства, робітники, службовці, спеціалісти, керівники; класифікація персоналу за професіями та кваліфікацією; чинники, що впливають на рівень кваліфікації керівників, спеціалістів і службовців; розрахунок чисельності працюючих на підприємстві; планування дійсного фонду робочого часу працюючого; методи визначення чисельності основних робітників за трудомісткістю виробничої програми, нормами обслуговування, нормами виробітку; розрахунок чисельності допоміжних робітників; визначення чисельності керівників, спеціалістів і службовців; продуктивність праці та її вимірники: натуральні, трудові та вартісні; форми та ефективність підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів.

Тема 4. Виробничі фонди підприємства. Основний капітал і виробничі потужності підприємства: основні фонди – складова частина виробничих фондів підприємства; поняття, класифікація, структура основних фондів і їх роль в розширеному відтворенні; особливості структури основних фондів в галузях; первісна, відновна та залишкова вартість основних фондів; облік і оцінка основних фондів; види та показники зношення основних фондів; амортизація основних фондів; утворення і використання фонду амортизаційних відрахувань; норми амортизації; прискорена амортизація; напрямки відтворення основних фондів; система показників ефективності відтворення та використання основних фондів; шляхи підвищення ефективності використання і основні напрямки інтенсифікації відтворення основних фондів; виробнича потужність і фактори, що на неї впливають; методи визначення виробничої потужності на підприємствах різних галузей.

Тема 5. Оборотні фонди та оборотні засоби підприємства: поняття, матеріальний склад і структура оборотних фондів підприємства; система показників використання матеріальних ресурсів; поняття оборотних коштів підприємства; загальна характеристика та нормування оборотних коштів; сутнісна характеристика та класифікація оборотних коштів підприємства; нормовані і ненормовані оборотні кошти; методи розрахунку нормативів оборотних засобів (аналітичний, коефіцієнтний, прямого рахунку); розрахунок нормативів оборотних засобів у виробничих запасах, незавершеному виробництві, витратах майбутніх періодів, залишках готової продукції на складі;

методика розрахунку показників ефективності використання оборотних коштів: коефіцієнт оборотності (завантаження), тривалість одного обороту; шляхи покращення використання оборотних коштів.

Тема 6. Нематеріальні та фінансові ресурси підприємства: поняття та класифікація фінансових ресурсів; процес формування та джерела фінансових ресурсів підприємства; поняття та види кредитних ресурсів; суть та джерела банківського кредитування підприємства; поняття і види нематеріальних ресурсів підприємства, їх вплив на конкурентоспроможність його продукції в певному сегменті ринку.

Тема 7. Інвестиційні ресурси підприємства: поняття, характеристика та роль інвестицій у відтворенні виробничого потенціалу підприємства; склад інвестицій підприємства; внутрішні та зовнішні джерела інвестування; іноземні інвестиції та їх види (прямі та портфельні); різновиди та структура реальних (виробничих) інвестицій (капіталовкладень); структура капітальних вкладень (технологічна, відтворювальна): тенденції й динаміка; планування виробничих інвестицій (капітальних вкладень); джерела фінансування та обчислення необхідного обсягу капітальних вкладень.

Тема 8. Інноваційні процеси та їх ефективність: поняття, характеристика й види інноваційних процесів та їх реалізація на підприємстві; класифікація нововведень за масштабами впливу на ефективність виробництва (глобальні та локальні); взаємозв'язок між видами інноваційних процесів на підприємстві; інвестування нововведень та інноваційний лізинг.

Тема 9. Техніко-технологічна база виробництва. Організація основного виробництва: характеристика техніко-технологічної бази виробництва; виробничий процес; основні, допоміжні та обслуговуючі процеси; поняття та структура виробничого циклу; види руху предметів праці у виробництві; розрахунок тривалості технологічної частини виробничого циклу; поняття і принципи організації виробничого процесу; класифікація виробничих процесів за призначенням, перебігом у часі та ступенем механізації (автоматизації); поняття і класифікація методів організації виробничого процесу (індивідуальний, партійний, поточний); загальна характеристика потокового виробництва; класифікація поточкових ліній; розрахунок основних параметрів поточкових ліній; організація потокового виробництва: ознаки й сфери застосування; тенденція розвитку потокового виробництва в Україні; організація виробничого процесу в часі.

Тема 10. Виробнича і соціальна інфраструктури: поняття і функції системи технологічного обслуговування підприємства; значення раціональної організації роботи допоміжних цехів і господарств для забезпечення рівномірної роботи підприємства; склад і організація роботи ремонтного господарства; інструментальне господарство: його підрозділи та процеси управління; необхідність та організація роботи енергетичного господарства; енергозберігаючі технології; організація роботи транспортного та складського господарств.

