

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

ЗАТВЕРДЖЕНО

Голова Приймальної комісії  
Державного університету  
інформаційно-комунікаційних  
технологій

Володимир ШУЛЬГА



**ПРОГРАМА**

**ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ІСПИТУ**

для здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти

**Галузь знань - D «Бізнес, адміністрування та право»**

**Спеціальності:**

- D3 «Менеджмент»,
- D4 «Публічне управління та адміністрування»,
- D5 «Маркетинг»,
- D7 «Торівля»

**Освітньо-професійні програми:**

- «Менеджмент організацій та адміністрування»,
- «Публічне управління та адміністрування»,
- «Маркетинг»,
- «Міжнародний маркетинг»,
- «Комерційна логістика»

## ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Вступне випробування має за мету з'ясувати рівень засвоєння теоретичних знань вступників, оцінити їх аналітичні здібності та навички, що відповідають вимогам підготовки бакалавра та виявити достатність рівня підготовки до навчання в магістратурі на здобуття освітнього ступеня магістра за спеціальностями: «Менеджмент організацій та адміністрування», «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності», «Публічне управління та адміністрування», «Міжнародні публічні комунікації. Кібердипломатія», «Маркетинг», «Міжнародний маркетинг», «Комерційна логістика».

**Метою** фахового вступного іспиту до магістратури є формування контингенту студентів, найбільш здібних до успішного опанування дисциплін означеної спеціальності, шляхом оцінки знань та навичок вступників за напрямками професійно-орієнтованої діяльності бакалавра.

**Характеристика змісту програми фахового вступного іспиту.** Програма розроблена відповідно до наказу МОН № 157 від 11.02.2022 «Про затвердження Програми предметного тесту з управління та адміністрування єдиного фахового вступного випробування». Іспит має комплексний характер і базується на провідних навчальних дисциплінах, що формують знання та уміння бакалавра і визначають рівень його кваліфікації. Програма іспиту є міждисциплінарною, охоплює основну проблематику навчальних дисциплін, що вивчають студенти в межах навчального плану освітнього рівня «бакалавр» і включає модулі:

Модуль 1. Менеджмент.

Модуль 2. Публічне управління та адміністрування.

Модуль 3. Маркетинг.

Модуль 4. Торгівля.

Основними критеріями при оцінюванні знань вступника під час іспиту виступають: знання навчального матеріалу дисципліни; вміння виділяти істотні положення навчальної дисципліни; вміння формулювати конкретні положення навчальної дисципліни; уміння застосовувати теоретичні знання для аналізу конкретних економічних ситуацій та вирішення прикладних проблем.

**Вимоги до здібностей і підготовленості вступників.** Вступники повинні мати вищу освіту, вільно володіти державною мовою, мати здібності до оволодіння знаннями та навичками в галузі фундаментальних та професійно орієнтованих економічних дисциплін.

**Абітурієнт для здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти повинен знати:**

*Модуль 1. Менеджмент:*

- порядок аналізу і розрахунку економічних показників діяльності організацій або фірм;
- показники економічного потенціалу та динаміки розвитку організації за даними статистичної звітності, бухгалтерського обліку та досліджень;

- порядок обґрунтування програми виробництва та обсягів виконаних робіт згідно стандартних методик із застосуванням натуральних та вартісних показників;
- ціноутворюючі чинники на продукцію з урахуванням взаємозв'язків національних і світових цін;
- порядок розрахунку обсягів випуску та реалізації продукції;
- порядок планування асортименту на середньостроковий період.

#### *Модуль 2. Публічне управління та адміністрування:*

- методи проведення аналітичних соціально-економічних досліджень, розробки програм галузевого, соціально-економічного й регіонального розвитку, управління комунікаційною політикою за допомогою надбаних знань та відповідних спеціальних методів.
- методика оцінки галузевого, соціально - економічного розвитку економічних суб'єктів і територій та окремих його складових (економічних, соціальних, демографічних та фінансових показників, склад та структуру, ефективність соціальної, економічної, тарифної та інформаційної політики тощо), виявлення проблеми та розробку пропозицій економічно обґрунтованих шляхів їх вирішення;
- пояснити широкий діапазон проблем публічного управління та адміністрування.
- технології проведення аналітичних соціально-економічних досліджень та розроблення програм галузевого, соціально-економічного й регіонального розвитку, управління комунікаційною політикою за допомогою відповідних методів.

#### *Модуль 3. Маркетинг:*

- процедуру здійснення систематичного і постійного аналізу потреб і вимог ключових груп споживачів;
- порядок уточнення місії підприємства і визначення маркетингових цілей;
- методологію та інструментарій маркетингового аналізу підприємства;
- завдання та методи супроводу виконання маркетингових планів та програм;
- концепцію життєвого циклу товару та стратегію маркетингу для кожного з них;
- методики контролю та оцінювання результатів маркетингової діяльності підприємства;
- методи оцінки споживчої цінності товару як ключового фактору маркетингу;
- інструменти PEST, PEEST, SNW, SWOT аналізів;

#### *Модуль 4. Торгівля:*

- сутність поняття "комерційна логістика" та історію її розвитку;
- принципи організації та методологічні засади комерційної діяльності;
- основні положення логістики як теорії управління матеріальними та інформаційними потоками;
- принципи та функціональні області логістичної системи;
- методи розробки стратегії та тактики логістичної системи;
- системи управління товарними запасами;

- проблеми які вирішує транспортна логістика;
- принципи побудови логістичних інформаційних систем.

### **ВМІТИ:**

#### *Модуль 1. Менеджмент:*

- проводити аналіз і розрахунок економічних показників діяльності організацій або фірм на основі стандартних методик;
- оцінювати економічний потенціал та динаміку розвитку організації за даними статистичної звітності, бухгалтерського обліку та досліджень;
- аналізувати і планувати обсяг випуску та реалізації продукції, її асортимент на середньостроковий період;
- використовувати нормативно-технічну документацію для визначення потреб у матеріальних, трудових та фінансових ресурсах, необхідних для поточної діяльності;
- визначати вплив чинників зовнішнього середовища на результати діяльності організації (фірми);
- здійснювати заходи з підвищення конкурентоспроможності продукції на основі вивчення споживчої якості продукції конкурентів та економічної поведінки споживачів;
- впроваджувати ефективні заходи мотивування в колективі;
- визначати, добирати та впроваджувати ефективні форми та системи оплати праці робітників;
- здійснювати контроль операцій, враховуючи галузеві технології;
- контролювати рівень запасів та своєчасне поповнення ресурсів;
- на основі норм і нормативів здійснювати процес поточного упорядкування роботи;
- проводити оперативні наради серед працівників підприємства або підрозділу.

