

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧОРНОМОРСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ПЕТРА
МОГИЛИ

ЗАТВЕРДЖЕНО

В.о. ректора ЧНУ ім. Петра Могили

д-р. техн. наук, проф.

Леонід КЛИМЕНКО



ПРОГРАМА

ДОДАТКОВОГО ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

для вступу на навчання за третім (освітньо-науковим) рівнем «доктор

філософії» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»

за спеціальністю D3 «Менеджмент»

Схвалено Вченою радою ЧНУ

Протокол № 6 від 4 червня 2026 р.

Розглянуто та затверджено

на кафедрі менеджменту

Протокол № 11 від 5 травня 2026 р.

ЗМІСТ

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА.....	3
1. ХАРАКТЕРИСТИКА ЗМІСТУ ПРОГРАМИ.....	5
1.1. Модуль 1. «Менеджмент».....	5
1.2. Модуль 2 «Маркетинг».....	9
1.3. Модуль 3 «Лідерство та командоутворення.....	12
1.4. Модуль 4 «Економіка підприємства».....	15
2. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ДОДАТКОВОГО ВСТУПНОГО ФАХОВОГО ВИПРОБУВАННЯ.....	20
3. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА.....	22

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Програма розроблена для додаткових вступних фахових випробувань на навчання за освітньо-кваліфікаційним рівнем доктор філософії за спеціальністю 073 «Менеджмент» та проводиться для тих вступників, які мають ступень магістра (спеціаліста) зі спеціальностей, які не відносяться до галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право». Проведення додаткового вступного випробування має виявити достатність рівня базової підготовки вступника для вступу з обраної спеціальності.

Програма додаткового вступного випробування містить загальні теми, що сприяє виявленню здібностей у майбутніх фахівців у галузі економіки, менеджменту, споріднених наук.

Вступник повинен знати:

- сутність основних понять та категорій менеджменту;
- принципи та функції менеджменту;
- прийняття рішень у менеджменті;
- місце маркетингу структур управління та функціонування маркетингового середовища;
- про сутності лідерства, історії розвитку відповідних теорій, їх перевагах і недоліках; особливості різних стилів лідерства; передумови ефективного лідерського впливу;
- про основні етапи формування команди;
- ціннісні, критеріальні та поведінкові переваги партнера у діловому спілкуванні;
- процеси внутрішньої динаміки команди при переході від одного етапу розвитку до іншого;
- визначення понять лідер, лідерство, команда, вплив, мета, взаємодія;
- поняття типи, функції та типи підприємств;
- методи ціноутворення на продукцію підприємства;
- основи фінансового планування, прибуток, собівартість;

- показники ефективної діяльності підприємства тощо.

Вступник повинен вміти:

- з'ясувати причинно-наслідкові зв'язки в організаціях, аналізувати й узагальнювати матеріал у певній системі, порівнювати факти на основі здобутих з різних джерел знань;
- проводити сегментацію ринків;
- розробляти комплекс маркетингу: товар, його три рівні, асортимент; розробляти цінову політику підприємства;
- обґрунтовувати рішення стосовно створення операційної системи; контролювати якість кінцевого продукту(послуги);
- задовольняти потреби споживачів кінцевого продукту (послуги);
- здійснювати стратегічний аналіз зовнішнього середовища організації;
- здійснювати стратегічний аналіз внутрішнього середовища організації;
- здійснювати стратегічне керівництво процесом реалізації стратегії.

Фахове вступне випробування включає такі модулі дисциплін:

1. Модуль 1 «Менеджмент»;
2. Модуль 2 «Маркетинг»;
3. Модуль 3 «Лідерство та командоутворення»;
4. Модуль 4 «Економіка підприємства».

Модулі характеризують загальнотеоретичні знання зі спеціальності «Менеджмент».

I. ХАРАКТЕРИСТИКА ЗМІСТУ ПРОГРАМИ

1. Модуль 1 «Менеджмент»

Тема 1. Поняття і сутність менеджменту.

Предмет, об'єкт і суб'єкт менеджменту. Основні риси та характеристики менеджменту. Види менеджменту. Організація як соціотехнічна система. Види організацій. Характеристики організацій. Функції менеджменту. Управління як процес. Особливості управлінської діяльності. Ролі та завдання менеджерів.

Тема 2. Історія розвитку менеджменту.

Розвиток практики управління. Виникнення управління як галузі знань. Виникнення управління як науки. Школи управління. Сучасні концепції менеджменту. Розвиток вітчизняної науки управління

Тема 3. Принципи і методи управління.

