



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТЕХНОЛОГІЙ

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Вченою радою Державного  
університету економіки і  
технологій

Протокол №6 від 25.02.2021 р.

В.о. ректора  - А.В. Шайкан



**ПРОГРАМА**

вступного фахового випробування  
для отримання ступеня вищої освіти «бакалавр»  
зі спеціальності 073 Менеджмент  
на базі здобутого ОКР «молодший спеціаліст»

Кривий Ріг  
2021

Програма складена на підставі дисциплін циклу професійної підготовки молодших спеціалістів передбачених освітньо-професійною програмою за спеціальністю «Менеджмент» та за спорідненими спеціальностями «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», «Облік і оподаткування», «Маркетинг», «Фінанси, банківська справа та страхування»

Програму склали:

1. к.е.н., доцент Тетяна Петрішина
2. к.е.н., доцент Віта Макаренко
3. к.е.н., доцент Едуард Мокряк

Узгоджено на засіданні кафедри управління бізнесом  
Протокол №1 від «05» лютого 2021 р.

В.о. завідувача кафедри управління  
бізнесом, к.е.н., доцент

\_\_\_\_\_

Тетяна Петрішина

**ЗМІСТ**

	стор.
Вступ	3
1. Перелік дисциплін, що виносяться на фахове випробування	4
2. Порядок проведення фахового випробування	
3. Перелік тем та питань з дисциплін, що виносяться на фахове випробування	4
4. Критерії оцінювання тестових завдань різних рівнів складності	21
5. Рекомендована література для підготовки до фахового випробування	21

## ВСТУП

**Мета фахового випробування** – виявлення та оцінка рівня підготовки до навчання за скороченим терміном навчання в університеті та відбір претендентів до навчання за освітнім ступенем «бакалавр» згідно вимогам освітньо-кваліфікаційної характеристики «молодший спеціаліст» з менеджменту.

**Завдання фахового випробування** – встановлення фактичної відповідності рівня підготовки вступника вимогам освітньо-кваліфікаційної характеристики молодший спеціаліст з менеджменту.

**Вимоги до здібностей і підготовленості бакалаврів.** До успішного засвоєння освітньо-кваліфікаційної програми бакалавра вступники повинні мати неповну вищу освіту за однойменною спеціальністю та здібності до оволодіння знаннями, уміннями і навичками в галузі природно-наукових, загальноєкономічних дисциплін та дисциплін професійного спрямування. Обов'язковою умовою є вільне володіння державною мовою.

**Характеристика змісту фахового випробування.** Кожен білет має міждисциплінарний синтетичний характер, його зміст відповідає функціям, для виконання яких повинен бути підготовлений вступник – молодший спеціаліст за спеціальністю «Менеджмент». Згідно з чинною освітньо-кваліфікаційною характеристикою зазначеної спеціальності до таких функцій належать: регулювання, аналітична, організаційна, статистична. При цьому організаційна поєднує теоретичні і прикладні питання, що дає можливість виявити знання й уміння, використовувати теоретичні навички з менеджменту відносно практичних господарських операцій.

Білети складено на підставі дисциплін циклу професійної підготовки молодшого спеціаліста з менеджменту, передбачених освітньо-професійною програмою підготовки молодшого спеціаліста за спеціальністю «Менеджмент». Фахове випробування проводяться в письмовій формі.

Для проведення фахового випробування виділяється аудиторія достатньої місткості, в якій забезпечується сприятливі умови для плідноїсамостійної роботи вступника над питаннями білету.

## 1. ПЕРЕЛІК ДИСЦИПЛІН, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ФАХОВЕ ВИПРОБУВАННЯ

На вступні випробування на освітній ступінь «бакалавр» за спеціальністю 073 «Менеджмент» відносять нормативні фахові дисципліни:

- «Менеджмент»;
- «Маркетинг»;
- «Економіка підприємства».

## 2. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ФАХОВОГО ВИПРОБУВАННЯ

Прийом на навчання за освітнім ступенем «бакалавр» за спеціальністю 073 «Менеджмент» здійснюється відповідно до Правил прийому до Державного університету економіки і технологій (далі - ДУЕТ) у формі комплексного письмового випробування зі спеціальності.

Білет фахового випробування складається із 30 тестових завдань трьох рівнів складності.

Для виконання письмового завдання відводиться 3 (три) астрономічні години.

Для проведення фахового випробування на освітній ступінь «бакалавр» створюється атестаційна комісія.

## 3. ПЕРЕЛІК ТЕМ З ДИСЦИПЛІН, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ФАХОВЕ ВИПРОБУВАННЯ

### 3.1. Дисципліна «Менеджмент»

Таблиця 3.1.

Назва теми, питання	Короткий зміст
1	2
<b>Тема 1. Поняття і сутність менеджменту</b>	
1.1. Організація як об'єкт управління	Поняття «організація». Ознаки та загальні риси організацій як об'єктів управління. Поділ праці в організації та необхідність управління. Організація як відкрита система. Зовнішнє та внутрішнє середовище організації. Базові моделі організації та відповідні до них концепції управління організацією.
1.2. Еволюція поглядів на сутність менеджменту	Співвідношення категорій «управління», «менеджмент», «адміністрування», «керування». Емпіричний підхід до менеджменту. Управління як наука і мистецтво. Функції менеджменту. Цикл менеджменту. Сучасне тлумачення ролі і сутності менеджменту.