#### *Модуль 2. Публічне управління та адміністрування:*

- моделювати проблеми публічного управління та адміністрування та їх наслідків, а також пропонувати можливі шляхи вирішення;
- гнучко мислити, вільно застосовувати набуті управлінські й економічні знання для вирішення стратегічних та поточних завдань економічного розвитку публічного товариства, підприємства, галузі, території, держави а також застосування набутих економічних знань у повсякденному житті;
- формувати імідж, спілкуватися з керівництвом, колегами, підлеглими, партнерами, клієнтами;
- надавати складну комплексну інформацію у стислій формі усно та/або письмово із використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій та відповідною діловою мовою, правильно використовувати англійську мову, включаючи спеціальну термінологію, для проведення пошуку літератури;
- спілкуватися з різними верствами населення, готувати виступи, доповіді, доповідні службові записки, уміти обґрунтовано виступати, відстоювати демократичні принципи управління, готувати презентації, включаючи консультування та дорадництво;

- оцінювати рівень галузевого, соціально - економічного розвитку економічних суб'єктів і територій та окремих його складових (економічних, соціальних, демографічних та фінансових показників, склад та структуру, ефективність соціальної, економічної, тарифної та інформаційної політики тощо), виявляти проблеми та розробляти заходи щодо економічно обґрунтованих шляхів їх вирішення;
- налагоджувати співпрацю та взаємодію із бізнес-партнерами, фінансово-кредитними організаціями, асоціаціями, державними та європейськими й міжнародними інституціями використовуючи ефективні ділові комунікації;
- володіти навичками електронного документообігу, електронного урядування, управлінських технологій та управління людськими ресурсами й процесами інноваційного розвитку;
- приймати інтегровані рішення з публічного управління та адміністрування;
- формувати й організовувати демократичні управлінські процедури, управлінську інформаційну систему;
- організовувати пошук партнерів.

### *Модуль 3. Маркетинг.*

- здійснювати маркетингове планування на підприємстві;
- формулювати маркетингову місію і стратегію підприємства та створювати відповідні маркетингові програми;
- організовувати інформаційне забезпечення працівників маркетингових служб;
- проводити аудит та аналізувати результати маркетингової діяльності;
- розробляти заходи щодо вдосконалення систем і методів маркетингового менеджменту підприємства;
- організовувати роботу маркетингової служби підприємства;
- визначати методи прогнозування обсягів продажу;
- аналізувати динаміку попиту споживачів;
- визначати методи просування відповідно до характеристик і конкретного етапу життєвого циклу товару;
- працювати з вторинною інформацією і отримувати первинну інформацію про ринкову кон'юнктуру,
- проводити роботу по елімінуванню і/або продовженню життєвого циклу товару;
- використовувати інструменти оцінки, розробки та проведення рекламних кампаній підприємств;
- проводити розрахунок ефективності маркетингового супроводу проекту для діяльності підприємства;

### *Модуль 4. Торгівля:*

- визначати основні завдання і функції комерційної логістики;
- володіти методикою системного підходу при формуванні логістичної системи;
- правильно формулювати мету та завдання розвитку комерційної діяльності торговельного підприємства;
- описувати бізнес-процес логістичної системи;

- планувати діяльність системи складування і складської переробки продукції;
- визначати показники якості та рівень логістичного обслуговування споживачів;
- обирати критерії транспорту при формуванні логістичної системи;
- розрахувати та оцінювати економічну ефективність використання комерційної логістики;
- визначати оптимальний рівень логістичного сервісу.

# ПРОГРАМА ФАХОВОГО ВИПРОБУВАННЯ

## МЕНЕДЖМЕНТ

### 1. Теоретичні основи менеджменту

Сутність та функціональні сфери менеджменту. Менеджмент як спеціалізований вид людської діяльності. Суб'єкти менеджменту. Процес менеджменту. Властивості процесу менеджменту. Організація як об'єкт менеджменту, поняття керуючої та керованої систем в організації. Функціональні сфери менеджменту.

Організація та її середовище в менеджменті. Поняття «організації» як соціального утворення. Загальні характеристики організації.

Внутрішнє середовище організації. Елементи внутрішнього середовища організації. Ознаки зовнішнього середовища організації. Рівні менеджменту в організації. Методи менеджменту: адміністративні; економічні; соціально-психологічні. Сутнісна характеристика процесного, системного та ситуаційного підходів у менеджменті.

### 2. Функція планування в менеджменті

Визначення планування та його завдання. Система планів організації, етапи процесу планування за Р.Акоффом. Стратегічний план. Тактичний план. Операційний план.

Етапи процесу планування за Р.Акоффом. Визначення і функціональне призначення стратегічного планування. Розподіл обмежених організаційних ресурсів. Адаптація до зовнішнього середовища.

Внутрішня координація. Усвідомлення організаційних стратегій. Етапи стратегічного планування. Місія організації. Вимоги до формулювання місії організації.

Цілі організації (SMART) та вимоги до них. Методи оцінювання середовища функціонування організації: SWOT-аналіз; PEST-аналіз. Аналіз стратегічних альтернатив (матриця Бостонської консалтингової групи (BCG) . Чинники вибору стратегії. Управління реалізацією стратегічного плану. Тактика. Політика . Процедури. Правила. Бюджет. Управління за цілями.

### 3. Функція організування в менеджменті

Функція організування та її місце в системі менеджменту. Функція організування (за Майклом Месконом). Основні процеси реалізації функції організування. Основні завдання менеджера, які впливають з функції організування.

Організування та організаційна діяльність. Форми реалізації організування. Складові організаційної діяльності. Поділ праці. Горизонтальний поділ. Вертикальний поділ праці.

Делегування повноважень у менеджменті: поняття, елементи процесу делегування, типи повноважень (лінійні, штабні, функціональні). Основні елементи

процесу делегування. Види управлінської відповідальності. Різновиди організаційних повноважень.

