

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИЙМАЛЬНА КОМІСІЯ**



ПРОГРАМА
фахового іспиту замість ЄФВВ для вступу на навчання
для здобуття освітнього ступеня магістра
на основі НРК6 та НРК7

галузь знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
спеціальність	D7 «Торгівля»
факультет	Торгівлі та маркетингу
освітні програми	«Митна справа» «Товарознавство і комерційна діяльність» «Товарознавство та організація зовнішньої торгівлі» «Торговельний бізнес»

Київ 2025

ВСТУП

Програму фахового іспиту розроблено для здобуття ОС «магістр» за спеціальністю D7 «Торгівля», освітніми програмами: «Митна справа», «Товарознавство і комерційна діяльність», «Товарознавство та організація зовнішньої торгівлі», «Торговельний бізнес».

Фаховий іспит проводиться з метою виявлення рівня підготовки вступника, ступеня володіння професійними знаннями для подальшого опанування ступеня «магістр» із зазначених спеціальностей.

До складу програми фахового іспиту увійшли змістові модулі програм дисциплін професійної підготовки та програми самостійного вибору ДТЕУ, які є професійно орієнтованими для тієї чи іншої магістерської освітньої програми.

Програма складається з чотирьох розділів:

1. Товарознавство.
2. Підприємництво.
3. Маркетинг.
4. Менеджмент.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ ФАХОВОГО ІСПИТУ

Розділ 1. ТОВАРОЗНАВСТВО

Принципи формування асортиментної структури харчових продуктів - зерноборошняних товарів, виробів спеціального призначення; плодів, овочів, грибів та продуктів їх переробки; смакових товарів: чаю, чайних напоїв, кави, кавових напоїв, прянощів, приправ, безалкогольних напоїв, мінеральних вод, пива та медових напоїв, виноградних та плодово-ягідних вин, спирту та спиртних напоїв, горілки, напоїв лікєро-горілочаних, коньяків та бренді, тютюнових виробів та продуктів для зменшення тютюнової залежності; крохмалю та крохмалепродуктів, цукру та замінників цукру, меду натурального та штучного, кондитерських виробів; борошняних кондитерських виробів, національних кондитерських виробів та виробів спеціального призначення, жувальної гумки; харчових жирів: рослинних олій, жирів тваринних топлених, масла вершкового, модифікованих жирів, маргаринової продукції, майонезу та майонезних соусів; молока та молочних продуктів; птишиних яєць та продуктів їх перероблення; м'яса та м'ясних товарів; риби та рибних товарів; харчових концентратів.

Споживні властивості харчових продуктів та шляхи їх підвищення.

Поняття безпечності та якості харчових продуктів. Законодавчо-нормативне регулювання безпечності та якості харчових продуктів в Україні та інших країнах світу. Гармонізація вимог щодо безпечності та якості харчових продуктів з вимогами Європейського союзу. Чинники формування безпечності та якості харчових продуктів. Показники безпечності та якості харчових продуктів. Методи оцінювання безпечності та якості харчових продуктів.

Роль брендів у формуванні асортименту харчових продуктів.

Показники та характеристики асортименту харчових продуктів.

Методологія формування асортименту харчових продуктів.

Принципи формування асортименту харчових продуктів в умовах непрогнозованих факторів впливу.

Питна вода. Вимоги до безпечності. Способи очищення води в умовах екологічних ризиків.

Особливості пакування харчових продуктів у споживчу та транспортну тару. Специфіка пакування харчових продуктів у харчові набори для окремих категорій споживачів.

Значення маркування споживчої тари у забезпеченні поінформованості споживачів щодо харчових продуктів. Особливості маркування фасованих харчових продуктів. Маркування транспортної тари харчових продуктів.

Екологічні аспекти утилізації тари.

Умови та режими зберігання харчових продуктів. Процеси, що відбуваються під час зберігання харчових продуктів. Способи подовження термінів зберігання харчових продуктів. Альтернативні режими та способи зберігання харчових продуктів в непрогнозованих умовах.

Вимоги до транспортування харчових продуктів.

Дефекти харчових продуктів, причини їх виникнення і шляхи запобігання.

Види втрат харчових продуктів в процесі життєвого циклу та способи їх зменшення.