1	2
1.3. Менеджери організації.	в Ознаки діяльності менеджера. Розподіл управлінської праці. Сфери менеджменту. Рівні менеджменту. Ролі менеджера в організації за Г. Мінцбергом. Якості, необхідні менеджерам. Перспективна модель менеджера.
<b>Тема 2. Розвиток науки управління</b>	
2.1. Виникнення науки менеджменту та напрямки еволюції управлінської думки	Передумови виникнення науки управління. Підходи до класифікації напрямків розвитку науки управління. Загальна характеристика еволюції наукових підходів до управління організаціями.
2.2. Теорії менеджменту.	Класична теорія менеджменту (школа наукового управління й адміністративна школа управління): напрямки і цілі досліджень; основні здобутки; значення для сучасної практики; обмеженість. Неокласична теорія менеджменту (школа людських стосунків та школа організаційної поведінки): спрямованість досліджень; внесок у розвиток науки управління; основні недоліки. Кількісна теорія менеджменту: основні ідеї; внесок у розвиток теорії управління; напрямки використання досягнень.
2.3. Інтегровані підходи до управління	Спільні риси інтегрованих підходів до управління. Сутнісна характеристика процесного, системного та ситуаційного підходів до управління: основні ідеї; внесок у розвиток науки управління; практичне застосування.
2.4. Сучасні напрямки розвитку науки управління.	Тенденція посилення технократичного аспекту менеджменту. Орієнтація на технічні та технологічні нововведення. Гуманізація управління. Глобалізація менеджменту. Об'єднання інтересів бізнесу, суспільства і людини. Модель «конкуруючих цінностей» Р. Куінна.
<b>Тема 3. Основи теорії прийняття управлінських рішень</b>	
3.1. Поняття і моделі прийняття рішень.	Розширене та вузьке розуміння категорії «прийняття рішень». Місце прийняття рішень у процесі управління. Моделі теорії прийняття рішень: класична; поведінкова; ірраціональна.
3.2. Процес прийняття рішень.	Інтуїтивна та раціональна технології прийняття рішень. Етапи раціональної технології прийняття рішень: діагноз проблеми; накопичення інформації про проблему; опрацювання альтернативних варіантів; оцінка альтернатив; прийняття рішення. Людський та організаційний фактори у процесі прийняття рішення. Індивідуальне та групове прийняття рішень (модель Р. Роскіна, модель Врума-Йеттона, модель Врума-Джаго).
3.3. Методи творчого пошуку альтернативних варіантів.	Класифікація методів творчого пошуку альтернативних варіантів. Методи індивідуального творчого пошуку альтернатив. Методи колективного творчого пошуку альтернатив. Методи активізації творчого пошуку альтернативних варіантів.
<b>Тема 4. Методи обґрунтування управлінських рішень</b>	
4.1. Класифікація методів обґрунтування управлінських рішень.	Кількісні та якісні методи. Можливості та сфери застосування аналітичних, статистичних, теоретико-ігрових методів та методів математичного програмування.
4.2. Інструменти обґрунтування управлінських рішень.	Кількісні та якісні методи прогнозування. Сутнісна характеристика методу «платіжної матриці». Побудова «дерева рішень» та вибір оптимального варіанту.

1	2
4.3. Обґрунтування рішень в умовах невизначеності.	Теоретико-ігрові методи. Критерії теорії статистичних рішень: песимізму, оптимізму, коефіцієнту оптимізму, Лапласа, жалю. Методи теорії ігор. Експертні методи прийняття рішень: метод простого ранжування; метод вагових коефіцієнтів.
<b>Тема 5. Планування в організації</b>	
5.1. Поняття і сутність планування в системі управління.	Поняття «планування». Місце планування серед функцій управління. Основні елементи системи планування. Етапи процесу планування: визначення цілей; розробка стратегії; надання стратегії конкретної форми.
5.2. Типи планів в організації.	Стратегічні та оперативні плани. Короткотермінові та довготермінові плани. Завдання та орієнтири. Ситуаційні фактори планування.
5.3. Цілі управлінського планування.	Поняття «мета» в управлінні та класифікація цілей організації. Вимоги до вірно сформульованих цілей. Традиційний процес постановки цілей. Концепція управління за цілями (концепція МВО): сутність, основні етапи, переваги та недоліки.
5.4. Стратегічне планування в організації.	Поняття «стратегія». Елементи стратегії. Рівні стратегії: загальнокорпоративна стратегія; стратегія бізнесу; функціональна стратегія; піраміда стратегій. Процес стратегічного планування: визначення місії фірми; зовнішній та внутрішній аналіз; SWOT-аналіз; визначення конкретних цілей діяльності організації; аналіз стратегічних альтернатив та вибір стратегії. Методи вибору загальнокорпоративної стратегії. Вибір стратегії бізнесу (типові стратегії за М. Портером). Функціональні стратегії. Надання стратегії конкретної форми. Тактичні та оперативні плани. Програми. Політика. Стандартні операційні процедури. Правила.
<b>Тема 6. Організація як функція управління</b>	
6.1. Сутність функції організації та її місце в системі управління.	Поняття «організація» та «організаційна діяльність». Основні складові організаційної діяльності. Організаційна структура як результат організаційної діяльності: ступінь складності; ступінь формалізації; ступінь централізації. Поняття «хема організаційної структури управління».
6.2. Основи теорії організації.	Загальна характеристика класичної теорії організації: універсальні принципи управління А. Файоля; модель «ідеальної бюрократії» М. Вебера. Поведінковий підхід в теорії організації: системи організації за Р. Лайкертом. Ситуаційний підхід в теорії організації: основні результати дослідження впливу технології, розмірів організації, зовнішнього середовища і стратегії на організаційну структуру. Сучасні напрямки розвитку теорії організації.
6.3. Основи організаційного проектування.	Сутнісна характеристика проектування робіт в організації. Методи проектування і перепроєктування робіт в організації. Основні положення моделі характеристик роботи Хекмена-Олдхема. Поняття, принципи класифікації та базові схеми департаменталізації. Делегування повноважень: поняття; елементи процесу делегування; типи повноважень (лінійні, штабні, функціональні). Централізація і децентралізація. Діапазон контролю і фактори, що впливають на його величину. Висока і плоска структури організації.