Організаційна структура як результат організаційної діяльності. Етапи проектування організаційної структури. Основні складові організаційної структури. Централізація і децентралізація як спосіб зосередження організаційних повноважень на вищому, середньому та низовому рівнях менеджменту.

Основні елементи та склад організаційної структури управління. Департаменталізація як процес структурного поділу організації. Посадова інструкція. Вимоги до організаційної структури. Органіграма організаційної структури управління. Типи організаційних структур управління: лінійна, функціональна, лінійно функціональна, дивізійна, матрична, мережева.

#### **4. Мотивування як функція менеджменту**

Мотивування як процес спонукання себе й інших до діяльності шляхом використання мотивів людини для досягнення особистих цілей або цілей організації.

Головні поняття мотивування: потреба, мотив, спонукання, стимул, винагорода, цінність. Види мотивування: внутрішнє мотивування; зовнішнє мотивування. Змістові та процесуальні теорії мотивування.

#### **5. Контролювання як функція менеджменту**

Контролювання як процес виявлення можливих відхилень запланованих показників, встановлення причин цих відхилень і розроблення заходів щодо їх усунення. Умови необхідності контролювання у менеджменті.

Основні види контролювання: попередній, поточний, завершальний. Етапи прогресу контролювання: формування контрольованих показників, вимірювання досягнутих результатів, регулювання.

#### **6. Інформація і комунікації в менеджменті**

Інформація та її види. Управлінська інформація. Види інформації за функціональним призначенням. Вимоги до управлінської інформації. Точність інформації. Своєчасність (оперативність) інформації. Повнота інформації. Корисність інформації. Доступність інформації для її споживача.

Поняття комунікації, її види та засоби. Перешкоди в комунікаціях. Фільтри інформації. Відсутність атмосфери довіри. Шуми в комунікації. Відсутність зворотного зв'язку. Витік інформації. Комунікаційний процес. Складові класичної моделі комунікаційного процесу.

#### **7. Управлінські рішення**

Управлінські рішення в менеджменті. Альтернатива в прийнятті управлінського рішення. Характеристика управлінських рішень. Чинники впливу на процес прийняття управлінських рішень. Зміст основних етапів прийняття управлінських рішень (за М. Месконом).

Методи обґрунтування та прийняття управлінських рішень. Призначення кількісних та якісних методів обґрунтування та прийняття управлінських рішень. Кількісні методи обґрунтування та прийняття управлінських рішень. Якісні методи

обґрунтування та прийняття управлінських рішень. Характеристика загальнонаукових підходів до прийняття управлінських рішень.

### **8. Вплив, влада і лідерство в менеджменті. Стилi керівництва.**

Вплив як будь-яка поведінка однієї людини, яка змінює поведінку, відносини або відчуття іншої людини. Форми впливу у менеджменті. Влада як реальна можливість впливати на поведінку інших людей, змінювати її у визначеному напрямі, здатність підкорювати інших людей своїй волі.

Влада у менеджменті: влада керівника, влада колег-керівників, влада підлеглих. Баланс влади в організації. Типи влади у менеджменті, влада примусу; влада винагороди; законна (традиційна) влада; влада експерта; еталонна влада (влада прикладу).

Лідерство як здатність через особисті якості впливати на поведінку окремих осіб чи груп працівників у процесі спрямування їх діяльності на досягнення цілей організації. Підходи до лідерства.

Стиль керівництва як звична манера поведінки керівника щодо підлеглих для здійснення на них впливу та спонукання до досягнення цілей організації. Класифікація стилів керівництва (за Куртом Левінім): авторитарний, демократичний, ліберальний.

## **СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Ващенко О.П. Інформаційний менеджмент: навч. посібник. Київ: ДУІКТ, 2024. 132 с. - <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2194/view/2318>
2. Ващенко О.П. Провайдинг інновацій у менеджменті: навчальний посібник. Київ: ДУІКТ, 2024. 108 с. - <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2202/view/2329>
3. Вовчак О. Д., Руцишин Н. М. Інвестиційний менеджмент: підручник. Львів : Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту, 2016. 463 с.
4. Гудзь О.Є. Корпоративне управління: навчальний посібник. 2018. 123 с. - <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2201/view/681>
5. Гудзь О.Є., Глушенкова А.А. Менеджмент ідей та управління проектами. К.: Планета людей, 2016. 156 с.
6. Гудзь О.Є., Маковецька І.М. Комунікаційний менеджмент: навчальний посібник. Львів: «Галицька видавнича спілка», 2021. 224 с. - <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2196/view/2245>
7. Гудзь О.Є., Маковецька І.М. Управління комунікаціями в підприємствах: монографія. Львів : «Галицька видавнича спілка», 2021. 216 с. - <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2196/view/2244>
8. Гудзь О.Є., Сазонова С. В. Управління наданням загальнодоступних послуг в телекомунікаційній сфері: навчальний посібник. Львів: Ліга-Прес, 2018. 144 с. - <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2206/view/1299>
9. Гудзь О.Є., Стецюк П.А. Інвестиційний менеджмент: навчальний посібник. Львів: ТОВ «Галицька видавнича спілка», 2020. 223 с. - <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2192/view/1879>