Фальсифікація харчових продуктів, способи її виявлення та захисту від підробки. Способи поводження з неякісною та небезпечною продукцією.

Загальне поняття та характеристика непродовольчих товарів.

Сировинні матеріали для виготовлення непродовольчих товарів та їх вплив на споживні властивості готової продукції. Особливості технології виготовлення та принципові схеми виробництва непродовольчих товарів.

Основні чинники, які впливають на формування якості та асортименту непродовольчих товарів. Номенклатура показників якості, вимоги національних, європейських та міжнародних стандартів до різних груп непродовольчих товарів. Методи дослідження споживних властивостей непродовольчих товарів.

Характерні ознаки непродовольчих товарів різних груп. Особливості декорування окремих груп непродовольчих товарів. Декор: класифікація, види та їх характерні ознаки. Дефекти: класифікація, види, характерні ознаки та причини виникнення, їх вплив на якість та сортність непродовольчих товарів. Особливості сортування, пакування, маркування, зберігання та транспортування різних груп непродовольчих товарів.

Класифікація та характеристика асортименту непродовольчих товарів: пластичні маси і товари з них; хімічні товари; силікатні товари; металогосподарські товари; будівельні матеріали та вироби; електротовари: провідникові та електроустановочні вироби; прилади для освітлення; електронагрівальні прилади; прилади для термічної обробки харчових продуктів; прилади для приготування напоїв і підігрівання води; прилади для прасування одягу та білизни; нагрівний електроінструмент; прилади для обігріву приміщень та тіла людини; електричні машини і прилади; машини для

зберігання та обробки харчових продуктів; машини для обробки білизни, прибирання приміщень, для ремонту та шиття одягу, для створення та підтримання мікроклімату в приміщенні, для механізації господарських робіт; прилади для одержання, встановлення або вимірювання струму і напруги; електроприлади особистої гігієни; меблі та меблеві товари; взуттєві товари; текстильні товари: волокна, нитки, тканини та нові види текстильних матеріалів; трикотаж; підкладкові та прикладні матеріали, теплоізоляційні, з'єднувальні та фурнітура; швейні товари; килими та килимові вироби; хутряні товари; товари для розвитку особистості та культурного дозвілля: папір, картон та вироби з них; книжкові товари; шкільно-письмові та канцелярські товари; музичні товари; товари для спорту та активного відпочинку; іграшки; електронні товари; ювелірні товари та годинники; парфумерно-косметичні товари; галантерейні товари; вироби декоративно-ужиткового мистецтва; транспортні засоби; паливно-мастильні товари.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Codex Alimentarius. International food standards. URL: <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/codex-texts/list-standards/en/>
2. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів: Закон України від 20.09.2015 № 771/97-ВР. URL: www.zakon.rada.gov.ua
3. Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів : Закон України від 06.12.2018 № 2639-VIII-ВР. URL: www.zakon.rada.gov.ua
4. Байдакова Л.І. Товарознавство. Непродовольчі товари: взуттєві і хутряні вироби Підручник. Київ: Вища школа, 2007. 183 с.
5. Галик І.С., Семак Б.Д. Товарознавство непродовольчих товарів. Ч. 2. Товарознавство трикотажних товарів. Київ: Укоопосвіта, 2001. 296 с.
6. Дубініна А.А., Янчева М.О., Ольховська В.С., Непочатих Т.А. Товарознавство. Харчові продукти з генетично модифікованої сировини. Навчальний посібник. Харків: ХДУХТ, 2018. 231 с.
7. Товарознавство: продовольчі товари : навч. посібник / І. В. Сегеда ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. – 224 с.
8. Товарознавство плодоовочевої продукції [Текст] : навч. посіб. / Л. М. Пузік [та ін.] ; Нац. акад. аграр. наук України, Ін-т овочівництва і баштанництва, Держ. біотехнол. ун-т. - Вінниця : ТВОРИ, 2023. - 370 с.
9. Товарознавство : підручник [Електронне видання] /Т. Ю. Мельник. – Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. – 364 с.
10. Кириченко Л.С. Крохмаль, цукор, мед та кондитерські вироби: підручник. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 359 с.
11. Класифікація непродовольчих товарів: монографія / А.А. Мазаракі, Н.В. Мережко, Л.А. Коптюх, В.В. Індутний [та ін.]; за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 548 с.
12. Колтунов В.А., Романенко О.Л. Субтропічні та тропічні плоди: підручник.

- Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. 195 с.
13. Мазаракі А.А., Притульська Н.В., Лебська Т.К. Інноваційні технології переробки риби: навч. посіб. Київ: КНТЕУ, 2015. 344 с.
 14. Орлова Н.Я., Пономарьов П.Х. Фрукти, ягоди, овочі, гриби та продукти їхньої переробки: підручник 3-є вид., переробл. та допов. Київ.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 516 с.
 15. Пугачевський Г.Ф. Товарознавство непродовольчих товарів. Ч. 1. Текстильне товарознавство (Текстова частина та ілюстрації). Київ: НМЦ «УКопосвіта», 2006. 347с.
 16. Романенко О.Л. Товарознавство смакових товарів: підручник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 559 с.
 17. Рудавська Г.Б., Тищенко Є.В. Молочні та яєчні товари: підручник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 371 с.
 18. Рудавська Г.Б., Тищенко Є.В. Харчові концентрат: підручник. Київ.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2001. – 320 с.
 19. Салухіна Н.Г., Самойленко А.А., Ващенко В.В. Товарознавство зерноборошніаних товарів: підручник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. 357 с.
 20. Сирохман І.В., Раситюк. К.В. Товарознавство м'яса і м'ясних товарів: підручник. Київ: Центр навч. л-ри, 2004. 378 с.
 21. Товарознавство текстильних товарів: навч. посіб. / В. А. Афанасьєва, М. В. Нечипорук, І. М. Берешко та ін. Харків: Нац. аерокосм. ун-т «Харк.авіац. ін-т», 2010. 139 с.
 22. Товарознавство. Т. 1. Непродовольчі товари: підручник/ авт.: Н.В. Мережко, О.Р. Мокроусова, Л.А. Коптюх та ін.; каф. товарознавства та мит. справи. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. 760 с.
 23. Товарознавство. Т. 2. Ювелірні вироби та годинник: підручник / В. В. Індутний, К. А. Пірковіч, О. І. Сім'ячко, Н. Б. Марчук. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. 320 с.
 24. Товарознавство. Т. 3. Електротовари: підручник / Л. В. Андрієвська, Т. Г. Глушкова, Н. Б. Марчук. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. 272 с.
 25. Товарознавство. Т. 4. Господарські товари: підручник / Т. М. Коломієць, О. І. Сім'ячко, В. О. Комаха. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. 364 с.
 26. Товарознавство. Т. 5. Будівельні та меблеві товари: підручник / О. І. Сім'ячко, О. С. Комаха, В. О. Комаха. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. 232 с.
 27. Тищенко Є.В. Харчові жири: підручник. Київ.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 226 с.
 28. Ентеральна нутрітивна підтримка населення в умовах надзвичайних ситуацій: Монографія/ Притульська Н. В., Асланян С. А., Мотузка Ю. М., Гуліч М. П., Заруцький Я.М., Антюшко Д. П. Київ: КНТЕУ, 2018. 280 с.

Розділ 2. ПІДПРИЄМНИЦТВО

Теоретичні засади підприємництва. Сутність підприємництва. Основні принципи та функції підприємницької діяльності. Види підприємництва: виробниче підприємництво, торговельне (комерційне) підприємництво, торговельно-посередницька діяльність, біржове підприємництво, підприємництво у сфері послуг. Форми організації підприємницької діяльності: суб'єкти підприємницької діяльності, види підприємств за метою й характером діяльності, види підприємств за способом створення (заснування) та формування статутного капіталу, види підприємств за формами власності майна, види підприємств за національною належністю капіталу, види підприємств за технологічною цілісністю і ступенем підпорядкування, види підприємств за розмірами.

Організація підприємницької діяльності. Обґрунтування і вибір ідеї підприємницької діяльності. Вибір сфери діяльності: виробництво, торгівля, послуги. Вибір форми організації підприємництва: одноосібне володіння, партнерство (товариство). Реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності. Основні етапи реєстрації фізичних осіб-підприємців (ФОП).