Тема 11. Виробництво, якість і конкурентоспроможність продукції: поняття і визначення рівня конкурентоспроможності продукції; поняття «якість продукції»; виробничі і споживчі властивості продукції та її технічний рівень;

показники і вимірники якості продукції; управління якістю продукції; заводські системи управління якістю продукції; «Петля» якості; методи контролю якості продукції.

Поняття, складові елементи та принципи здійснення стандартизації продукції; вітчизняні стандарти; економічне значення сертифікації продукції; види сертифікації: обов'язкова і добровільна; міжнародні системи стандартизації і сертифікації продукції.

Тема 12. Мотивація та оплата праці на підприємстві: мотивація як процес стимулювання людей до ефективної діяльності; вимоги до системи мотивації оплати праці; методи мотивації праці на підприємстві; поняття, види і шляхи росту заробітної плати; основні принципи організації оплати праці та її регулювання; функції оплати праці та їх реалізація; державне регулювання оплати праці та соціального захисту; регулювання оплати праці на основі колективного договору; тарифна система, єдина тарифна система розрядів і коефіцієнтів з оплати праці; оплата праці керівників, спеціалістів, службовців, робітників; форми і системи оплати праці; використання колективної системи оплати праці; формування фонду оплати праці на підприємстві.

Тема 13. Витрати і ціни на продукцію підприємства: поняття і класифікація витрат на виробництво продукції; структура поточних витрат та їх включення до собівартості продукції; поняття і методика розрахунку кошторису витрат на виробництво; калькулювання витрат на виробництво продукції; об'єкти калькулювання й калькуляційна одиниця; типова номенклатура калькуляційних статей витрат; методика обчислення окремих статей калькуляції; методи прогнозування собівартості нових виробів (питомих витрат, бальний, агрегатний, кореляційний, графоаналітичний); економічний зміст, функції і види цін та сфери їх застосування; методи встановлення цін: собівартість плюс прибуток, забезпечення фінансованої величини прибутку, за рівнем поточних цін (конкуренції), за рівнем попиту; система знижок і доплат до ціни; державне регулювання ціноутворення; шляхи вдосконалення ціноутворення в Україні.

Тема 14. Фінансово-економічні результати, ефективність діяльності та економічна безпека підприємства: виручка від реалізації продукції і дохід підприємства; дохід і прибуток – показники фінансових результатів, різниця між ними; показники прибутку, їх розрахунок; рентабельність – відносний показник ефективності діяльності підприємства; показники рентабельності та їх розрахунок; шляхи підвищення рентабельності на підприємствах різних галузей економіки України; суть і методичні підходи до оцінки загального фінансово-економічного стану підприємства; методика розрахунку показників фінансового стану підприємства: прибутковості, ліквідності, оборотності, стійкості.

Тема 15. Банкрутство, санація, реструктуризація та ліквідація підприємства: кризова ситуація і банкрутство; причини і симптоми банкрутства; контроль за ознаками банкрутства та його попередження; процедура оголошення банкрутства в засобах масової інформації; Закон України "Про банкрутство"; система виживання підприємства в ринкових умовах господарювання; форми реструктуризації: злиття, перетворення, поглинання; вітчизняний і зарубіжний досвід реструктуризації підприємств (організацій); суть і мета санації (фінансово-

економічного оздоровлення) підприємств (організації); практика і ефективність санації в Україні; процес ліквідації збанкрутілого підприємства; управління майном боржника; тривалість процесу ліквідації підприємства-банкрута.

3.2. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ

I. Менеджмент

1. Менеджмент як специфічна сфера людської діяльності.
2. Сутність категорій «управління» та «менеджмент».
3. Менеджери та підприємці.
4. Рівні управління, групи менеджерів.
5. Класичні теорії менеджменту.
6. Закони менеджменту.
7. Закономірності менеджменту.
8. Сутність та природа принципів менеджменту.
9. Класифікація функцій менеджменту.
10. Характеристика загальних (основних) функцій менеджменту.
11. Характеристика конкретних (спеціальних) функцій менеджменту.
12. Поняття та загальні риси організації.
13. Організація як відкрита динамічна система.
14. Внутрішнє середовище організації.
15. Зовнішнє середовище організації.
16. Поняття планування як загальної функції менеджменту.
17. Змістовні теорії мотивації.
18. Теорії процесу мотивації.
19. Місце контролювання у системі управління.
20. Процес контролювання.
21. Сутність і зміст регулювання як загальної функції управління.
22. Поняття та зміст методів управління
23. Класифікація методів менеджменту.
24. Місце управлінських рішень у процесі управління.
25. Технологія прийняття управлінських рішень.
26. Інформація, її властивості та роль у процесі менеджменту.
27. Сутність і види комунікацій.
28. Керівництво як об'єднувальна функція менеджменту.
29. Форми влади та впливу.
30. Теорії лідерства.