10. Гудзь О.Є., Стрельнікова С.Ю. Управління стратегічними змінами підприємств в умовах цифрової трансформації: монографія. Львів: СПОЛОМ, 2021. 187 с. - <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2214/view/2216>
11. Гудзь О.Є., Стрельнікова С.Ю. Управління стратегічними змінами: навчальний посібник. Львів: СПОЛОМ, 2021. 200 с. - <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2214/view/2215>
12. Гудзь О.Є., Халімон Т.М. Управління конкурентоспроможністю телекомунікаційних підприємств: навчальний посібник, 2019. 236 с. - <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2210/view/1304>
13. Данюк В.М. Управління персоналом: підручник. Київ : КНЕУ. Каматорськ: НКМЗ, 2013. 667 с.
14. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В., Артеменко Л.П. Стратегічне управління: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2019. 440 с.
15. Євтушенко Н.О. Менеджмент-консалтинг: навчальний посібник. К.: Талком, 2021. 270 с. - <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2615/view/2246>
16. Євтушенко Н.О. Фінансовий менеджмент: навчальний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «спеціаліст» спеціальності «Фінанси і кредит (за спеціалізованими програмами)». Запоріжжя: ЗНУ, 2015. 145с. - <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2216/view/2013>
17. Зеліско І.М. Управління фінансовою санацією підприємства: навчальний посібник, 2016. 355 с. - <https://duikt.edu.ua/ua/lib/2/category/2216/view/1839>
18. Зеліско І.М., Олійник Л.А. Місцеві фінанси: навчальний посібник. К.: ЦП «Компринт», 2017. 272 с.
19. Зеліско І.М., Олійник Л.А. Управління фінансовою санацією підприємства: навчальний посібник. К.: ЦП «КОМПРИНТ», 2017. 410 с.
20. Карий О.І. Менеджмент та інновації: теорія і практикум : навч. посіб. Львів : Растр-7, 2020. 297 с.
21. Краснокутська Н.С., Нащекіна О.М., Замула О.В. Менеджмент : Навчальний посібник. Харків: «Друкарня Мадрид», 2019. 231 с. <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2198/view/2247>
22. Лепейко Т.І., Миронова О.М. Менеджмент : навч. посіб. Харків : ХНЕУ, 2010. 204 с
23. Лепейко Т.І., Миронова О.М. Управління персоналом підприємства в умовах невизначеності (поведінковий підхід): монографія. Харків : ХНЕУ, 2010. 236 с.
24. Менеджмент. Навчальний посібник для здобувачів вищої освіти. Страпчук С. І., Миколенко О. П., Попова І. А., Пустова В. В. Львів, Видавництво «Новий Світ – 2000», 2020. 356 с. - <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2198/view/2242>
25. Олійник С.У. Теорія та практика менеджменту персоналу: підручник. Х. : Вид-во НУА, 2013. 376 с.
26. Оліховська М, Лелик Л., Оліховський В. Менеджмент організацій: навч. посіб. Львів: Ліга-Прес, 2018. 370 с.
27. Островська Г.Й. Фінансовий менеджмент: підручник. Тернопіль: Підручники і посібники, 2017. 507 с.
28. Палеха Ю.І. Менеджмент персоналу : навч. посібник для ВНЗ. К. : Ліра-К, 2015. 336 с.

29. Петруня Ю.Є., Коляда С.П., Ковтун Н.С. Управління персоналом. Практикум : навч. посібник. Д. : УМСФ, 2016. 211 с.
30. Прокопенко Н.С., Гудзь О.Є. Інтелектуальний капітал: навчальний посібник. Львів : Ліга-Прес, 2018. 172 с. - <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2209/view/1265>
31. Прокопенко Н.С., Гудзь О.Є., Харковина О.Г. Розвиток інтелектуального капіталу: монографія. Львів: Ліга-Прес, 2018. 180 с. - <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2209/view/2257>
32. Романенко О.О. Стратегічна платформа розвитку підприємства: монографія. Харків: ФОП Лібуркіна Л. М., 2018. 371 с.
33. Селютін В.М., Яцун Л.М. Управління персоналом: Практикум: навч. посібник. Х. : ХДУХТ, 2018. 186 с. - <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2211/view/1829>
34. Сумець О.М. Стратегічний менеджмент : підручник. Харків : ХНУВС, 2021. 208 с.
35. Теліженко О.М. Адміністративний менеджмент для магістрів: підручник. Суми: Університетська книга, 2017. 871 с.
36. Терещенко О.О. Антикризове фінансове управління на підприємстві: моногр. К.: КНЕУ, 2008. 272 с.
37. Халімон Т.М. Теоретико-методологічні та практичні аспекти управління конкурентоспроможністю телекомунікаційних підприємств: монографія. Львів: Ліга-Прес, 2018. 468 с.
38. Шкільняк М.М, Овсянюк-Бердадіна О.Ф., Крисько Ж.Л., Демків І.О. Менеджмент: підручник. Тернопіль: ЗУНУ, 2022 р. 258 с.

## ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

### 1. Державне управління

Державна влада в Україні: організація та функції.

Публічне управління: механізми запровадження змін.

Засади державної антикорупційної політики в Україні та механізми її реалізації на державній службі.

Реформування державної служби в Україні: напрями та шляхи реалізації.

Сучасна державна кадрова політика в Україні: принципи та пріоритети.

### 2. Економіка

Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом як стратегічний орієнтир системних економічних реформ в Україні.

Завдання держави у сфері дерегулювання господарської діяльності.

Управлінські аспекти забезпечення макроекономічної стабільності в Україні.

Пріоритети державного регулювання секторів, комплексів, галузей національної економіки.

### 3. Соціогуманітарна сфера

Соціальні реформи в “Стратегії - 2020”.

Механізми модернізації системи соціального захисту в умовах сучасних викликів.

Культурна політика держави.

Державно-конфесійні відносини та державна етнополітика.

### 4. Регіональна політика

Державна політика регіонального розвитку України.

Проблеми і перспективи розвитку малих міст в Україні.

Підходи та механізми стимулювання соціально-економічного розвитку регіону.

Децентралізація влади та перспективи розвитку місцевого самоврядування в Україні.

### 5. Європейська інтеграція України

Європейське врядування.

Глобальне врядування.

Європеїзація національної системи державного управління.

Відносини України та ЄС.

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Асоціація інститутів та шкіл з державного управління Центральної і Східної Європи : [www.nispa.sk](http://www.nispa.sk)
2. Верховна Рада України: <http://www.rada.gov.ua/>
3. Державне управління: *підручник* : у 2 т. Ред. кол.: Ю. Ковбасюк, К. О. Ващенко, Ю. П. Сурмін та ін. К.; Дніпропетровськ: НАДУ, 2012.Т. 1.564 с.