Планування підприємницької діяльності. Бізнес-планування. Розроблення бізнес-плану. Етапи розроблення бізнес-плану: визначення цілей та головної мети складання бізнес-плану; визначення цільових користувачів бізнес-плану (в залежності від мети); визначення структури бізнес-плану (повна або скорочена); збирання даних для кожного розділу бізнес-плану; складання бізнес-плану; експертиза і доопрацювання бізнес-плану; презентація бізнес-плану. Склад основних розділів бізнес-плану. Основні показники ефективності проєкту.

Ресурсне забезпечення підприємницької діяльності: матеріальні ресурси як засоби та предмети праці, що використовуються у підприємницькій діяльності; нематеріальні ресурси; трудові ресурси; фінансові ресурси; інвестиції в підприємницькій діяльності.

Ефективність підприємницької діяльності. Результати підприємницької діяльності. Показники ефективності використання матеріальних ресурсів. Показники ефективності використання трудових ресурсів. Рентабельність. Шляхи підвищення ефективності підприємницької діяльності.

Соціальна відповідальність бізнесу та ділова етика. Соціальна відповідальність бізнесу. Основні вимоги до соціальної відповідальності бізнесу. Складові соціальної відповідальності. Ділова етика підприємця.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Основи підприємницької діяльності : підручник / за редакцією д.е.н., проф. В. М. Марченко. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. Вид-во «Політехніка», 2022. – 515 с.
2. Основи підприємництва : навчальний посібник / за редакцією Г. І. Карпюк. – Київ : ІМЗО, 2021. – 105 с.
3. Основи підприємництва : підручник / під заг. ред. Н.В. Валінкевич. – Житомир : ЖДТУ, 2019. – 793 с.

4. Оніщик А.В. Торговельне підприємництво: навчально-методичний посібник. Олді+. – 2022. 138 с.
5. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І. М. Сотник, д.е.н., проф. Л. М. Таранюка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2023. – 572 с.

Розділ 3. МАРКЕТИНГ

Теоретичні основи маркетингу. Основні поняття та класифікація маркетингу. Типологізація ринку: ринок продавця, ринок покупця, ринок товарів промислового призначення (B2B), споживчий ринок (B2C). Типологізація попиту: негативний, відсутній, прихований, спадний, нерегулярний, повноцінний, надмірний, нераціональний. Класифікація маркетингу за типом попиту: конверсійний, стимулюючий, розвиваючий, ремаркетинг, синхромаркетинг, підтримуючий, демаркетинг, протидіючий. Класифікація маркетингу за наявністю сегментації ринку: масовий, товарно-диференційований, цільовий. Підходи комерційних організацій до управління маркетингом. Проста модель купівельної поведінки. Розгорнута модель купівельної поведінки. Чинники поведінки споживачів на ринку B2B. Чинники поведінки споживачів на ринку B2C.

Аналіз маркетингового середовища. Поняття маркетингового середовища. Сегментування ринку: сегмент, ознаки і критерії сегментування, вибір цільового сегменту ринку. Цільовий ринок: поняття. Позиціонування на ринку. Система маркетингової інформації. Маркетингова інформація: її сутність, види, джерела. Комплекс маркетингу та система організації служби маркетингу.

Маркетингова товарна політика. Класифікація товарів. Концепція життєвого циклу товару. Розроблення товару. Маркетингова цінова політика. Процес ціноутворення. Чинники ціноутворення: мета продавця, собівартість, ціни конкурентів, еластичність попиту (еластичний та нееластичний попит). Методи маркетингового ціноутворення: «середні витрати плюс прибуток»; беззбитковості та забезпечення цільового прибутку; сприймання цінності товару; на основі рівня поточних цін; на основі закритих торгів. Підходи до ціноутворення.

Маркетингова політика розподілу. Канали та стратегії розподілу. Рівні каналів розподілу: нульовий, однорівневий, дворівневий, трирівневий канали. Показники каналів розподілу: довжина, ширина. Визначення стратегії розподілу: інтенсивний маркетинг, вибіркове проникнення, широке проникнення, пасивний маркетинг.