Загальні принципи управління. Принципи управління за планово-адміністративної системи господарювання. Сучасні принципи управління і методологія їх розроблення. Методи управління, їх сутність і особливості

Тема 4. Внутрішнє середовище організації.

Складові внутрішнього середовища організації. Цілі як засоби формування і розвитку організації. Структура організації. Система технологій організації. Людські ресурси організації. Організаційна культура як об'єднуючий елемент внутрішнього середовища організації. Взаємозалежність внутрішніх складових організації.

Тема 5. Зовнішнє середовище організації.

Сутність і характеристики зовнішнього середовища організації. Середовище прямої дії (мікросередовище) організації. Середовище непрямой дії (макросередовище) організації. Міжнародне середовище організації.

Тема 6. Організування комунікаційного процесу.

Комунікація як засіб інформаційного забезпечення процесу управління. Види комунікацій в організації. Комунікаційний процес, його елементи та етапи. Способи комунікації в організації. Комунікаційні канали. Особливості міжособистісних комунікацій і умови їх ефективного здійснення.

Комунікаційні перешкоди і засоби їх подолання. Комунікаційні мережі. Технічне забезпечення комунікаційного процесу в організації. Інформаційні системи.

Тема 7. Процес прийняття управлінських рішень.

Місце управлінських рішень у процесі управління Типи управлінських рішень і вимоги до їх прийняття Технологія прийняття управлінського рішення Загальні підходи до розв'язання управлінських проблем Методи обґрунтування управлінських рішень.

Тема 8. Функція менеджменту «планування».

Сутність, завдання і принципи планування. Види внутріорганізаційного планування. Система планів в організації. Методологія і етапи стратегічного планування. Види функціональних стратегій і чинники їх вибору. Управління реалізацією стратегічного плану. Проблеми й особливості застосування стратегічного планування у вітчизняних організаціях.

Тема 9. Функція менеджменту «організування».

Сутність функції «організування». Організаційна структура і принципи її побудови. Формування підрозділів організації. Централізація і децентралізація у побудові організації. Повноваження і обов'язки. Чинники, що впливають на побудову організаційної структури. Види організаційних структур Організаційний розвиток. Стратегія організаційних змін

Тема 10. Функція менеджменту «мотивування»

Сутність і роль мотивування Типи мотиваційних теорій. Проблеми формування ефективного мотиваційного механізму на підприємстві.

Тема 11. Функція менеджменту «контролювання»

Місце контролювання у системі управління. Види управлінського контролю. Сутність і етапи процесу контролювання. Система контролю і умови її ефективного функціонування. Основні види управлінського контролю. Контролювання поведінки працівників.

Тема 12. Формування і розвиток колективу

Людина та організаційне оточення Сутність, види і характеристика колективів (груп). Чинники, що впливають на ефективність роботи групи. Формування і розвиток колективу. Міжособистісні та міжгрупові конфлікти.

Тема 13. Керівництво і лідерство.

Сутність керівництва і лідерства. Влада, її форми та джерела. Теорії лідерства.

Питання для підготовки до модулю I «Менеджмент»

1. Поняття і сутність менеджменту.
2. Основні риси та характеристики менеджменту.
3. Види організацій.
4. Особливості управлінської діяльності.
5. Ролі та завдання менеджерів.
6. Виникнення управління як галузі знань.
7. Виникнення управління як науки.
8. Школи управління.
9. Охарактеризуйте розвиток менеджменту в Україні.
10. Розкрийте сутність та особливості управлінської діяльності.
11. Охарактеризуйте основні категорії управлінських працівників.
12. Загальні принципи управління.
13. Принципи управління за планово-адміністративної системи господарювання.
14. Сучасні принципи управління і методологія їх розроблення.
15. Методи управління, їх сутність і особливості
16. Складові внутрішнього середовища організації.
17. Цілі як засоби формування і розвитку організації.
18. Структура організації.
19. Система технологій організації.
20. Людські ресурси організації.
21. Організаційна культура як об'єднуючий елемент внутрішнього середовища організації
22. З якою метою будують «дерево цілей»?