4. Державне управління: *підручник* : у 2 т. Ред. кол. : Ю. Ковбасюк, К. О. Вашенко, Ю. П. Сурмін та ін. К.; Дніпропетровськ: НАДУ, 2012. Т. 2. 324 с.
5. Енциклопедія державного управління: у 8 т. / Нац. акад. держ. упр. при Президентові України; наук.-ред. колегія: Ю. В. Ковбасюк та ін. К.: НАДУ, 2011.
6. Інститут аналізу політики і стратегій, сторінка “Бібліотека” : [www.ipas.org.ua/library](http://www.ipas.org.ua/library)
7. Кодекс адміністративного судочинства України . *Офіц. вісн. України*. 2005. № 32. Ст. 1918.
8. Конституція України: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>
9. Конституція України. *Науково-практичний коментар* / редкол.: В. Я. Тацій, О. В. Петришин, Ю. Г. Барабаш та ін. : Нац. акад. прав, наук України. 2012. 1128 с.
10. Національний інститут стратегічних досліджень. <http://www.niss.gov.ua/>
11. Право в публічному управлінні : *навч. посіб.* [Н. Г. Плахотнюк, В. І. Мельниченко, С. Д. Дубенко та ін.]. Київ : НАДУ, 2018. 240 с.
12. Президент України: <https://www.president.gov.ua/>
13. Про адміністративні послуги: *Закон України* від 06.12.2012 № 5203-УІ: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5203-17>
14. Про державну службу: *Закон України* від 10.12.2015 № 889-VIII: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/889-19>
15. Про доступ до публічної інформації: *Закон України* від 13.01.2011 № 2939-VI. - <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17>
16. Про Кабінет Міністрів України: *Закон України* від 27.02.2014 № 794-VII.: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/794-18>
17. Про місцеві державні адміністрації: *Закон України* від 09.04.1999 № 586-XIV. - <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/586-14>
18. Про центральні органи виконавчої влади: *Закон України* від 17.03.2011 № 3166-VI. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3166-17>
19. Публічне управління : *термінол. слов.* уклад. : В. С. Куйбіда, М. М. Білинська, О. М. Петроє та ін.; Київ : НАДУ, 2018. 224 с.
20. Пухтецька А. А. Європейські принципи адміністративного права: *моногр.* К.: Логос, 2014. 237 с.
21. Скрипничук В.М. Правове забезпечення державного управління. *Конспект лекцій*. Івано-Франківськ: Місто НВ, 2008. 556 с.
22. Стратегія реформування державного управління України на 2016-2020 роки / схв. розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24 черв. 2016 р. № 474-р. *Офіц. вісн. України*. 2016. № 55. Ст. 1919.
23. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони / ратифіковано із заявою Законом від 16 верес. 2014 р. № 1678-VII. *Офіц. вісн. України*. 2014. № 75. Ст. 2125.
24. Урядовий портал. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади: [www.kmu.gov.ua](http://www.kmu.gov.ua)
25. Центр адаптації державної служби до стандартів Європейського Союзу (сторінка “групи аналізу політики”) . [www.center.gov.ua](http://www.center.gov.ua)

# МАРКЕТИНГ

## 1. Теоретичні основи маркетингу

Визначення і сутність маркетингу. Провідні категорії маркетингу: нестаток, потреба, попит, товар, обмін, угода, ринок. Передумови виникнення маркетингу. Еволюція концепції маркетингу. Принципи та функції маркетингу. Види маркетингу в залежності від сфери та об'єкту управління, а також від стану ринкового попиту.

Комплекс маркетингу 4P's. Цілі маркетингу для суспільства в цілому та для конкретної організації.

Модель поведінки споживача: спонукальні фактори маркетингу, інші подразники, «чорна скринька» свідомості покупця (характеристики покупця та зміст процесу прийняття рішення про купівлю), реакції покупця у відповідь. Характеристики покупця на споживчому ринку: фактори культурного рівня, соціальні фактори, фактори особистого порядку, психологічні фактори. Етапи процесу прийняття рішення про купівлю: усвідомлення проблеми, пошук інформації, оцінка варіантів, рішення про купівлю, реакція на придбання товару.

Організація служби маркетингу: функціональна, товарна, географічна, ринкова, матрична.

## 2. Маркетингове середовище. Система маркетингової інформації і організація маркетингових досліджень

Поняття маркетингового середовища. Макросередовище та мікросередовище. Фактори макросередовища (демографічні, економічні, природні, науково-технічні, політичні/законодавчі, соціально-культурні) та їх вплив на маркетингову діяльність. Склад мікросередовища організації: постачальники, посередники, споживачі, конкуренти, контактні аудиторії. Місткість та частка ринку: сутність та методи вимірювання. Поняття та показники кон'юнктури ринку.

Джерела маркетингової інформації (вторинної та первинної). Методи отримання первинної інформації (інтерв'ю фокус-груп, спостереження, збирання статистичних даних шляхом опитувань у репрезентативних вибірках, експеримент). Визначення складу, типу та розміру вибірки. Способи комунікації (особисте, телефонне або поштове опитування). Розрахунок бюджету та складання календарного плану дослідження.

Методи та інструменти маркетингових досліджень. Етапи маркетингового дослідження. Визначення цілей і задач дослідження; розробка плану дослідження; збирання інформації, аналіз інформації, представлення результатів дослідження. Поточний ринковий попит, поточний ринковий потенціал (місткість ринку), абсолютний ринковий потенціал. Способи оцінки поточного ринкового потенціалу (місткості ринку). Методи прогнозування попиту. Способи виходу на ринок: масовий маркетинг, товарно-диференційований маркетинг, цільовий маркетинг. Сегментування ринку як необхідна умова здійснення цільового маркетингу. Поняття сегментування ринку та ринкового сегменту. Етапи процесу сегментування. Критерії сегментування споживчих і ділових ринків. Методи сегментування. Визначення профілів ринкових сегментів. Вибір найбільш привабливих сегментів і формування цільового ринку. Критерії вибору цільових

сегментів. Стратегії спеціалізації: односегментна, товарна, ринкова та селективна спеціалізація, повне охоплення ринку. Позиціонування товару у цільовому сегменті. Поняття позиціонування. Конкурентна перевага як основа позиціонування. Види конкурентних переваг, за якими можна здійснювати позиціонування. Карта позиціонування.

### **3. Маркетингова товарна політика**

Поняття товару. Модель трьох рівнів товару. Класифікація товарів. Управління торговими марками. Поняття торгової марки, марочної назви, марочного знаку, товарного знаку. Переваги від використання марок для виробників, споживачів та посередників. Вартість марки. Рішення, які приймаються в процесі управління марками. Рішення про комплекс супутніх послуг (підкріплення товару). Асортиментна політика фірми. Поняття товарної лінії і товарного асортименту. Сутність управління асортиментом. Аналіз товарного асортименту: широта, глибина, насиченість та гармонійність. Рішення щодо зміни асортименту та способи їх реалізації. Концепція життєвого циклу товару (ЖЦТ). Основні етапи життєвого циклу. Види кривих ЖЦТ. Поняття нового товару, нового виробу та товару ринкової новизни. Основні етапи розробки нового товару. Упакування товару: функції упакування, тара, маркування.