Маркетингова політика комунікацій. Комплекс маркетингових комунікацій. Поняття та структура комплексу маркетингових комунікацій (реклама, зв'язки з громадськістю, стимулювання продажу, особисті продажі, прямий маркетинг). Характеристика складових комплексу маркетингових комунікацій: реклама, зв'язки з громадськістю, стимулювання продажу, особисті продажі. Характеристика моделі AIDA (модель ефективного звернення до цільової аудиторії): звернення має привернути увагу, утримати інтерес, порушити бажання та спонукати до здійснення дії. Види

комунікаційних каналів: канали особистої комунікації та канали неособистої комунікації. Чинники, що визначають структуру комплексу стимулювання: тип товару чи ринку; тип стратегії прощтовхування товару та стратегія залучення споживача до товару; ступінь готовності покупця; етап життєвого циклу товару.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Котлер Ф. Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які варто знати кожному менеджеру. Пер. з англ. Сіпігін О. Київ : Альпіна Паблішер, 2021. - 251 с.
2. Маркетинг : навч. посіб. для студентів екон. спец. закл. вищ. освіти / Р. І. Буряк та ін. ; за ред. проф. Збарського В. К. ; Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України, Каф. маркетингу та міжнар. торгівлі. Вид. 2-ге, перероб. та допов. Київ : НУБіП, 2023. - 637 с. URL: https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/bitstream/123456789/4965/1/2023-Buriak_Zbarskyi_Talavyria_Bondarenko_Marketynh_pidruchnyk.pdf
3. Маркетинг для бакалаврів : навч. посіб. / [уклад.: І. М. Буднікевич та ін.] ; за ред. д-ра екон. наук, проф. І. М. Буднікевич ; Чернівець. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. - 2-ге вид., перероб. та допов. - Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича : Рута, 2021. - 357 с. URL: https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/8964/%d0%9d-%d0%bf_%d0%9c%d0%b0%d1%80%d0%ba_%d0%91%d0%b0%d0%ba_2%d0%b2%d0%b8%d0%b4_%d0%a0%d1%83%d1%82%d0%b0_24_06.pdf?sequence=1&isAllowed=y
4. Маркетинг. Світовий досвід та український вимір. Підручник. За ред. Старостіної А.О. Київ : ТОВ «Видавництво Ліра-К», 2024. 490 с.
5. Стратегічний маркетинг : підручник / [О. І. Лабурцева та ін.] ; за ред. А. А. Мазаракі, д-ра екон. наук, проф., акад. НАПН України, заслуж. діяча науки і техніки України ; Держ. торг.-екон. ун-т. - Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. - 247 с.

Розділ 4. МЕНЕДЖМЕНТ

Сутність та функціональні сфери менеджменту. Менеджмент як вид людської діяльності. Сутність та співвідношення категорій «управління», «менеджмент», «адміністрування», «керування». Суб'єкти та об'єкти менеджменту. Процес менеджменту: характеристика та властивості. Процес менеджменту та його властивості: неперервність; нерівномірність, циклічність, мінливість, сталість.

Функціональні сфери менеджменту: операційний, HR-менеджмент, фінансовий, інвестиційний, інноваційний, маркетинговий, стратегічний.

Організація як об'єкт менеджменту. Загальні характеристики організації: відкритість як системи, залежність від зовнішнього середовища та постійна взаємодія з ним; ресурси як умова існування; горизонтальний і вертикальний поділ праці; необхідність менеджменту як особливого виду діяльності. Поняття керуючої та керованої підсистем в організації.

Поняття та елементи внутрішнього середовища організації: цілі; структура; завдання організації та її працівників; технологія; працівники. Поняття та складові зовнішнього середовища організації. Ознаки зовнішнього середовища організації: взаємопов'язаність чинників, складність, рухомість, невизначеність. Середовище прямої дії (мікросередовище) і середовище опосередкованої дії (макросередовище). Чинники середовища прямої дії та їх вплив на функціонування: постачальники; споживачі; конкуренти; державні органи. Чинники середовища опосередкованої дії: науково-технічні; соціокультурні; політичні; стан економіки.

Управлінська праця як спеціалізований вид людської діяльності. Менеджер як фахівець, який посідає постійну керівну посаду в організації. Ознаки діяльності менеджера. Рівні менеджменту в організації та їх завдання: менеджери вищої ланки (президент і віце-президенти, директор і заступники директора); менеджери середньої ланки – керівники виробничих і функціональних підрозділів; менеджери низової ланки (майстер, бригадир, керівник групи, керівник сектора).