23. Сутність і характеристики зовнішнього середовища організації.
24. Комунікація як засіб інформаційного забезпечення процесу управління.
25. Види комунікацій в організації.
26. Комунікаційний процес, його елементи та етапи.
27. Способи комунікації в організації. Комунікаційні канали.
28. Комунікаційні перешкоди і засоби їх подолання. Комунікаційні мережі.
29. Типи управлінських рішень і вимоги до їх прийняття
30. Технологія прийняття управлінського рішення
31. Сутність, завдання і принципи планування. Система планів в організації.
32. Методологія і етапи стратегічного планування.
33. Сутність функції «організування».
34. Організаційна структура і принципи її побудови.
35. Формування підрозділів організації.
36. Види організаційних структур
37. Сутність і роль мотивування
38. Типи мотиваційних теорій.
40. Види управлінського контролю.
41. Формування і розвиток колективу.
42. Міжособистісні та міжгрупові конфлікти.
43. Сутність керівництва і лідерства.
44. Влада, її форми та джерела.
45. Теорії лідерства.

1.2. Модуль 2 «Маркетинг»

Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція

Сутність маркетингу та його визначення. Основні підходи до визначення маркетингу. Основні передумови виникнення маркетингової діяльності. Еволюція концепцій маркетингу. Основні функції маркетингу. Потреба як основна ідея маркетингу. Ієрархія потреб А. Маслоу. Цінності, основні види. Запити. Попит. Основні види попиту. Товар. Класифікація товарів. Вартість і задоволення. Функціональне задоволення. Психологічне задоволення.

Маркетингова комунікація, розподіл і ринок. Концепція сучасного маркетингу. Послідовність: потреба — бажання — попит — обмін. Суб'єкти маркетингу. Їх класифікація.

Тема 2. Класифікація маркетингу.

Основні види маркетингу: за цілями обміну, сферами застосування, територіальними ознаками, ступенями ринкової орієнтованості, видами діяльності, особливостями суб'єктів, охоплення сегменту, видами попиту (конверсійний, стимулюючий, креативний, ремаркетинг, синхромаркетинг, підтримуючий, демаркетинг, протидіючий).

Тема 3. Маркетингові дослідження

Сутність маркетингових досліджень. Мета маркетингових досліджень. Об'єкти маркетингового дослідження. Основні напрями маркетингових досліджень. Вимоги до маркетингових досліджень. Процедура маркетингових досліджень. Сегментування споживчого ринку. Оцінювання привабливості сегменту. Маркетингові інформаційні системи. Класифікація маркетингової інформації. Загальна оцінка вторинної та первинної інформації. Маркетингова інформаційна система. Елементи цієї системи. Види маркетингових досліджень. Кабінетні та польові дослідження. Групи маркетингових методів дослідження.

Тема 4. Маркетингова товарна політика.

Комплекс маркетингу. Товар. Ціна. Розподіл товару. Просування товару. Поняття маркетингової товарної політики. Основні рішення в межах товарної політики. Поняття товару. Класифікація товарів. Послуга як товар. Особливості маркетингу послуг. Якість товару. Чотири рівні якості товару. Упаковка товару. Упаковка внутрішня, зовнішня. Тара. Конкурентоспроможність товару. Показники якості товару. Поняття асортименту товарів. Формування асортименту. Асортиментна концепція. Товарна номенклатура підприємства. Виробничий асортимент. Торговий асортимент.

Тема 5. Маркетингова цінова політика.

Сутність маркетингової цінової політики. Основні цілі ціноутворення. Основні функції ціни. Види цін. Залежність цін від обороту. Залежність цін від

впливу держави. Залежність цін від особливостей комерційного контракту. Залежність цін від сфери діяльності. Залежність цін від порядку відшкодування споживачем транспортних витрат. Вибір методу ціноутворення залежно від ринкового стану.

Тема 6. Маркетингова політика продажу (розподілу)

Сутність політики розподілу. Мета та завдання політики розподілу. Канал розподілу. Рівень каналу розподілу. Довжина каналу розподілу. Ширина каналу розподілу. Функції каналів розподілу. Посередники. Класифікація посередників. Прямий збут. Опосередкований збут. Фактори впливу на вибір посередника. Оптова торгівля. Форми оптових торговців. Роздрібна торгівля. Форми роздрібною торгівлі. Маркетингові системи розподілу. Традиційна система розподілу.

Тема 7. Маркетингова політика комунікацій (просування).

Сутність маркетингової політики комунікації. Основні функції маркетингової комунікації. Цілі маркетингової комунікаційної політики. Просування товару. Створення і підтримка постійних зв'язків. Комунікаційні засоби, їх класифікація. Основні та синтетичні комунікаційні засоби. Процес маркетингової комунікації. Основні елементи процесу маркетингової комунікації. Рівні декодування. Важливість зворотного зв'язку у процесі комунікацій. Поняття перешкод, основні типи.