### **4. Маркетингова цінова політика**

Класифікація цін. Аналіз факторів, які впливають на ціни (попит, витрати, конкуренція, торговельні посередники та державне регулювання). Етапи ціноутворення. Визначення цілей ціноутворення. Формування цінових стратегій. Чинники ціноутворення: мета продавця, собівартість, ціни конкурентів, еластичність попиту. Методи ціноутворення: «середні витрати плюс прибуток»; беззбитковості та цільового прибутку; цінності товару; на основі рівня поточних цін; на основі торгів. Основні підходи до встановлення цін: ціни на новий товар, у межах товарного асортименту, на доповнюючі товари, на приналежність, за географічним принципом, зі знижками, для стимулювання збуту, дискримінаційні ціни.

### **5. Маркетингова політика розподілу (збуту)**

Поняття каналу розподілу. Функції каналів розподілу. Класифікація каналів за числом рівнів. Види торговельних посередників: роздрібні посередники; незалежні оптові посередники (оптовики, дистриб'ютори, джобери, дилери); агенти (комісіонери, консигнанти, агенти виробників, збутові агенти, брокери, маклери). Класифікація систем розподілу за видом товарів, що розподіляються. Класифікація систем розподілу за структурою (традиційні, вертикальні, горизонтальні, змішані). Особливості розподілу на міжнародних ринках. Етапи процесу стратегічного управління системою розподілу. Оцінка умов розподілу, формулювання цілей розподілу, визначення структури каналів, розробка стратегій каналів (проштовхування або витягування), оперативне керування системою розподілу. Визначення стратегії розподілу: інтенсивний маркетинг, вибіркоче проникнення, широке проникнення, пасивний маркетинг. Поняття та функції роздрібної торгівлі. Види роздрібних торгових точок. Маркетингові рішення роздрібною торговця.

Поняття та функції оптової торгівлі. Види оптових торговців. Маркетингові рішення оптового торговця. Товарорух (логістика). Функції товароруху. Основні етапи товароруху: визначення цілей, створення системи обробки замовлень, створення потужностей для обробки та зберігання вантажів, регулювання запасів (або організація постачань «точно в термін»), вибір методів транспортування, оцінка і контроль системи товароруху.

## 6. Маркетингові комунікації

Поняття комунікації. Склад комплексу маркетингової комунікації. Зміст процесу комунікації. Етапи управління комплексом маркетингових комунікацій: визначення цілей, розробка стратегії, складання бюджету, оцінка комплексу комунікацій. Характеристика моделі ефективного звернення до цільової аудиторії AIDA. Завдання реклами. Способи класифікації реклами. Провідні групи носіїв реклами. Етапи управління рекламною кампанією: визначення цілей, розробка стратегій (вибір звернення та вибір засобів реклами), складання графіка рекламної кампанії, складання бюджету рекламної кампанії, оцінка ефективності реклами. Особливості стимулювання кінцевих споживачів, торговельних посередників та власного торговельного персоналу. Основні етапи управління процесом стимулювання збуту: визначення цілей, вибір засобів стимулювання, розробка програми, тестування програми, реалізація програми, оцінка результатів. Техніка особистого продажу: пошук і оцінка потенційних покупців; підготовка до візиту; підхід до клієнта і встановлення контактів; виявлення проблеми клієнта і висунення торговельних пропозицій; презентація і демонстрація товару; подолання заперечень; завершення переговорів та укладення угоди; перевірка результатів, аналіз та контроль. Види зв'язків з громадськістю (паблісіті), визначення цілей паблісіті, вибір повідомлень та їх носіїв, оцінка результатів.

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Біловодська, О.А. Маркетингова політика розподілу : *навч. посіб.* К. : Знання, 2011. 495 с. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/36515>
2. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу. *Навчальний посібник*. Київ: ДУТ, 2019. 262 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1703>
3. Виноградова О. В., Крижко О.В. В49 «Маркетинговий менеджмент». ч.2. «Організація офісної діяльності». *Навчальний посібник*. Київ: ДУТ, 2018. 137 с.- [http://www.dut.edu.ua/uploads/1\\_1702\\_36465668.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1702_36465668.pdf)
4. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності. *Навчальний посібник*. Київ: ДУТ, 2019. 146 с. [http://www.dut.edu.ua/uploads/1\\_796\\_67558907.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/1_796_67558907.pdf)
5. Кардаш В. Я., Антонченко М. Ю Маркетингова товарна політика: *навч.-метод. посібник*. К.: КНЕУ <http://studentbooks.com.ua/content/view/112/44/>
6. Крикавський Є В., Чухрай Н. І., Чернописька Н. В. Логістика: компендіум і практикум. *Навч. посібник*. К., Кондор, 2009 р. 338 с. [http://www.dut.edu.ua/uploads/1\\_111\\_76103782.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/1_111_76103782.pdf)
7. Криковцева Н.О. Маркетингова товарна політика. *Практикум*. Дк, 2004. 49 с. [http://znannia.com.ua/product/marketingova\\_tovarna\\_politika\\_pidruchnik1\\_zatverdzen](http://znannia.com.ua/product/marketingova_tovarna_politika_pidruchnik1_zatverdzen)