1	2
6.4. Типи організаційних структур управління.	Лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, дивізійна, матрична організаційні структури. Мережеві організаційні структури. Переваги та недоліки різних типів організаційних структур. Фактори формування організаційної структури управління. Методи вибору типу організаційної структури.
6.5. Управління організаційними змінами.	Сутність організаційних змін. Модель процесу організаційних змін К. Левіна. Загальна характеристика процесу організаційних змін. Причини опору організаційним змінам. Стратегії подолання опору змінам. Вибір тактики проведення оргзмін.
<b>Тема 7. Мотивація</b>	
7.1. Поняття і сутність мотивації.	Мотивація як фактор забезпечення успіху діяльності організації. Поняття «потреби», «спонукання», «стимули», «мотивація». Внутрішнє і зовнішнє винагородження. Сутність мотивування. Зміст основних етапів і послідовність їх реалізації в моделі процесу мотивації.
7.2. Теорії змісту мотивації.	Сутність змістовного підходу до вивчення мотивації. Основні положення ключових теорій змісту мотивації: теорії ієрархії потреб А. Маслоу, теорії ERG К. Альдерфера, теорії набутих потреб Д. МакКлелланда, теорії «мотиваційної гігієни» Ф. Герцберга. Метод збагачення праці. Порівняльний аналіз теорій змісту мотивації.
7.3. Теорії процесу мотивації.	Концепція процесного підходу до вивчення мотивації. Сутнісна характеристика основних теорій процесу мотивації: теорії сподівань В. Врума, теорії справедливості С. Адамса, комплексної теорії мотивації Портера-Лоулера. Практична цінність теорій процесу мотивації. Проблеми мотивації в сучасній практиці управління.
<b>Тема 8. Управлінський контроль</b>	
8.1. Поняття та процес контролю.	Поняття «контроль» та його місце в системі управління. Етапи процесу контролю: вимірювання процесів; порівняння реального виконання із стандартами; оцінка та реакція. Модель процесу контролю. Види управлінського контролю: попередній; поточний; заключний. Порівняльна характеристика видів управлінського контролю.
8.2. Класифікація інструментів управлінського контролю.	Фінансовий контроль та його основні складові. Сутність та складові операційного контролю. Контроль поведінки працівників: модель; методи оцінки реального виконання; прямий управлінський контроль; замітники прямого управлінського контролю.
8.3. Ефективність контролю.	Основні характеристики ефективної системи контролю. Дисфункціональний ефект системи контролю та методи його подолання.
<b>Тема 9. Лідерство</b>	
9.1. Поняття та природа лідерства.	Співвідношення категорій «вплив», «влада», «залежність», «лідерство». Класифікація джерел влади в організації за Дж. Френчем та Б. Рейвенем. Модель джерел влади К. Хейлса. Лідерство як механізм сполучення різних джерел влади. Порівняльна характеристика менеджера і лідера.
9.2. Теорія особистих якостей лідера.	Основна ідея і завдання підходу до вивчення лідерства з позицій особистих якостей. Шкала найсуттєвіших характеристик лідера за Є. Гізеллі. Класифікація особистих якостей успішних керівників за Р. Стогділлом. Основні результати досліджень теорії особистих якостей лідера.

1	2
9.3. Концепції поведінки лідера.	Поняття «стиль керування» та «діапазон стилів керування». «Теорія Х» і «Теорія Y» Д. МакГрегора. Авторитарний і демократичний стилі керування. Концепція трьох стилів керування К. Левіна. Двофакторна модель лідерства вчених університету штату Огайо. Концепція лідерства Р. Лайкерта. Модель типів управління Р. Блейка та Дж. Моутон. Висновки за результатами досліджень поведінкових концепцій лідерства.
9.4. Концепції ситуаційного лідерства.	Загальна характеристика ситуаційного підходу до лідерства. Континуум лідерської поведінки Танненбаума-Шмідта. Модель ситуаційного лідерства Ф. Фідлера. Модель ситуаційного лідерства П. Херсі і К. Бланчарда. Модель «шлях-мета» Хауса-Мітчелла. Основні здобутки ситуаційного підходу до вивчення лідерства.
9.5. Сучасні концепції лідерства.	Сучасні підходи до лідерства як поєднання традиційних та ситуаційного підходів. Концепція атрибутивного лідерства. Модель харизматичного лідерства. Концепція перетворюючого (трансформуючого) лідерства. Інтерактивні та сервісні керівники.
<b>Тема 10. Комунікації в управлінні</b>	
10.1. Поняття і процес комунікації.	Поняття «комунікація» та її роль в системі управління організацією. Елементи комунікації (відправник, одержувач, повідомлення, канал комунікації, перешкоди комунікації). Модель процесу комунікації. Зміст основних етапів процесу комунікації (формування концепції комунікації, кодування, передавання повідомлення по каналу комунікації, декодування, інтерпретація та оцінка повідомлення, зворотний зв'язок).
10.2. Міжособові та організаційні комунікації.	Поняття «міжособові» та «організаційні» комунікації. Усна, письмова та невербальна комунікації, їх форми, переваги та недоліки. Ситуаційна модель вибору носія інформації Ленгела-Дафта. Формальні та неформальні організаційні комунікації. Види формальних комунікацій: низхідні, висхідні, горизонтальні. Роль неформальних комунікацій в системі управління. Поняття «комунікаційна мережа». Типи комунікаційних мереж в групах. Централізовані й децентралізовані комунікаційні мережі. Модель вибору типу комунікаційної мережі в групі. Мережі неформальної комунікації. Відкриті комунікації та діалог.
10.3. Управління організаційними комунікаціями.	Індивідуальні перешкоди на шляху ефективної комунікації. Організаційні комунікативні бар'єри. Шляхи подолання перешкод до ефективної комунікації. Модель вибору стилю комунікації. Розвиток індивідуальних навичок комунікації.
<b>Тема 11. Ефективність управління</b>	
11.1. Ефективність діяльності організації.	Поняття «організаційна ефективність». Видова класифікація ефективності організації: індивідуальна, групова, загальноорганізаційна. Особливості оцінки ефективності діяльності організації.
11.2. Підходи до вивчення організаційної ефективності	Підходи: цільовий; системний; параметричний, з урахуванням фактора часу. Критерії ефективності організаційної діяльності.
11.3. Ефективність управління.	Поняття «ефективність управління». Підходи до визначення ефективності управління: цільовий; функціональний; композиційний; множинний; поведінковий. Показники ефективності управлінської діяльності. Напрямки підвищення ефективності управління організацією.

