

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИЙМАЛЬНА КОМІСІЯ**

ЗАТВЕРДЖЕНО
Голова приймальної комісії

Анатолій МАЗАРАКІ
«» 2025 р.


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	D3 «Менеджмент»
факультет	Торгівлі та маркетингу
освітні програми	«Логістика та управління ланцюгами постачання» «Категорійний менеджмент»

Київ 2025

ВСТУП

Програму фахового іспиту розроблено для здобуття ОС «магістр» за спеціальністю D3 «Менеджмент», освітніми програмами: «Логістика та управління ланцюгами постачання», «Категорійний менеджмент».

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. Підприємництво.
2. Менеджмент.
3. Маркетинг.
4. Логістика.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ ФАХОВОГО ІСПИТУ

Розділ 1. 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 проекту.

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 2. 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, організовування, 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>

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, нерациональний. 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

* Курсивом виділені джерела, що є у бібліотеці ДТЕУ

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, тривірневий 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-024->

[%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. ЛОГІСТИКА

Сутність, функції та завдання логістики. Передумови, фактори та етапи розвитку логістики. Сутність логістичної концепції. Логістичний мікс «7R». Системний підхід як методологічна база логістики. Поняття та класифікація матеріальних потоків. Параметри матеріального потоку. Інформаційні, фінансові, сервісні потоки. Логістичні функції та логістичні операції. Об'єкти логістичного управління та логістична діяльність. Логістичне середовище підприємства. Логістика і стратегічне управління підприємством. Поняття логістичного ланцюга постачання: принципи його формування та функціонування.

Сутність, цілі та завдання логістики закупівель. Організація закупівлі товарів. Стратегія закупівельної логістики підприємств та методичні підходи до її розробки. Механізм функціонування закупівельної логістики. Логістичний цикл замовлення. Методи закупівель. Рішення «зробити або купити». Планування потреб у закупівлях. Визначення оптимального постачальника матеріальних ресурсів підприємства. Обґрунтування вибору постачальників товару. Оптимізація постачання товарів на підприємство. Визначення оптимальної партії замовлення, точки відновлення замовлення. Інформаційне забезпечення для здійснення закупівлі товарів. Організація закупівлі в логістичній системі «just-in-time».

Поняття запасу та причини його створення. Місце та роль запасів у логістичній системі. Види запасів у логістичній системі. Основні логістичні системи управління запасами. Порівняльна характеристика систем управління запасами. Нормування запасів в логістиці. ABC та XYZ-аналіз в управлінні запасами. Процедура розробки алгоритму управління запасами в логістичних системах підприємств. Техніка прогнозування потреб у запасах в логістичних системах підприємств. Кількісний та якісний підходи до оцінки майбутньої потреби в запасах. Основні показники стану запасів на підприємстві. Методи визначення страхового запасу в логістиці.

Поняття виробничої логістики. Об'єкти логістичного управління у виробництві. Традиційна і логістична концепції виробництва. Підходи до управління матеріальними потоками у виробничій логістиці. Виштовхувальні та витягувальні системи управління матеріальними потоками у виробничій логістиці. Стратегії виробництва логістично-орієнтованого підприємства. Логістична оптимізація виробничої програми підприємства. Оптимізація

використання технологічного часу. Основні концепції та системи управління виробничою логістикою. Мікрологістичні системи MRP-1, MRP-2, ERP, KANBAN, OPT, «Lean production». Організація постачання матеріальних ресурсів та управління запасами у мікровиробничих логістичних системах. Ефективність застосування логістики при управлінні матеріальними потоками на виробництві.

Сутність та функції складів у логістичній системі. Види складів у логістичній системі підприємств. Вибір типу складу та системи складування товарів. Загальна характеристика логістичного процесу на складі. Забезпечення ефективності складування. Основні показники роботи складу підприємства. Принципи та технології організації складування матеріальних ресурсів підприємств. Розподіл потоків на складі за методом Парето. Схема процесної організації складських операцій. Розподіл складу на технологічні зони відповідно до логістичного процесу. Системи адресації місць зберігання вантажів на складі. Організація комплектації замовлень. Стратегії розміщення вантажів на складі. Сучасні технічні засоби складування. Інвентаризація товарів на складах. Упаковка у складських процесах.

Сутність і основні завдання транспортної логістики. Логістична оцінка та вибір виду транспорту. Системи доставки вантажів. Характеристика видів транспорту. Вибір типу транспортного засобу. логТранспортні тарифи та їх застосування. Механізм ціноутворення на ринку послуг перевезення вантажів. Транспортно-експедиторська діяльність та вибір перевізника. Оцінка доцільності створення власного автопарку. Транспортні характеристики вантажів. Контейнеризація та вантажна одиниця. Документальне супроводження вантажоперевезень. Транспортні документи. Види перевізних документів. Планування маршрутів перевезення вантажів. Маршрутизація перевезень та розробка графіків доставки товарів.