8. Маркетинг. *Навчально-методичні матеріали в системі Moodle* - <http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=2313>
9. Маркетингова політика. *Навчально-методичні матеріали в системі Moodle* - <http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id>
10. Маркетинговий менеджмент. *Навчально-методичні матеріали в системі Moodle* - <http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=2279>
11. Маркетингові дослідження і бізнес-аналітика. *Навчально-методичні матеріали в системі Moodle* - <http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=2300>
12. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика. *Навч. посіб.* – К.: ЦУЛ, 2012. – 240 с. [http://www.dut.edu.ua/uploads/l\\_1418\\_76066421.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/l_1418_76066421.pdf)
13. Петруня Ю. Є. Маркетинг : *навчальний посібник*. Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/3/category/743/view/1656>
14. Плахотнікова Л.О. Маркетинг: практикум. Ч. II. *Навч. посібник*. Київ: ДУТ, 2019. 108 с. [http://www.dut.edu.ua/uploads/l\\_1707\\_97507936.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/l_1707_97507936.pdf)
15. Посилкіна О.В., Баєва О.І., Онищенко Я.Г., Сагайдак-Нікітюк Р.В. Економіка логістики: *навч. посіб.* Харків: НФаУ, 2018. 251с. <http://dspace.nuph.edu.ua/bitstream/123456789/18521/1/Економіка%20логістики%20Навч.посіб..pdf>
16. Примак Т. О. Маркетинг. *Навчальний посібник*. Київ: МАУП. 2004. 228 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/5/category/743/view/1235>
17. Решетілова Т.Б., Довгань С.М. Маркетингові дослідження: *підручник* Нац. гірн. ун-т. Дніпропетровськ: НГУ, 2015. 357 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/5/category/743/view/1232>
18. Регіони України: статистичний щорічник: [www.ukrstat.gov](http://www.ukrstat.gov)
19. Статистична звітність емітентів України: <http://www.smida.gov.ua/db/emitent>
20. Ткаченко Н.Б. Маркетингова товарна політика. К, 2002. 148с.: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5004>
21. Тюріна Н. М., Гой І.В., Бабій І.В. Логістика : *Навч. посіб.* К.: «Центр учбової літератури», 2015. 392 с. [http://www.dut.edu.ua/uploads/l\\_1228\\_89357192.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/l_1228_89357192.pdf)
22. Шканова О. М. Маркетингова товарна політика. *Навч. посібник.* . К.: 2018. [http://www.dut.edu.ua/uploads/l\\_1416\\_33626047.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/l_1416_33626047.pdf)
23. Яценко Р. М., Ніколаєв І. В. Інформаційні системи в логістиці : *навч. посібник* Х.: Вид. ХНЕУ, 2012. 232 с. [http://www.dut.edu.ua/uploads/l\\_1483\\_21999522.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/l_1483_21999522.pdf)
24. Закон України «Про захист прав споживачів» (№1023-ХІІ; закон України «Про внесення змін до закону України «Про захист прав споживачів» №3161-ІУ).
25. Закон України «Про рекламу» у редакції від 26.07.2018р. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>
26. Виноградова О.В. Дрокіна Н.І. Електронний бізнес. *Навчальний посібник*. Київ: ДУТ, 2018. 292 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib>
27. Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. Маркетингові технології управління Інтернет-проектами. *Навчальний посібник*. Київ: ДУТ, 2019. 350 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib>
28. Виноградова О.В. Поведінка споживачів. Практикум. *Навчальний посібник*. Київ: ДУТ, 2020. 78 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib>
29. Виноградова О.В., Писар Н.Б. Управління лояльністю споживачів. *Навчально-методичний посібник*. Київ: ДУТ, 2021. 153с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743>

## **ТОРГІВЛЯ**

### **1. Комерційна логістика як напрям підвищення конкурентоспроможності підприємств**

Поняття та зміст комерційної логістики. Основні функції комерційної логістики. Принципи, цілі та завдання комерційної логістики. Тенденції розвитку комерційної логістики. Механізм впливу комерційної логістики на підвищення конкурентоспроможності підприємства. Сучасні концепції комерційної логістики.

### **2. Логістична концепція управління товарорухом**

Особливості потокових процесів в виробничо-комерційної діяльності. Характерні риси та елементи процесу товароруху. Основи організації управління рухом товарів. Посередники в системі управління рухом товарів. Вибір каналів розподілу. Фізичний розподіл і обробка замовлень. Результативні показники розподілу. Організація господарських зв'язків і виконання замовлень.

### **3. Матеріальні запаси як елемент комерційної логістики**

Необхідність і роль запасів в системі логістики. Основні категорії запасів і їх функціональне призначення. Поняття якості і надійності обслуговування. Принципи формування політики обслуговування клієнтури. Характеристики та показники надійності обслуговування.

### **4. Управління запасами в логістичній системі**

Принципи розміщення запасів. Стратегія вибору системи розміщення страхових запасів. Моделі і методи оперативного регулювання запасів. Поняття і сутність системи управління запасами «точно-в-термін». Проблеми поповнення запасів продукції на складах системи розподілу. Принципи вибору системи управління запасами. Поняття про одно- і дворядну класифікації товарів «А - В - С».

### **5. Розробка стратегії логістичного управління виробничо-комерційної діяльністю підприємства (фірми)**

Функції та організаційні структури управління логістикою на підприємстві. Функціональна взаємодія логістики з основними видами діяльності і політикою фірми. Місце і роль служби логістики в розробці політики і стратегії управління діяльністю фірми. Розробка

логістичної стратегії і оцінка інвестиційних проектів. Стратегія зниження трансакційних витрат.

#### **6. Основи проектування систем руху товару**

Аналіз ризику в довгостроковому плануванні і страхування процесу руху товару. Методи аналізу логістичних рішень за програмою розвитку системи руху товару. Параметри ринкової діяльності та їх вплив на вибір напрямків розвитку систем руху товару. Поняття про розподіл сукупного попиту на товари. Оцінка і аналіз змін в рівні попиту. Прогноз попиту і його вплив на вибір логістичних рішень.

#### **7. Логістичний менеджмент в ланцюгах поставок**

Терміни, які використовуються в управлінні матеріальними потоками в сфері дистрибуції. Типи посередників, що функціонують в дистрибуції, і їх функції. Основні функції логістичного менеджменту фірми і сучасні особливості в дистрибуції. Класифікація, структура логістичних каналів і дистрибутивних мереж. Фактори, що визначають структуру логістичних каналів і дистрибутивних мереж. Залежність структури дистрибутивної мережі і схем можливих логістичних каналів від видів продукції в дистрибуції. «Золоті правила» дистрибуції.

#### **8. Удосконалення торговельних систем на базі концепції логістики**

Поняття торгової системи і особливості її функціонування в сучасних умовах. Мета раціоналізації торгівлі на базі концепції логістики. Принципи та методи логістичної раціоналізації торговельних систем. Застосування логістичного методу при організації руху товарів при впровадженні систем автоматизованої ідентифікації штрихових товарних кодів. Системи «виштовхування» і систему «витягування» товарів. Практичне впровадження системи «Швидкого реагування». Перспективи розвитку торговельних систем на базі логістики. Особливості управління логістичними ланцюгами поставок в торгівлі.