### 3.2. Дисципліна «Маркетинг»

Таблиця 3.2.

Назва теми, питання	Короткий зміст
1	2
<b>Тема 1. Основи маркетингу</b>	
1.1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція	Історичні передумови виникнення маркетингу як способу ефективного управління діяльністю. Сутність маркетингу. Вивчення та сутність понять, які становлять теоретичну основу маркетингу: потреба, попит, обмін, угода, ринок, комплекс складових маркетингу (товар, ціна, розповсюдження, комунікації).
1.2. Основні цілі та принципи маркетингу.	Види маркетингу залежно від сфери і масштабів діяльності, виду продукту, послуг. Концепції діяльності підприємства на ринку: удосконалення виробництва, удосконалення товару, інтенсифікація комерційних зусиль, маркетингової діяльності.
1.3. Маркетинг як відкрита мобільна система	Системний підхід до організації маркетингу підприємства. Маркетинг як циклічний і безперервний процес. Функції маркетингу: аналітичні, планово-управлінські, виробничо-збутові, контрольні. Внутрішнє середовище підприємства: концепція управління, фінансові ресурси, інформаційне забезпечення, структура апарату, корпоративна культура, цілі та комплекс маркетингу. Зовнішнє макро- та мікросередовище підприємства.
1.4. Елементи мікросередовища: постачальники, посередники, суміжники, клієнти, конкуренти, контактні аудиторії.	Фактори макросередовища: економічні, політичні, правові, соціальні, науково-технічні, екологічні, демографічні, культурні.
<b>Тема 2. Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень</b>	
2.1. Значення і класифікація маркетингової інформації.	Маркетингові дослідження як складова формування банку даних маркетингової інформаційної системи підприємства. Маркетингові дослідження потреб, поведінки покупців, продуктів, ринку, товарів, конкурентів, реклами.
2.2. Методи маркетингових досліджень: аналіз документів, спостереження, опитування, експеримент.	Етапи проведення маркетингових досліджень: визначення проблеми і формування мети досліджень, складання плану досліджень, збір маркетингової інформації, аналіз даних, підготовка рекомендацій. Звіт про тенденції розвитку ринку товарів та послуг, аналіз показників, їх динаміка.
<b>Тема 3. Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів</b>	
3.1. Класифікація потреб суб'єктів ринку.	Фактори, що впливають на поведінку покупців: потреби, психологічні та особисті характеристики, фактори макросередовища. Етапи прийняття рішення про придбання товару: усвідомлення проблеми, пошук інформації, оцінка варіантів, реакція на купівлю. Особливості прийняття рішень щодо придбання товарів для потреб підприємства: загальний опис потреб, пошук постачальника, запити пропозицій, вибір постачальника, обґрунтування процедури отримання замовника, оцінка роботи постачальника.

1	2
3.2 Сутність та принципи сегментації покупців	Сутність споживчих товарів: соціально-економічний, географічний, культурно-демографічний, психографічний
3.3 Ознаки сегментації ринку покупців-підприємств.	Ознаки ринку: географічний, галузевий, за системою організації закупівель, за обсягами замовлень.
<b>Тема 4. Маркетингова політика</b>	
4.1. Товарна політика в системі маркетингу	Поняття товару і товарної одиниці. Класифікація товарів і послуг. Характеристика споживчих товарів, товарів виробничого призначення, послуг. Поняття номенклатури продуктів, товарного асортименту.
4.2. Концепція життєвого циклу товару.	Характеристика етапів життєвого циклу. Основні етапи розроблення нових продуктів. Торговельна марка, її складові, вимоги до марочних товарів. Поняття якості товару. Поняття конкурентоспроможності. Види сервісного обслуговування ринку.
4.2. Цінова політика в системі маркетингу	Сутність та завдання цінової політики в системі маркетингу підприємства. Цілі ціноутворення: максимізація прибутку, збільшення частки ринку, забезпечення виживання підприємства. Фактори, що впливають на формування цінової політики підприємства: витрати, попит, рівень конкуренції, державне регулювання цін, особливості системи розповсюдження. Особливості встановлення цін на ринках різних типів. Види цінових стратегій: стратегії високих, низьких цін, цін на принципово нові товари. гнучких цін. Цінова дискримінація. Методи ціноутворення. Структура ціни. Встановлення ціни з урахуванням якості продукції, вивчення попиту споживачів, економічних та психологічних можливостей покупців, розрахунку витрат, порівняння з цінами на аналогічні товари конкурентів.
4.3. Політика розповсюдження в системі маркетингу.	Значення, цілі, завдання політики розповсюдження в системі маркетингу. Канали розповсюдження, їх характеристика і функції. Види маркетингових систем розповсюдження. Маркетингові рішення щодо структури каналу розповсюдження та схема їх прийняття (визначення основних варіантів каналу, визначення числа посередників, вибір учасників каналу, мотивування посередників та оцінка їх діяльності). Методи розповсюдження послуг. Види та особливості посередників у виробничій та невиробничій галузях. Типи підприємств оптової та роздрібної торгівлі.
4.4. Комунікаційна політика в системі маркетингу	Значення, місце, цілі, завдання системи маркетингових комунікацій. Характерні особливості елементів системи маркетингових комунікацій( видів реклами, методів стимулювання збуту, персонального продажу, зв'язків з громадськістю). Фактори, що визначають структуру комунікаційних заходів (тип товару, ринку, вид стратегії збуту, ступінь інформованості покупців).
4.5. Роль реклами.	Вибір носіїв реклами. Зв'язки з громадськістю (підтримування контактів із засобами масової інформації, проведення презентацій, ювілейних заходів, організація консультування споживачів і посередників). Напрями здійснення стимулювання збуту.