Питання для підготовки з модулю 2 «Маркетинг»:

1. Історія виникнення та розвитку маркетингу.
2. Еволюція концепції маркетингу.
3. Виробничий, товарний, збутовий та соціально-етичний маркетинг
4. Основні поняття маркетингу.
5. Принципи маркетингу.
6. Функції маркетингу.
7. Класифікація видів маркетингу
8. Задачі і зміст маркетингових досліджень.
9. Види маркетингових досліджень.

10. Методи проведення маркетингових досліджень.
11. Види інформації.
12. Сутність маркетингової товарної політики підприємства.
13. Товар, види товару.
14. Етапи життєвого циклу товару.
15. Конкурентоспроможність товару на ринку.
16. Управління товарним асортиментом і номенклатурою товарів підприємства.
17. Товарні марки. Класифікації товарних марок.
18. Маркетингова цінова політика підприємства та її види.
19. Алгоритм маркетингового розрахунку ціни.
20. Управління цінами підприємства.
21. Методи ціноутворення.
22. Сутність маркетингової політики продажу.
23. Канали розподілу та їх функції.
24. Основні типи каналів розподілу та їх характеристика.
25. Оцінка збутової діяльності та її критерії.
26. Ліквідація конфліктів у каналах розподілу.
27. Сутність маркетингової політики просування.
28. Реклама та її завдання.
29. Стимулювання збуту та його основні засоби.
30. Персональний продаж та його типи.
31. Мотивування покупця.
32. Прямий маркетинг.

1.3. Модуль 3 «Лідерство та командоутворення»

Тема 1. Поняття та стилі лідерства

Відмінності між керівництвом та лідерством. Типи взаємовідносин у лідерстві. Особисті риси лідера. Розвиток лідерства. Формування системи лідерства.

Тема 2. Влада і вплив як інструмент лідерства

Сутність та вимоги до сучасного лідера. Сутність влади в менеджменті. Влада як інструмент лідерства.

Тема 3. Лідерська етика

Основні поняття. Основні складові лідерського потенціалу. Значення цінностей. Репутація організації. Етичний клімат в організації. Організаційна етика. Метод DISC.

Тема 4. Формування бачення майбутнього і стратегічне лідерство.

Формування образу (бачення) майбутнього та стратегічне лідерство. Формування корпоративної культури і цінності. Формування організації, яка навчається. Інноваційне лідерство.

Тема 5. Команда та її головні функції. Тімблдинг та командна робота.

Команда: поняття, основні відмінності команди та групи. Стадії розвитку команди. Рольова структура команди. Роль лідера в процесі командування. Розкриття значення поняття «Team Building». Історія становлення концепції тимблдингу. Сприятливі періоди організаційного розвитку тимблдингу. Типи тимблдингових заходів в Україні та світі.

Тема 6. Суперництво і співпраця в командуванні.

Від суперництва до співпраці в командній роботі. Принципи роботи команд. Форма управління в команді. Розподіл ролей в команді. Ефективність роботи команд. Співпраця та суперництво, основні моменти.

Тема 7. Управління конфліктами в процесі командування.

Конфлікт, його особливості. Типи конфліктів. Стратегії поведінки у конфлікті. Управління конфліктами і стресами в команді. Тактики вирішення конфліктів.

Тема 8. Розвиток командного потенціалу.

Командна робота, командний лідер. Командна робота, основні складові. Командний потенціал: основні перешкоди. Як правильно формувати команду: типи ролей.

Тема 9. Корпоративна культура і мотивація працівників.

Корпоративна культура. Мотивація, як елемент корпоративної культури. Мотивація 3.0. Переваги від розвитку персоналу на основі культурологічних засад. Метод PIF. Матриця «культурного» ризику.

Тема 10. Тайм-менеджмент – мистецтво управління часом

1. Тайм-менеджмент. «Я господар свого часу!!!».
2. Соціальні ролі та їх вплив на час.
3. Тест «Поглиначі й пастки часу».
4. Матриця «Езенхауера».

Тема 11 Фінансова грамотність лідера, почни з особистих фінансів

Сімейний бюджет (домашні фінанси). Як ефективно розпоряджатися коштами та їх накопичити. Фінансова грамотність: пасивні доходи. Квадрант Р. Кіосакі.

Тема 12. Створення організації, що навчається

Концепція «організації, що навчається». Індивідуальне та організаційне навчання. Теорія створення організаційного знання І. Нонака і Х. Такеучі. Стратегія управління знаннями. Лідерство в процесі змін і створенні організації, що навчаються.