### **СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Балабанова Л.В. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика: *навчальний посібник* Л.В. Балабанова, А.М. Германчук Київ: Професіонал, 2014. 143 с.
2. Банько В.Г. Логістика: *навчальний посібник* В.Г. Банько Київ: КНТ, 2013. 345 с.

3. Безугла Л. С., Демчук Н. І. Маркетинг закупівель : *навчальний посібник*. Дніпро: Видавець Біла К. О., 2019. 240 с.
4. Буснюк С. В. Комерційна логістика: *конспект лекцій*. Луцьк : Технічний коледж Луцького НТУ, 2019. 84 с.
5. Економіка логістичних систем : *монографія* М. Васелевський, І. Білик, О. Дейнека та ін. ; за заг. ред. Є. Крикавського та І. Кубіва. Львів : Національний університет "Львівська політехніка", 2015. 596 с.
6. Жарська І.О. Логістика: *навч. посіб.* Одеса: ОНЕУ, 2019. 209 с.
7. Кальченко А.Г. Логістика: *підручник* Київ: КНЕУ, 2012. 284 с. Режим доступу: <http://studentbooks.com.ua/content/view/126/76/>
8. Кислий В.М. Логістика: Теорія і практика: *Навч.посіб.* Київ:Центр учбової літератури, 2018. 360 с.
9. Крикавський Є В., Чухрай Н. І., Чернописька Н. В. Логістика: *компендіум і практикум. Навч. посібник.* Київ, Кондор, 2009 р. 338 с. [http://www.dut.edu.ua/uploads/l\\_111\\_76103782.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/l_111_76103782.pdf)
10. Логістика: *навч.посіб.* Безугла Л.С., Юрченко Н.І., Ільченко Т.В., Пальчик І.М., Воловик Д.В. Дніпро: Пороги, 2021. 252 с.
11. Малюта Л. Я., Шерстюк Р. П. *Курс лекцій* з дисципліни «Логістика». Тернопіль: Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя, 2017 139.
12. Міщук І. П. Формування і функціонування систем логістики підприємств торгівлі : *дис. докт. ек. наук: 08.00.04* Львівський торговельно-економічний університет. Львів, 2017. 665 с.
13. Окландер М. Логістика: *навч.посібник*. Київ: Центр навчальної літератури, 2018. 346 с.
14. Перебийніс В. І. Транспортно-логістичні системи В. І. Перебийніс, О. В. Перебийніс. Полтава : РВВ ПУСКУ, 2014. 312 с.
15. Попович П. В., Шевчук О. С., Бабій М. В. *Курс лекцій* з дисципліни «Логістика» Тернопіль : Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя, 2017. 227 с.
16. Посилкіна О.В.,Баєва О.І., Онищенко Я.Г., Сагайдак-Нікітюк Р.В. Економіка логістики: *навч. посіб.* Харків: НФаУ, 2018. 251с. <http://dspace.nuph.edu.ua/bitstream/123456789/18521/1/Економіка%20логістики%20Навч.посіб..pdf>
17. Регіони України: *статистичний щорічник*: [www.ukrstat.gov](http://www.ukrstat.gov)
18. Смирнов І.Г., Косарева Т.В. Транспортна логістика. Київ: Центр навчальної літератури, 2018. 224 с.
19. Статистична звітність емітентів України: <http://www.smida.gov.ua/db/emitent>
20. Тюріна Н. М., Гой І.В., Бабій І.В. Логістика : *Навч. посіб.* Київ: «Центр учбової літератури», 2015. 392 с. [http://www.dut.edu.ua/uploads/l\\_1228\\_89357192.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/l_1228_89357192.pdf)
21. Яценко Р. М., Ніколаєв І. В. Інформаційні системи в логістиці : *навч. посібник* Харків: Вид. ХНЕУ, 2012. 232 с. [http://www.dut.edu.ua/uploads/l\\_1483\\_21999522.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/l_1483_21999522.pdf)
22. Закон України «Про захист прав споживачів» (№1023-ХІІ; закон України «Про внесення змін до закону України «Про захист прав споживачів» №3161-ІУ).
23. Шандрівська О.Є. Логістичний менеджмент. Теоретичні основи: *навч.-метод. посіб.* О.Є. Шандрівська, В.В. Кузяк, Н.І. Хтей. Львів : Львівська політехніка, 2014. 195 с.
24. Шостак Л.В. Комерційна логістика : *конспект лекцій*. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі Українки», 2023. 56 с.

24. Шостак Л.В. Комерційна логістика : *конспект лекцій*. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі Українки», 2023. 56 с.

### КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Вступне випробування з фаху для конкурсного відбору вступників до Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій у 2025 році для здобуття освітнього ступеня магістра за спеціальностями: «Менеджмент організацій та адміністрування», «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності», «Публічне управління та адміністрування», «Міжнародні публічні комунікації. Кібердипломатія», «Маркетинг», «Міжнародний маркетинг», «Комерційна логістика», на денну (заочну) форму навчання складається з **60 тестових завдань**.

Кожна правильна відповідь оцінюється у 5 бали.

Кожна неправильна відповідь оцінюється у 0 балів.

Максимальна кількість балів складає 200 балів.

Мінімальна кількість балів, що дає право вважати вступне випробування успішним повинна становити не менше 100 балів.

Час відведений на іспит складає 120 хв.

Рівні знань	Бали	Критерії оцінювання знань
початковий	100-150	надано 21-30 правильних відповідей, є неохайності та виправлення
середній	151-170	надано 31-40 правильних відповідей, є незначні неохайності та виправлення
достатній	171-190	надано 41-50 правильних відповідей, є незначні неохайності та виправлення
високий	191-200	надано 51-60 правильних відповідей без виправлень

### ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Склад фахової атестаційної комісії визначається наказом ректора Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій, робота комісії та порядок проведення вступного випробування регламентуються «Положенням про Приймальну комісію Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій» введеного в дію наказом ректора від 21 січня 2026 року № 18.

Директор Навчально-наукового  
інституту менеджменту та підприємництва



Світлана ПЕТРОВСЬКА