1	2
<b>Тема 5. Стратегії маркетингу підприємства</b>	
5.1. Сутність стратегій маркетингу.	Стратегічний аналіз стану підприємства на ринку. Ключові фактори успіху в бізнесі. Поняття внутрішньої та зовнішньої конкурентної переваги. Варіанти поведінки підприємства на ринку залежно від конкурентної ситуації. SWOT – аналіз.
5.2. Позичування підприємства на ринку з метою досягнення конкурентних переваг.	Маркетингові стратегії підприємства щодо товару: диференціації (високої якості, комплексного продажу, фірмового товару, технічного лідерства), вузької спеціалізації, низьких витрат (використання нових технологій, відмова від дорогого сервісу, використання дешевої робочої сили, дешевої сировини та матеріалів). Розроблення стратегій конкурентоспроможності та привабливості на ринку.
<b>Тема 6. Організація та контроль маркетингової діяльності</b>	
6.1 Сутність і завдання організації служби маркетингу на підприємстві.	Принципи та умови ефективної діяльності служби маркетингу. Основні вимоги до побудови організаційних служб маркетингу, їх види, переваги й недоліки. Маркетинговий контроль за виконанням планів і відповідністю результатів діяльності підприємства обраній стратегії.
6.2. Організаційні структури	Характеристики функціональної, товарної, географічної, ринкової та матричної організаційної структури.

### 3.2. Дисципліна «Економіка підприємства»

Таблиця 3.3.

Назва теми, питання	Короткий зміст
1	2
<b>Тема 1. Підприємство як суб'єкт господарювання.</b>	
1.1. Предмет та завдання дисципліни.	Мета, предмет та завдання дисципліни.
1.2. Галузева структура народного господарства України.	Галузі народного господарства та їх класифікація.
1.3. Основні положення Господарського кодексу України.	Юридичні акти, що слугують законодавчою базою функціонування підприємства (організація). Господарський кодекс України (ГКУ): основні засади господарської діяльності; суб'єкти господарювання; майнова основа господарювання; господарські зобов'язання; відповідальність за порушення у сфері господарювання. Статут підприємства. Генеральна тарифна угода. Колективний договір. Інші правові документи, що регулюють окремі напрями діяльності підприємства. Види господарської діяльності у відповідності до ГКУ.
1.4. Загальна характеристика підприємств.	Поняття підприємства як організаційно відокремленої та економічно самостійної первинної ланки виробничої сфери. Місія і множинні цілі підприємства. Головні напрями діяльності підприємства (маркетингова, інноваційна, виробнича, економічна та соціальна діяльність, після продажний сервіс). Практичне значення класифікації підприємств. Види та організаційні форми підприємств: залежно від форм власності (приватні, колективні, комунальні, державні); залежно від

1	2
	способу утворення та формування статутного фонду (унітарні, корпоративні); залежно від кількості працюючих та обсягу валового доходу від реалізації продукції (малі, середні, великі). Особливості господарської діяльності державних, комерційних, унітарних та казенних підприємств.
1.5. Структура управління підприємством.	Виробнича структура підприємства, її види за певними ознаками (цехова, безцехова, корпусна, комбінатська, технологічна, предметна, змішана) і чинники формування. Загальна структура підприємств та організацій. Поняття управління підприємством, системний підхід до визначення складу функцій управління, методи управління. Поняття і параметри організаційної структури управління підприємством (організацією). Основні типи організаційних структур управління: лінійні, лінійно-функціональні, дивізійні, матричні. Принципи та етапи процесу побудови організаційних структур управління виробничими і невиробничими підприємствами.
1.6. Зовнішнє середовище господарювання.	Сучасний ринок: сутнісна характеристика, функції, структуризація, типи. Поняття і загальна характеристика ринкового середовища функціонування підприємств та організацій. Складові елементи ринкової інфраструктури. Загальні принципи господарюючих суб'єктів на ринку.
1.7. Поняття про ресурси.	Ресурси підприємства: матеріальні, нематеріальні, фінансові та трудові.
<b>Тема 2. Персонал підприємства.</b>	
2.1. Поняття, класифікація і структура персоналу.	Тлумачення економічних термінів: трудові ресурси, кадри, персонал, трудовий потенціал. Категорії персоналу підприємств (керівники, спеціалісти, службовці, робітники). Поділ персоналу за професіями, спеціальностями і кваліфікацією. Виокремлення і характеристика робітників за рівнем кваліфікації.
2.2. Облік та оцінка персоналу підприємства.	Механізм обліку персоналу на підприємстві. Управління персоналом. Основні етапи процесу управління персоналом. Планування персоналу. Оцінка наявних на підприємстві трудових ресурсів. Явочна, облікова чисельність робітників. Плановий баланс робочого часу одного середньооблікового робітника на рік. Фонди робочого часу.
2.3. Методика визначення чисельності окремих категорій персоналу.	Чинники, які мають враховуватися у процесі розрахунків необхідної чисельності персоналу фірми. Розрахунки чисельності окремих категорій робітників виробничих підприємств. Визначення чисельності працівників управління, спеціалістів і службовців для підприємств різних розмірів, форм власності та сфер діяльності. Обґрунтування раціональної структури персоналу підприємств різних типів та інфраструктурних організацій.
2.4. Продуктивність праці: сутність, показники та методи її вимірювання.	Продуктивність праці як економічна категорія. Різноманітність підходів до визначення та можливі методи розрахунку продуктивності праці на підприємствах виробничої сфери. Показники рівня продуктивності праці. Натуральний і умовно-натуральний методи вимірювання продуктивності праці, їх переваги і недоліки. Трудовий метод вимірювання продуктивності праці і сфера його застосування. Вартісний метод