Питання для підготовки з модулю 3 «Лідерство та командування»:

1. Поняття лідерства. Відмінності між керівництвом та лідерством.
2. Природа лідерства та його складові.
3. Стили лідерства.
4. Розвиток лідерства.
5. Формування системи лідерства.
6. Чим зумовлюються керівні функції менеджменту?
7. Якими фундаментальними здібностями, на думку дослідників, визначається емоційний інтелект?
8. Які функції комунікації в організаціях є основними?
9. Які види загальноприйнятих комунікативних перешкод ви знаєте?
10. Метод DISC, сутність і значення.

11. Яких етичних цінностей повинен дотримуватись керівник?
12. Сучасний лідер, його особливості та відмінності від лідерів попередніх поколінь.
13. Що являє собою імідж? Які загальні характеристики іміджу ви можете назвати?
- 14.. Чому змінилося «обличчя» менеджменту на початку нового тисячоліття? Розкрийте суть авторитарного, демократичного й ліберального стилів керівництва.
15. У чому полягає сутність ситуаційного підходу до лідерства? Які теорії ситуативного лідерства вам відомі?
16. Значення цінностей. Репутація організації.
17. Етичний клімат в організації. Організаційна етика.
18. Цінність і культура, їх єдність та відмінність.
19. Піраміда Ділтса, значення та особливості.
20. Розкрийте суть «мотиваційного лідерства».
21. У чому полягає суть дійових тактик впливу мотиваційного лідера на оточення?
22. Поясніть, які якості й стандарти поведінки повинен мати успішний керівник.
23. Поясніть важливість і необхідність кодексу етики для підприємства.
24. Чому показником ефективного менеджменту є забезпечення морального здоров'я колективу?
25. Назвіть фактори, які визначають сутність корпоративної культури.
26. Тайм-менеджмент. Таблиця Езенхауера (важливі, неважливі, термінові, нетермінові).
27. Чому провідна роль у формуванні поведінки персоналу, що сприяє досягненню цілей підприємства, належить лідерові? Елементи мистецтва переконання.
28. Ключові експерименти та теорії, які сприяли становленню концепції тимблдингу.

29. У чому полягає: поняття, основні відмінності команди та групи.

30. Мотивація 3.0, що мотивує працівників у сучасному світі.

1.4. Модуль 4 «Економіка підприємства»

Тема 1. Підприємство як суб'єкт господарювання

Поняття і характерні риси підприємства, основні види його діяльності. Нормативно-правові основи функціонування підприємств. Види підприємств, їх характеристика. Об'єднання підприємств. Роль і місце підприємств в структурованому ринковому середовищі.

Тема 2. Основи підприємницької діяльності

Зміст і поняття підприємницької діяльності. Історія розвитку підприємницької діяльності. Форми здійснення підприємницької діяльності. Характеристика цілей, завдань, 5 суб'єктів і об'єктів підприємництва. Особливості формування внутрішнього і зовнішнього підприємницького середовища. Поняття і зміст інтрапренерства. Культура підприємницької діяльності. Державна підтримка підприємницької діяльності. Договірна діяльність у сфері підприємництва.

Тема 3. Управління підприємствами

Сутність процесу управління підприємством. Функції управління, їх характеристика. Методи і моделі управління підприємством. Організаційні структури управління підприємствами, їх види і детальна характеристика. Принципи ефективного побудови організаційних структур управління виробництвом. Виробнича структура підприємства, її характеристика. Принципи формування ефективного виробничої структури підприємства. Змістовий модуль 2. Основні категорії курсу «Економіка підприємства»

Тема 4. Персонал підприємства

Поняття персоналу, його класифікація. Характеристика персоналу підприємства за професійно-кваліфікаційною ознакою. Особливості встановлення норм і нормативів праці на підприємстві. Визначення потрібної чисельності персоналу на підприємстві. Показники руху персоналу на

підприємстві. Кадрова політика підприємства. Створення ефективної системи управління персоналом на підприємстві.

Тема 5. Продуктивність, мотивація та оплата праці

Поняття мотивації праці, її зміст і види. Методи підвищення вмотивованості праці. Теорії мотивації. Соціально-економічна сутність заробітної плати. Особливості організації оплати праці на підприємстві. Тарифна система оплати праці на підприємстві. Форми і системи оплати праці на підприємстві. Особливості оплати праці бригадної роботи. Особливості преміювання працівників. Продуктивність праці: поняття і види. Методи обчислення продуктивності праці, їх переваги та недоліки, сфера застосування. Фактори зростання продуктивності праці та оцінка її динаміки.