Поняття методів менеджменту. Різновиди методів менеджменту. Адміністративні методи менеджменту: оперативно-розпорядчі, організаційно-розпорядчі та дисциплінарні. Економічні методи менеджменту: грошові та майнові. Соціально-психологічні методи менеджменту.

Еволюція теорій менеджменту. Головні припущення: класичної теорії менеджменту, школи наукового менеджменту (Ф.В.Тейлора); адміністративної школи (внесок А.Файоля, М.Вебера); неокласичної теорії менеджменту; школи людських ресурсів (внесок М.П.Фоллет, Дж.Е.Мейо, А.Маслоу); кількісної теорії менеджменту (внесок Р.Акоффа).

Сутнісна характеристика процесного, системного та ситуаційного підходів у менеджменті. Управління за процесним підходом. Функції менеджменту: планування, організування, мотивування, контролювання. Відкрита і замкнута системи. Модель організації як відкритої системи. Спрямованість ситуаційного підходу. Поняття ситуації та головне припущення ситуаційного підходу.

Гуманізація, глобалізація та цифровізація як головні характеристики сучасного менеджменту. Віртуальний бізнес та мережеві організації.

Сутність та класифікація законів, закономірностей та принципів менеджменту. Зміст та різновиди функцій менеджменту.

Сутність та завдання функції планування в менеджменті. Система планів організації: стратегічний, тактичний та операційний план. Етапи процесу планування за Р.Акоффом. Визначення і функціональне призначення стратегічного планування: адаптація до зовнішнього середовища, внутрішня координація, усвідомлення організаційних стратегій. Етапи стратегічного планування. Місія організації та вимоги до її формулювання. Цілі організації, їх різновиди та вимоги до них (SMART): конкретність або чітка специфікація; вимірюваність; досяжність; орієнтованість на результат; орієнтованість на конкретний термін. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища. Методи оцінювання середовища функціонування організації: SWOT-аналіз, PEST-аналіз, аналіз стратегічних альтернатив (матриця BCG). Управління реалізацією стратегічного плану. Тактика, політика, процедури, правила, бюджет. Метод

управління за цілями.

Функція організування та її місце в системі менеджменту. Основні процеси реалізації функції організування. Основні завдання менеджера. Форми реалізації організування: адміністративно-організаційне та оперативне управління. Складові організаційної діяльності: диференціація, поділ праці. Функціональний, технологічний, кваліфікаційний поділ праці. Горизонтальний та вертикальний поділ праці. Делегування повноважень у менеджменті: поняття, елементи, типи повноважень (лінійні, штабні, функціональні). Види управлінської відповідальності. Різновиди організаційних повноважень.

Організаційна структура як результат організаційної діяльності: рівні складності, централізації та децентралізації. Етапи та елементи проектування організаційної структури управління. Основні складові організаційної структури: ступінь складності, ступінь формалізації, ступінь централізації та децентралізації. Призначення та структура посадової інструкції. Департаменталізація та її різновиди: функціональний, продуктовий, територіальний. Вимоги до організаційної структури управління та її органіграма. Типи організаційних структур управління. лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, дивізіональна, матрична, мережева.

Мотивування як функція менеджменту. Зміст та цілі мотивування в менеджменті. Головні поняття мотивування: потреба, мотив, спонукання стимул, винагорода, цінність. Різновиди потреб. Види мотивування: внутрішнє та зовнішнє. Теорії мотивування: змістовні (А. Маслоу, Д. МакКлеланда, Ф. Герцберга) та процесуальні (В. Врума, С. Адамса, Л. Портера та Е. Лоулера).

Контролювання як функція менеджменту: зміст та цілі. Умови необхідності контролювання у менеджменті. Основні види контролювання: попередній, поточний, завершальний. Основні засоби здійснення попереднього контролю. Функції завершального контролю. Етапи процесу контролювання.

Зміст, принципи та цілі функції регулювання в менеджменті. Суб'єкти та об'єкти регулювання. Види регулюючого впливу в менеджменті.