1	2
	Використання валової, товарної, реалізованої, чистої продукції для вимірювання продуктивності праці. Переваги вимірювання продуктивності праці на основі чистої продукції (доданої вартості).
2.5. Фактори та резерви зростання продуктивності праці. Шляхи підвищення продуктивності праці на підприємстві.	Зовнішні та внутрішні чинники зростання продуктивності праці. Методи прогнозування рівня продуктивності персоналу на підприємстві. Динаміка і резерви підвищення продуктивності праці на підприємствах різних галузей економіки України за сучасних умов господарювання.
<b>Тема 3. Основні виробничі фонди.</b>	
3.1. Поняття, склад і структура основних фондів.	Поділ виробничих фондів на основні та оборотні. Основні виробничі фонди як вартісна категорія. Відмітні ознаки і сутнісна характеристика основних фондів. Практичне значення основних фондів для здійснення процесу виробництва продукції (виконання робіт, надання послуг). Залежність структури основних фондів від галузі виробництва. Видова класифікація основних фондів. Класифікація основних фондів за податковим обліком та основних засобів за бухгалтерським обліком. Поділ основних фондів на виробничі і невиробничі, активні і пасивні. Технологічна структура основних фондів, чинники і тенденції її динаміки на виробничих підприємствах.
3.2. Облік і оцінка основних фондів.	Планування основних фондів у натуральному і грошовому виразі. Методи грошової оцінки основних фондів (за первісною, відновною, залишковою, ліквідаційною, балансовою, справедливою та середньорічною вартістю). Періодична індексація основних фондів.
3.3. Спрацювання та амортизація основних фондів.	Характеристика процесу відтворення основних фондів. Фізичне (матеріальне) та економічне спрацювання основних фондів. Види фізичного спрацювання та техніко-економічного старіння засобів праці та застосовувані форми їх усунення. Амортизація основних фондів.
3.4. Методи нарахування амортизації.	Норми амортизаційних відрахувань на повне відновлення (реновацію) основних фондів. Методика розрахунку амортизаційних відрахувань за прямолінійним та прискореними методами амортизації (метод зменшення залишкової вартості, метод прискореного зменшення залишкової вартості, кумулятивний), виробничим та податковим. Переваги та недоліки цих методів, умови застосування. Строки експлуатації машин та устаткування, методичні підходи до їх оптимізації.
3.5. Відтворення основних фондів. Джерела його фінансування.	Просте відтворення основних фондів. Характеристика ремонту, модернізації і заміни діючих засобів праці та економічна оцінка доцільності витрат на їх періодичне здійснення. Розширене відтворення основних фондів (технічне переозброєння і реконструкція, розширення діючого підприємства, нове будівництво виробничих та інфраструктурних об'єктів). Економічне і соціальне значення підвищення ефективності відтворення та використання основних фондів підприємства. Джерела відтворення основних фондів.
3.6. Показники ефективності використання, фізичного стану та руху основних фондів.	Економічне і соціальне значення підвищення ефективності відтворення та використання основних фондів підприємства. Система узагальнюючих та часткових ефективності використання, фізичного стану та руху основних фондів.

1	2
3.7. Шляхи кращого використання основних фондів.	Напрями інтенсифікації відтворення та шляхи кращого використання основних фондів підприємства за нормальних умов господарювання.
<b>Тема 4. Оборотні кошти підприємства.</b>	
4.1. Поняття, склад і структура оборотних коштів.	Обслуговування оборотними коштами сфер виробництва та обігу. Функціональна та елементна структура оборотних коштів. Елементний склад оборотних фондів, характеристика виробничих запасів, напівфабрикатів власного виготовлення, незавершеного виробництва, витрат майбутніх періодів. Складові елементи оборотних фондів (виробничі запаси, незавершене виробництво, витрати майбутніх періодів) та фондів обігу (готова продукція на складі, товари, грошові кошти та дебіторська заборгованість).
4.2. Нормування та обчислення оборотних коштів підприємства.	Нормовані оборотні кошти. Методи розрахунку нормативів оборотних коштів (аналітичний, коефіцієнтний, прямого розрахунку). Обчислення нормативів оборотних коштів у виробничих запасах, незавершеному виробництві, витратах майбутніх періодів, залишках готової продукції. Визначення загального нормативу оборотних коштів для підприємства.
4.3. Відтворення оборотних коштів. Джерела формування оборотних коштів.	Функції та кругообіг оборотних коштів. Джерела формування оборотних коштів (власні, залучені, запозичені).
4.4. Показники використання оборотних коштів.	Основні показники рівня ефективності використання оборотних коштів: коефіцієнти оборотності (кількість оборотів) і завантаження, тривалість одного обороту в днях, рентабельність; методика їх обчислення.
4.5. Шляхи прискорення оборотності оборотних коштів.	Шляхи підвищення ефективності використання оборотних коштів: оптимізація запасів ресурсів і незавершеного виробництва; скорочення тривалості виробничого циклу; поліпшення організації матеріально-технічного забезпечення виробництва; прискорення реалізації виробленої продукції. Проблеми нестачі оборотних коштів і поповнення їх обсягів до нормативного рівня за умов кризової економічної ситуації на підприємстві.
<b>Тема 5. Нематеріальні активи та активи підприємства.</b>	
5.1. Поняття та види нематеріальних ресурсів і активів підприємства.	Поняття і види нематеріальних ресурсів та активів підприємства, їхній вплив на конкурентоспроможність його продукції на ринку. Характеристика об'єктів промислової власності: винаходів, промислових зразків, корисних моделей, товарних знаків і знаків обслуговування. Інформація як особливий суспільний ресурс. Права (патенти на право виключного користування об'єктами промислової власності, авторське право, право на користування іншими нематеріальними ресурсами у формі ліцензії тощо). Інші нематеріальні ресурси (ноу-хау, раціоналізаторські пропозиції, найменування місця походження товару, гудвіл фірми).
5.2. Оцінка та амортизація нематеріальних активів.	Методи оцінки нематеріальних активів та порядок визначення норм амортизації нематеріальних активів.