Тема 6. Капітал і виробничі фонди підприємства

Сутність капіталу, його класифікація. Характеристика основних виробничих фондів, їх склад і структура. Особливості обліку й оцінки основних виробничих фондів. Переоцінка основних виробничих фондів. Поняття амортизації, методи нарахування амортизації об'єкта основних засобів. Поняття зносу, методи його розрахунку. Показники ефективності використання основних фондів. Напрямки підвищення ефективності використання основних виробничих фондів підприємством.

Тема 7. Нематеріальні ресурси та активи

Поняття нематеріальних ресурсів, їх види та характеристика. Поняття нематеріальних активів та особливості їх обліку. Оцінка нематеріальних активів підприємства. Методи і способи оцінки нематеріальних активів підприємства. Амортизація нематеріальних активів. Фактори, що запобігають ефективному створенню нематеріальних активів підприємством.

Тема 8. Оборотні кошти підприємства

Поняття, склад і структура оборотних коштів підприємства, джерела їх формування. Особливості нормування оборотних коштів на підприємстві. Оцінка ефективності використання оборотних коштів підприємства.

Напрямки підвищення ефективності використання оборотних коштів підприємства.

Тема 9. Інвестиційні ресурси підприємства

Поняття інвестиційних ресурсів, їх види і класифікація. Джерела фінансування інвестицій. Поняття інвестиційного циклу, його складові елементи. Поняття, види і стадії інвестиційних проектів. Особливості вітчизняного інвестиційного проектування. Методи і способи оцінки ефективності інвестиційних проектів. Поняття ризику при здійсненні інвестиційної діяльності підприємства. Методи оцінки ризикованості інвестиційних проектів, їх переваги та недоліки. Особливості управління системою ризиків на підприємстві. Напрямки підвищення ефективності використання інвестиційних ресурсів підприємством.

Тема 10. Інноваційні процеси на підприємстві

Зміст інноваційної діяльності, форми її інвестування. Види і напрямки інноваційної діяльності. Інноваційні цикли і показники дифузії новацій на підприємстві. Інноваційний потенціал підприємства і показники його оцінки. Інноваційний проект: поняття, етапи здійснення, оцінка ефективності з урахуванням ступеня ризику. Напрями підвищення ефективності здійснення інноваційної діяльності на підприємстві. Особливості державного регулювання інноваційної діяльності.

Тема 11. Витрати і ціни на продукцію

Поняття витрат, їх класифікація та роль. Поняття собівартості продукції. Особливості калькуляції собівартості продукції на підприємствах. Методи калькуляції собівартості продукції на підприємстві. Напрямки зменшення собівартості продукції на підприємстві. Показники оцінки витратності виробництва. Поняття цін, їх види та функції. Методи ціноутворення. Вибір стратегії ціноутворення на підприємстві.

Тема 12. Особливості організації виробництва

Основні положення теорії організації виробництва. Виробничий процес і принципи його організації. Типи виробництва та їх техніко-економічна

характеристика. Виробничий цикл і його структура. Методи розрахунку виробничого циклу. Організація потокового виробництва. Організація автоматизованого виробництва. Гнучке інтегроване виробництво.

Тема 13. Результати господарської діяльності підприємства та оцінка його ефективності

Виробнича програма підприємства і показники оцінки обсягу продукції. Поняття якості продукції та методи її оцінки. Поняття конкурентоспроможності продукції і методи її оцінки.. Поняття доходу та прибутку як основних показників виробничо-господарської діяльності. Особливості здійснення багатофакторного аналізу прибутку. Поняття фінансової діагностики підприємства та оцінка фінансово-економічного стану підприємства. Напрямки підвищення ефективності діяльності підприємства в ринковому середовищі.