Поняття та задачі розподільчої логістики. Управління замовленнями споживачів. Логістичні канали розподілу товарів та логістичні посередники. Вибір каналів розподілу та оцінка їх ефективності. Логістичні центри дистрибуції. Оптимізація розташування розподільчих центрів на території, що обслуговується. Проектування дистрибутивних систем. Система планування матеріальних ресурсів у каналах розподілу DRP та її модифікація DRP-2, Системи швидкого реагування на попит (DDT), швидкої реакції (QR), планування безперервного поповнення (CPR), ефективної реакції на потреби споживачів (ECR) та управління матеріальними потоками в цих системах.

Поняття та рівні логістичного обслуговування споживачів. Сутність та основні завдання надання логістичного сервісу. Формування логістичного сервісу підприємства. Логістичні аспекти обслуговування споживача. Надання логістичних послуг як засіб досягнення конкурентоспроможності підприємства. Технологія роботи з клієнтами. Технологічна схема обробки замовлень. TQM та вплив якості на функціонування логістичної системи. Залежність витрат на сервіс від рівня сервісу. Методи оцінки рівня логістичного сервісу. Визначення оптимального рівня сервісу. Критерії якості логістичного сервісу. Логістика сервісного відгуку - SRL.

Сутність та основне значення інформаційних потоків. Класифікація логістичних інформаційних потоків підприємства. Сутність та види логістичних інформаційних систем. Організаційна структура логістичної інформаційної системи. Інформаційно-комп'ютерна система EDI (електронний обмін даними). Використання сканування штрихових кодів у логістиці. Інформаційно-комп'ютерні технології в логістиці. Застосування RFID-технологій при ідентифікації вантажу. Функціональні можливості систем управління логістичною діяльністю підприємства.

Структура та обсяги логістичних витрат. Вплив логістичних витрат на ринкову вартість товарів. Взаємозалежність складових логістичних витрат. Підвищення ефективності діяльності підприємств за рахунок управління логістичними витратами. Ідентифікація конфлікту витрат у логістичній системі. Концепція мінімізації загальних витрат підприємства. Вплив логістичної діяльності на дохідність активів підприємства.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Безугла Л.С. Логістика: навч. посіб. / Безугла Л.С., Юрченко Н.І., Ільченко Т.В., Пальчик І.М., Воловик Д.В. Дніпро: Пороги, 2021. 252 с.
5. Крикавський Є. Логістика та управління ланцюгами поставок: Навч. посібник / Є.Крикавський, О.Похильченко, М. Фертч. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2020. 848 с.
6. Зіміна А. І. Транспортна логістика: навчальний посібник. / А. І. Зіміна, Л. Г. Харсун. Київ: Держ. торг.-екон. ун-т, 2024. – 380 с.
7. Марченко В. М., Шутюк В. В. Логістика: підручник. Київ: НУХТ, 2022. 334 с.
8. Марчук В.Є. Складська логістика. Навчальний посібник. / В.Є. Марчук, М.Ю. Григорак, О.М. Гармаш. Київ: Гельветика, 2020. 256 с.
9. Міжнародна логістика. Електронний підручник. /за науковою редакцією професора Сохацької О.М. Тернопіль: ЗУНУ. 2022. 370 с.
10. Смерічевська С.В. Маркетинг і логістика: концептуальні основи та стратегічні рішення. Навч. Посібник у схемах і таблицях (для економічних та інженерних спеціальностей ВНЗ). / С.М. Смерічевська, М.В. Жаболенко, С.В. Чернишева та інш.: за заг ред. С.В. Смерічевської. Львів: «Магнолія 2006», 2021. 552 с.
12. Сокур І.М. Транспортна логістика. Навчальний посібник. / І.М. Сокур, Л.М. Сокур. Київ: ЦУЛ, 2023. 222 с.
13. Сумець О. М., Кононов І. О., Огієнко О. С., Телепнєва О. С., Янковська В. А. Виробнича логістика: навч. посібник. Харків: ТОВ «Пром-Арт», 2021. 120 с.
14. Тюріна Н. Логістика. Навчальний посібник. / Н. Тюріна, І. Гой, І. Бабій. Київ: ЦНЛ, 2021. 392 с.
15. Blokdyk G. (2021). Logistics And SCM. A Complete Guide. 5STARCooks. 306 p.
16. Christopher M. Logistics and Supply Chain Management. Financial Times /Pearson Education. 2016. 310 p.

17. Paul A. Myerson. Supply Chain and Logistics Management Made Easy: Methods and Applications for Planning, Operations, Integration, Control and Improvement, and Network Design. Pearson FT Press; 1 edition (April 6, 2015), 353 pages.

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-баловою 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.