1	2
<b>Тема 6. Фінансові ресурси підприємства.</b>	
6.1. Структура та джерела формування фінансових ресурсів.	Поняття, види фінансових ресурсів та їх роль у виробничо-господарській діяльності підприємства. Внутрішні та зовнішні джерела фінансування на підприємстві. Кошти, які мобілізуються на фінансовому ринку: продаж акцій, облігацій; кредит; операції з валютою, проценти та дивіденди по цінним паперам. Кошти, які підприємство отримало в порядку перерозподілу: державні бюджетні субсидії, страхові відшкодування, фінансові ресурси, що надходять від галузевих структур, асоціацій, концернів.
6.2. Кредитування підприємств.	Види кредитів та їх роль у формуванні фінансових ресурсів підприємства. Основні принципи кредитування. Види товарного кредиту: товарний кредит з відстрочкою платежу по умовам контракту; товарний кредит з оформленням заборгованості векселем; товарний кредит по відкритому рахунку; товарний кредит у формі консигнації. Оренда і лізинг як форма довгострокового фінансування. Форми оперативного та фінансового лізингу. Комерційний розрахунок як метод організації фінансової діяльності підприємства.
<b>Тема 7. Одноразові витрати.</b>	
7.1. Характеристика інвестицій.	Сутнісна характеристика інвестицій. Функціонально-елементний склад інвестицій підприємства. Внутрішні та зовнішні джерела інвестування.
7.2. Поняття, склад та класифікація одноразових витрат.	Поняття, призначення та класифікація одноразових витрат.
7.3. Структура капітальних вкладень.	Різновиди та структура капітальних вкладень, тенденції її зміни в часі. Класифікація капітальних вкладень за цільовим призначенням об'єктів, за джерелами фінансування, за формами відтворення та за технологічними ознаками. Галузева, територіальна, технологічна, відтворювальна структура капіталовкладень та структура за формами власності.
7.4. Методи визначення необхідного обсягу капітальних вкладень.	Розрахунки обсягу потрібних виробничих інвестицій з урахуванням економічної ситуації на ринку і підприємстві (у залежності від очікуваної норми прибутку, ставки банківського відсотку, темпів інфляції, розміру заощаджень). Варіанти можливих економічних ситуацій, що мають враховуватися у процесі визначення необхідного обсягу інвестицій. Обґрунтування конкретних джерел фінансування капітальних вкладень та обчислення необхідного їх обсягу відповідно до можливих варіантів економічної ситуації на ринку і підприємстві.
7.5. Шляхи найефективнішого використання одноразових витрат.	Сукупність чинників, що впливають на рівень ефективності інвестицій. Основні організаційно-економічні чинники підвищення ефективності використання капітальних вкладень (удосконалення) проектно-кошторисної справи; поліпшення технологічно-відтворювальної структури капітальних вкладень; скорочення тривалості інвестиційного циклу; застосування гнучких економічних методів управління інвестиційними процесами.
<b>Тема 8. Поточні витрати підприємства.</b>	
8.1. Загальна характеристика та класифікація витрат підприємства.	Класифікація витрат на виробництво за окремими ознаками. Поділ витрат в залежності від виду діяльності витрати на операційні (поточні) і інвестиційні; в залежності від зв'язку з обсягом