II. Маркетинг

1. Сутність маркетингу та еволюція концепцій маркетингу.
2. Елементи комплексу маркетингу.
3. Види маркетингу за різними критеріями.
4. Суть, види та етапи маркетингових досліджень.

5. Маркетингова інформація, її види, методи та джерела збирання.
6. Зовнішнє та внутрішнє маркетингове середовище підприємства.
7. Сутність маркетингової товарної політики підприємства.
8. Маркетингова концепція товару.
9. Життєвий цикл товару.
10. Суть управління товарним асортиментом і номенклатурою товарів підприємства.
11. Сутність поняття «новий товар».
12. Етапи процесу планування нових товарів.
13. Сутність маркетингової цінової політики.
14. Етапи маркетингового розрахунку цін.
15. Політика управління цінами підприємства.
16. Методи прямого ціноутворення.
17. Методи непрямого маркетингового ціноутворення.
18. Сутність маркетингової політики комунікацій.
19. Алгоритм формування комплексу маркетингових комунікацій.
20. Суть і завдання реклами, її класифікація.
21. Переваги та недоліки основних носіїв реклами.
22. Суть пропаганди та її форми.
23. Суть стимулювання збуту. Переваги і недоліки засобів стимулювання збуту.
24. Суть персонального продажу, його типи та процес.
25. Суть прямого маркетингу, переваги та недоліки інформаційних засобів прямого маркетингу.
26. Сутність і функції маркетингової політики розподілу. Характеристика каналів розподілу та сутність їх формування.
27. Сутність управління й оцінювання каналів розподілу.
28. Сутність посередницької діяльності у каналах розподілу. Функції та класифікація посередників.
29. Види організаційних структур управління маркетингом, переваги і недоліки кожної із структур.
30. Суть, цілі і завдання контролю маркетингової діяльності підприємства, види (типи, форми) контролю маркетингової діяльності.

III. Економіка підприємства

1. Поняття підприємства, його основні риси та середовище функціонування.
2. Правові основи функціонування підприємства.
3. Види підприємств, форми їх об'єднань та коопераційних зв'язків.
4. Види планування. Система планів та порядок їх розробки.
5. Кадровий потенціал підприємства: класифікація і структура.
6. Продуктивність праці: суть і методи вимірювання.
7. Визначення чисельності працюючих на підприємстві та показники використання трудових ресурсів.
8. Поняття, класифікація і структура основних виробничих фондів (ОВФ).

9. Амортизація основних фондів підприємства. Показники використання ОВФ.
10. Економічна суть, матеріальний склад і структура оборотних фондів і оборотних засобів підприємства.
11. Оборотність оборотних засобів підприємства, показники оборотності.
12. Поняття та класифікація фінансових ресурсів підприємства.
13. Склад і структура фінансових ресурсів підприємства.
14. Поняття і структура нематеріальних ресурсів підприємства.
15. Інвестиції підприємства: поняття та функціонально-елементний склад.
16. НТП, його напрямки і вплив на інтенсифікацію виробництва
17. Види інноваційних процесів і їх реалізація на підприємстві
18. Науково-технічна підготовка виробничих нововведень
19. Поняття і класифікація виробничих процесів, організація виробничого процесу в часі.
20. Організаційні типи виробництва та їх техніко-економічна характеристика.
21. Поняття якості продукції та її основні показники. Стандартизація та сертифікація продукції.
22. Конкуренентоспроможність продукції.
23. Поняття, види та принципи оплати праці. Мотивація оплати праці на підприємстві
24. Поняття і види цін на продукцію підприємства.
25. Виручка від реалізації продукції і дохід підприємства
26. Економічна суть і види прибутку підприємства, його розрахунок і використання
27. Поняття і показники рентабельності виробництва та методи їх розрахунку
28. Оцінка та шляхи забезпечення фінансової стійкості підприємства.
29. Банкрутство підприємств (організацій) як економічне явище.
30. Контроль за ознаками банкрутства і його попередження.

4. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Критерії оцінювання вступного випробування. Виконання завдань оцінюється за такими критеріями:

- повнота й ґрунтовність викладу навчального матеріалу;
- аргументованість тверджень;
- суб'єктне усвідомлення змісту;
- термінологічна коректність.