Зміст та роль інформації в менеджменті. Види інформації. Зміст управлінської інформації. Види інформації за функціональним призначенням. Вимоги до управлінської інформації: точність, своєчасність (оперативність), повнота, корисність, доступність. Поняття комунікації, її види та засоби. Види комунікацій: організаційні (формальні) та міжособистісні (неформальні). Засоби комунікацій: вербальні та невербальні (візуальні; тактильні). Перешкоди в комунікаціях. Фільтри інформації, відсутність атмосфери довіри, шуми в комунікації, відсутність зворотного зв'язку, витік інформації. Поняття комунікаційного процесу. Складові сучасної моделі комунікаційного процесу.

Сутність та різновиди управлінських рішень в менеджменті. Альтернатива в прийнятті управлінського рішення. Характеристика управлінських рішень: запрограмовані, незапрограмовані, інтуїтивні, що ґрунтуються на судженнях, раціональні. Чинники впливу на процес прийняття управлінських рішень: особистісні оцінки керівника, рівень ризику, час і оточення, що змінюється, інформаційні та поведінкові обмеження, негативні наслідки та взаємозалежність рішень. Зміст основних етапів прийняття управлінських рішень (за М. Месконом):

діагностика проблеми, формулювання обмежень та критеріїв прийняття рішень, виявлення альтернатив та їх оцінка, остаточний вибір та зворотний зв'язок. Методи обґрунтування та прийняття управлінських рішень: кількісні та якісні. Характеристика загальнонаукових підходів до прийняття управлінських рішень: системний, комплексний, моделювання, експериментування.

Вплив, влада і лідерство в менеджменті. Стили керівництва. Сутність та форми впливу в менеджменті. Джерела влади в організації. Баланс влади. Типи влади у менеджменті: примусу, винагороди, законна, експерта, еталонна. Зміст поняття лідерства в менеджменті. Підходи до лідерства: з позицій особистих якостей, поведінковий підхід, ситуаційний підхід. Теорії лідерства. Риси ефективного лідерства. Класифікація стилів керівництва (за Куртом Левінім): авторитарний, демократичний, ліберальний.

Поняття та зміст результативності та ефективності менеджменту. Показники економічної, організаційної та соціальної ефективності управління, методи їх визначення і оцінки. Критерії ефективності менеджменту.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Основи менеджменту : підручник; за ред. А. А. Мазаракі, І. В. Чумаченко. Харків. Фоліо. 2014. 846 с.**
2. Кундицький О.О. Менеджмент: навч. посібник. Львів: Магнолія-2006, 2024. 316 с. URL: <https://magnolia.lviv.ua/wp-content/uploads/2024/05/MENEDZHMENT-Kundytskyy-zmist.pdf>
3. Менеджмент для магістрів [Електронний ресурс] : навч. посібник / О.В. Прохоренко [та ін.]; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Електрон. текст. дані. Харків : НТУ "ХПІ", 2024. 382 с. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/82228>.
4. Менеджмент. Навчальний посібник для здобувачів вищої освіти. Вид. 2-ге переробл. і допов. / Страпчук С.І., Миколенко О.П., Попова І.А., Пустова В.В. Львів: Видавництво «Новий Світ – 2000», 2022. 356 с. URL: <https://ekhnuir.karazin.ua/server/api/core/bitstreams/0a034939-bce9-4302-b109-6f96b4863566/content>
5. Шкільняк М.М, Овсянюк-Бердадіна О.Ф., Крисько Ж.Л., Демків І.О. Менеджмент: підручник. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 258 с. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/46199/1/MenedjmentPD_B5_1.11.22.pdf

* Курсивом виділені джерела, що є у бібліотеці ДТЕУ

КРИТЕРІЇ
оцінювання фахового іспиту замість ЄФВВ
для здобуття освітнього ступеня магістра
на основі НРК6 та НРК7

1. Загальні положення

Мета фахового іспиту – оцінити відповідність знань, умінь та навичок згідно з вимогами програми фахового іспиту.

2. Структура екзаменаційного білета

Екзаменаційний білет фахового іспиту складається з 50-ти закритих тестових завдань.

3. Критерії оцінювання

- Рівень знань оцінюється за 200-бальною шкалою.
- Серед відповідей на тестове завдання слід обрати одну правильну.
- Правильна відповідь на тестове завдання оцінюється у 4 бали, а неправильна – у 0 балів.
- Особи, які отримали менше ніж 100 балів, до наступних випробувань не допускаються та участі у конкурсі не беруть.