Питання для підготовки з модулю 4 «Економіка підприємства»:

1. Сутність підприємництва як форми господарської діяльності
2. Принципи й механізми реалізації підприємницької діяльності
3. Підприємство, його основні ознаки
4. Види й організаційні форми підприємств
5. Сутність та характерні риси зовнішнього середовища підприємства
6. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства
7. Сутність, функції та принципи управління підприємством
8. Організаційні структури управління підприємствами, їх типи, принципи побудови
9. Стратегічні плани підприємства Поточне та оперативне планування
10. Бізнес-плани підприємства
11. Показники наявності та використання персоналу
12. Продуктивність праці та її планування
13. Мотивування праці
14. Форми та системи оплати праці
15. Основні показники виробничої програми підприємства
16. Забезпечення конкурентоспроможності продукції

17. Організація виробничих процесів і виробничих циклів
18. Суть витрат, їх класифікація
19. Капітал підприємства та його види
20. Фінансова діяльність підприємства
21. Дохід підприємства, його суть і види
22. Прибуток підприємства, порядок визначення та використання
23. Рентабельність підприємства
24. Ефективність діяльності підприємства
25. Інвестиційна діяльність: сутність, суб'єкти та об'єкти
26. Інновації як об'єкт інвестиційної діяльності
27. Характеристика інноваційних процесів на підприємстві
28. Сутність діагностики підприємства: види, завдання, методи
29. Система економічної безпеки підприємства
30. Сутність економічного ризику

ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ДОДАТКОВОГО ВСТУПНОГО ФАХОВОГО ВИПРОБУВАННЯ

Вступні випробування охоплюють чотири модулі фахових дисциплін, які передбаченні навчальними планами освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» та «магістр» зі спеціальності ДЗ «Менеджмент». Вступне випробування проводяться у вигляді письмового іспиту. Загальна тривалість іспиту 1,5 години.

III Критерії оцінювання додаткового вступного фахового іспиту для здобуття рівня вищої освіти «доктор філософії» ОНП «Менеджмент»

Максимальна рейтингова оцінка вступника враховує бали фахового іспиту та додаткові бали, загальна сума яких становить 100-балів.

Розподіл балів під час додаткового вступного випробування

№	Вид діяльності	Бали
1	Іспит (відповідь на тестові завдання)	60
2	Наявність публікацій:*	
	- у періодичних наукових виданнях, проіндексованих у базах даних Web of Science Core Collection та/або Scopus;	15
	- у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України категорії Б.	10
3	Свідоцтво на авторське право, патент та/або Диплом (сертифікат) призера Міжнародних, Всеукраїнських олімпіад, конкурсів.*	10
4	Участь в міжнародних, всеукраїнських конференціях, наукових вебінарах, семінарах, олімпіадах.*	5

*за останні 5 років

Оцінювання знань вступника під час фахового вступного іспиту оцінюється за 60-бальною шкалою. У запропонованій формі міститься 60 тестових завдань, максимальна оцінка за правильну відповідь на одне тестове питання становить 2 бали, за неправильну відповідь 0 балів.

Оцінка «Відмінно» 46-60 балів ставиться за умов, якщо вступник надав правильні відповіді на 46-60 тестових питань, запропонованих на іспиті.

Оцінка «Добре» 31-45 балів ставиться за умов, якщо вступник надав правильні відповіді на 31-45 тестових питань, запропонованих на іспиті.

Оцінка «Задовільно» 16-30 балів виставляється вступнику в разі, якщо він надав правильні відповіді на 16-30 тестових питань, запропонованих на іспиті.

Оцінка «Незадовільно» 0-15 балів виставляється вступнику в разі, коли він надав правильні відповіді на 0-15 тестових питань, запропонованих на іспиті.