Фахове вступне випробування проводиться в усній (письмовій) формі. Тривалість фахового вступного випробування - 2 години (120 хвилин). Завдання складаються з 3 питань, на які потрібно дати розгорнуту відповідь (правильна відповідь на питання оцінюється максимально 20 балами) та 8 тестів (правильна відповідь за кожен тест оцінюється в 5 балів).

Загальна кількість балів знаходиться шляхом підсумовування балів за

відповіді на питання та виконання окремих тестових завдань +100 балів.

Вступник допускається до участі у конкурсному відборі для зарахування на навчання, якщо отримав позитивні результати на іспиті.

5.РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

I. Менеджмент

1. Менеджмент: навч. посіб. / [Г. О. Дорошенко та ін.]; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Г. О. Дорошенко. Харків: ВСВ-Принт, 2015. 299 с.
2. Менеджмент: навч. посіб. / Н.С. Краснокутська, О.М. Нащекіна, О.В. Замула та ін. Харків: «Друкарня Мадрид», 2019. 231 с.
3. Основи менеджменту: підручник для студентів вищих навчальних закладів / кол. авторів; за ред. А. А. Мазаракі. Харків: Фоліо, 2014. 846 с.
4. Основи менеджменту: Конспект лекцій [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування» / КПІ ім. Ігоря Сікорського; укладачі: Т.В. Лазоренко, С.О. Пермінова.– Електронні текстові дані (1 файл: 560 КБ). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2021.166 с. URL: <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/41193/1/Managment.pdf>
5. Осовська Г. В., Осовський О. А. Менеджмент: підручник. 4-е вид., переробл. і доп. К.: Кондор-Видавництво, 2015. 563 с.
6. Стахів О. Г., Явнюк О. І., Волощук В.В. Вступ до менеджменту: навч. посіб. / за наук. ред. док. екон. наук, проф. М. Г. Бойко. Івано-Франківськ: «Лілея-НВ», 2015. 336 с.

II. Маркетинг

1. Збірник тестів із маркетингу / за ред. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2018. 416 с.
2. Ковшова І. О. Маркетинговий менеджмент: теорія, методологія, практика: монографія. Вид.-во ФОП Вишемирський В. С., 2018. 516 с.
3. Котлер Філіп, Армстронг Гарі. Основи маркетингу. Вид-во «Науковий світ – Київ», 2022. 880 с.
4. Котлер Філіп, Катарджая Гермаван, Сетьяван Іван. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. КМ-БУКС, 2019. 224 с.
5. Майовець Є.Й., Майовець Я.М. Маркетинг у роздрібній торгівлі: навч. посібник. Львів: «Галич-прес», 2022. 220 с.
6. Маркетинг промислового підприємства: Навч. посіб. / Яковлев А.І., Ларка М.І., Сударкіна С.П. та ін./ за ред. проф. А.І. Яковлева, проф. М.І. Ларки. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2019. 496 с.
7. Маркетинг [Електронний ресурс]: навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.]; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с. URL <chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcglclefindmkaj/http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/42757/3/%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB>

[%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%202021%20%283%29%20%281%29.pdf](#)

8. Маркетинг: навч. посіб. / за ред. проф. Буряка Р.І. Київ: ЦП «Компринт», 2019. 765 с.
9. Словник термінів з маркетингу / за ред. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 228 с.
10. Тенденції розвитку маркетингу в Україні: функціональний підхід: монографія / За наук. ред., проф. Є.Й. Майовця. Львів, 2016. 262 с.

III. Економіка підприємства

1. Бандурка О.М., Ковальов Є.В., Садиков М.А., Маковоз О.С. Економіка підприємства: навчальний посібник. Х.: ХНУВС. 2017. 192 с.
2. Дмитрієв І. А. Економіка підприємства: навчальний посібник для практичних занять і самостійної роботи студентів вищих навчальних закладів / І. А. Дмитрієв, І. Ю.Шевченко. Х.: ХНАДУ, 2018. 292 с
3. Економіка і управління підприємствами у схемах і таблицях : навчальний посібник / В. І. Куцик, О. І. Кліпкова. Львів : Вид-во ЛТЕУ, 2020. 316 с.
4. Економіка підприємства : навч. посіб. / Н. В. Романченко, Т. В. Кожемякіна, К. В. Пічик. Київ : НаУКМА, 2018. 304 с.
5. Економіка підприємства: навчальний посібник / О. М. Бандурка, Є. В. Ковальов, М. А. Садиков, О. С. Маковоз; за заг. ред. О. М. Бандурки. Харків: ХНУВС. 2017. 192 с.
6. Яркіна Н. М. Економіка підприємства : навч. посіб. К. : Видавництво Ліра-К, 2017. 600 с.