IV. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

1. Менеджмент у питаннях та відповідях : навч. посіб. / А. А. Вдовічен, О. Г. Вдовічена, В. А. Чичун та ін. Чернівці : ЧТЕІ ДТЕУ, 2023. 172 с.
2. Основи менеджменту. Конспект лекцій : навч. посібник для студентів, які навчаються за спеціальністю 073 «Менеджмент» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад. Т. В. Лазоренко, С. О. Пермінова. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2021. 166 с.
3. Практикум з менеджменту : навч. посіб. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2021. 224 с.
4. К. Волш Ключові показники менеджменту. 100+ фінансових коефіцієнтів для ефективного управління компанією / за ред. М. Колісника. К. Наш формат, 2023. 432 с.
5. Лункіна Т.І., Кугляр А. А., Кємова Я. Р. Дропшипінг як сучасний напрям розвитку бізнесу в Україні. Modern Economics. 2020. Вип. 24. С. 24-30.
6. Р. Темплар Правила менеджменту. К : КМ-Букс, 2025. 265 с.
7. Менеджмент: навч. посіб. / за ред. А. М. Балашова, Г. Є. Мошека. Ліра -К, 2022. 646 с.
8. Д. Марке Мова лідерства : як побудувати дієву комунікацію в команді. К. Наш формат, 2025. 336 с.
9. М. Зао-Сандерс Тайм-боксинг : К. КСД В., 2024. 288 с.
10. Бугайчук В.В. Стратегія підприємства: Курс Лекцій. Житомир : Поліський Національний Університет, 2021. 190 с
11. Буднік М. М. , Невертій Г. С., Курилова Н. М. Стратегічне управління : навч. посіб. Київ : Кондор, 2020. 292 с
12. Міжнародний стратегічний менеджмент : підручник / Колодійчук А. В., Молнар О. С., Домище-Медяник А. М. [та ін.] ; рец. : Р. П. Підлипна, В. П. Мікловда, М. І. Пітюлич. Львів : ННВК «АТБ», 2022. 184 с.
13. Сидоров О. А., Фісуненко Н. О., Альошина Т. В., Фоменко А. Є. Стратегічний менеджмент: підручник. Дніпро: Арт-Прес, 2024, 352 с.
14. Сумець, О. М. Стратегічний менеджмент : підручник. МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ, Кременч. льот. коледж. Харків : ХНУВС, 2021. 208 с.
15. Фісуненко Н. О., Альошина Т. В., Сидоров О. А. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. Дніпро : Дніпров. держ. ун-т внутр. справ, 2024. 119 с.
16. Черчик Л.М., Левицький В.В. Стратегічний менеджмент : конспект лекцій. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2023. 165 с.
17. Fred R. David Forest R. David Strategic Management concepts and cases. A competitive advantage approach. Pearson education Limited 2017.
18. Філіп Котлер. Основи маркетингу. Класичне видання. Науковий світ 2023. 622 с.
19. Маркетинг: практикум: навч. посіб. для студентів спеціальності 073 «Менеджмент», освітні програми «Логістика», «Менеджмент міжнародного

бізнесу», «Менеджмент і бізнес-адміністрування», «Управління бізнесом, інновації і підприємництво» / Зозульов О.В., Гавриш Ю.О., Царьова Т.О. / Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2024. 80 с.

20. Буряк Р. І., Збарський В. К., Талавиря М. П., Бондаренко В. М. Маркетинг : [підручник]. Київ: ЦП «КОМПРИНТ». 2023. 538 с. Видання 2-ге перероблене та доповнене. Рекомендовано Міністерством освіти і науки України (лист № 1.4/ 18- Г- 791 від 13.09. 2006 р.).

21. Райко Д. В. Маркетинг відносин : підручник. Суми : Триторія, 2024. 348 с.

22. Маркетингова діяльність підприємств : підручник за заг.ред. Косенко О.П. 2-ге вид., зі змінами і доповненнями. Харків: ТОВ «Оберіг», 2023. – 1155 с.

23. Райко Д.В. Моделювання поведінки споживачів щодо прийняття рішення з формування маркетингової товарної політики, виробництва та просування товарів підприємства : підручник. Суми : Триторія, 2023. 180 с.

24. Чалдіні Р. Психологія впливу. Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», видання українською мовою. 2022. 592 с.

25. Кові С. Р. 7 звичок надзвичайно ефективних людей. Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», видання українською мовою. 2023. 512 с.

26. Ловлес ДЖ. Іди туди, де страшно. ТОВ видавництва «Букшеф». 2022. 318 с.

27. Спенст Д. 6 хвлин : щоденник, який змінить ваше життя. ТОВ видавництва «Букшеф». 2023. 287 с.

28. Лункіна Т. І. Системне та креативне мислення здобувачів вищої освіти як вимога сьогодення. Modern Economics. № 33. 2022. С. 58-63.

29. Лункіна Т. І., Гончар Є. А., Битко Д. К. Розвиток сучасних бізнес ідей та технологій в Україні. Modern Economics. № 35. 2022. С. 80-84.

30. Лункіна Т. І. Дизайн мислення як інструмент розвитку креативності здобувачів вищої освіти. Ефективна економіка. №4. 2024. URL : <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/issue/view/142>.

31. Т. І. Лункіна, Є М. Лункіна Розвиток та управління штучним інтелектом у світі: реалії сьогодення. Інфраструктура ринку. №83 2025. С. 210-214.

32. Економіка підприємства : конспект лекцій для здобувачів ступеня бакалавра за спеціальністю 073 «Менеджмент / КПІ ім. Ігоря Сікорського; уклад.: О.В. Гук. Електрон. текст. дані (1 файл). Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2024. 93 с.

33. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. Л. Г. Ліпич. Луцьк : Вежа-Друк, 2021. 768 с.