1	2
	виробництва - на постійні і змінні. Класифікація витрат по способу обчислення на одиницю продукції на прямі та непрямі витрати; поділ витрат за ступенем однорідності витрати на одноелементні та комплексні. Структура поточних витрат за групами первинних елементів і тенденції її зміни по окремих видах продукції. Критичний обсяг виробництва продукції («точка беззбитковості»), графічний та аналітичний метода знаходження. Зміна критичного обсягу виробництва продукції під впливом окремих чинників.
8.2. Поняття, склад і види собівартості продукції.	Поточні витрати (собівартість продукції) як комплексний економічний показник. Включення поточних витрат виробництва до собівартості продукції (послуг). Класифікація собівартості продукції за різними ознаками.
8.3. Методика складання кошторису виробництва.	Зміст і методика обчислення кошторису виробництва. Розрахунки кошторису виробництва за окремими економічними елементами. Практичне значення та порядок розробки кошторису виробництва. Собівартість валової, товарної і реалізованої продукції. Витрати на одиницю обсягу ТП.
8.4. Структура собівартості: а) за економічними елементами; б) за статтями калькуляції.	Калькулювання та його місце в економічних розрахунках. Об'єкти калькулювання і калькуляційні одиниці. Типова номенклатура калькуляційних статей витрат. Методика обчислення окремих статей калькуляції. Особливості калькуляції одиниці продукції, виготовленої з комплексної сировини і внаслідок товарообмінної операції (бартеру).
8.5. Методи калькулювання собівартості продукції. Способи розподілу непрямих витрат при калькулюванні.	Позамовний, попередільний, попроцесний та нормативний методи калькулювання, їх сутність та умови використання. Методи розподілу комплексних статей витрат. Прогнозування собівартості нових виробів на етапах їх розробки та освоєння виробництва; можливі методи прогнозування: питомих витрат, баловий, агрегатний, кореляційний.
8.6. Показники собівартості продукції.	Методика визначення впливу окремих (сукупності) техніко-економічних чинників на зміну (зменшення, збільшення) поточних витрат.
8.7. Шляхи зниження поточних витрат на підприємстві.	Обґрунтування і вибір стратегії зниження поточних витрат на підприємствах України. Стратегічні напрями регулювання поточних витрат на різногалузевих підприємствах. Групи шляхів (чинників) зниження поточних витрат у розрахунку на одиницю продукції: підвищення технічного рівня виробництва; удосконалення організації виробництва, праці та управління; збільшення обсягу виробництва і підвищення якості продукції.
<b>Тема 9. Продукція підприємства</b>	
9.1. Загальна характеристика продукції.	Вироблена продукція (виконана робота, надана послуга) як конкретний продукт праці, результат діяльності виробничих та інших господарських систем. Класифікація продукції за економічним призначенням. Показники обсягу продукції (послуг): натуральні та вартісні. Номенклатура та асортимент продукції (послуг). Товарна, валова і чиста продукція. Обсяг реалізованої продукції (продажу).
9.2. Якість продукції: показники та методи її оцінки.	Якість продукції як економічна категорія. Показники якості продукції та їх характеристика. Методи оцінки якості продукції. «Петля» якості. Визначення рівня конкурентоспроможності

1	2
	продукції вітчизняних підприємств на ринку. Технічні, організаційні та соціальні шляхи (заходи) підвищення якості та конкурентоспроможності продукції підприємств України.
9.3. Стандартизація та сертифікація продукції.	Сутнісна характеристика стандартизації продукції, її складові елементи і принципи здійснення. Застосовувані в Україні стандарти (міжнародні, державні, галузеві, науково-технічних та інженерних товариств, підприємств) і технічні умови. Сучасні напрями удосконалення стандартизації виробів. Сертифікації продукції. Обов'язкова і добровільна сертифікація виробів в Україні. Міжнародні системи сертифікації та національні системи якості. Формування систем якості на підприємствах України. Міжнародні системи сертифікації та національної системи якості. Економічна ефективність стандартизації та сертифікації продукції.
9.4. Економічна ефективність підвищення якості продукції.	Економічна ефективність поліпшення якості продукції, річний економічний ефект від поліпшення якості. Річний економічний ефект у виробника та споживача продукції покращеної якості. Народного господарський ефект від підвищення якості продукції:
<b>Тема 10. Доход і прибуток підприємства.</b>	
10.1. Види цін на промислово продукцію.	Поняття, роль і функції ціни у ринковій економіці (обліково-аналітична, стимулююча, розподільча та регулююча). Види цін (тарифів) і сфери їх застосування. Система знижок і доплат до базової ціни.
10.2. Методи ціноутворення.	Методи встановлення ціни: собівартість плюс прибуток; забезпечення фіксованої величини прибутку; за рівнем поточних цін (конкуренції); за рівнем попиту тощо. Визначення ціни на основі зворотної калькуляції. Можливі напрями вдосконалення ціноутворення на продукцію в Україні.
10.3. Доход та прибуток підприємства. Види та джерела утворення прибутку.	Дохід і прибуток як основні показники фінансових результатів діяльності підприємства. Прибутковість і дохідність: їх сутність, відмінність між ними; джерела формування прибутку і доходу підприємства. Валовий, операційний, чистий та реінвестований прибуток. Загальноприйнята практика використання прибутку. Визначення суми прибутку до оподаткування. Зростання прибутковості фірми під впливом дії окремих чинників. Рівень прибутковості підприємств різних галузей економіки України.
10.4. Порядок розподілу прибутку. Фонди цільового призначення підприємства.	Порядок утворення та розподілу прибутку на підприємстві. Фонди цільового призначення, резервний фонд, фонди споживання і накопичення та інші фонди.
10.5. Оцінка прибутковості. Напрямки підвищення рентабельності виробництва.	Рентабельність як відносний показник ефективності роботи підприємства. Методика обчислення рентабельності: виробничих фондів (виробництва); сукупних активів; власного (акціонерного) капіталу. Рентабельність обсягу товарної продукції (продажу) та окремих виробів. Динаміка та шляхи підвищення рентабельності на підприємствах різних галузей економіки України.
<b>Тема 11. Мотивація та оплата праці</b>	
11.1. Мотивація трудової діяльності та її вплив на результативність роботи підприємства.	Поняття системи мотивації праці. Концептуальні характеристики багатofакторних моделей мотивації трудової діяльності, що ґрунтуються на теоріях справедливості, очікування та потреб. Класифікація методів мотивації.

1	2
11.2. Поняття, функції та види оплати праці в сучасних умовах.	Поняття оплати праці. Основна заробітна плата і додаткова оплата праці; номінальна і реальна. Основні функції заробітної плати (відтворювальна, стимулююча, регулююча, соціальна) та їх реалізація.
11.3. Державна політика оплати праці. Механізм державного регулювання оплати праці та соціального захисту.	Політика оплати праці підприємств, організацій та інших первинних суб'єктів господарювання. Закон України «Про оплату праці» (1995р.). Договірне регулювання оплати праці найманого персоналу шляхом укладання різнорівневих тарифних угод. Регулювання оплати праці на основі колективного договору. Основи організації оплати праці на підприємствах (в організаціях).
11.4. Тарифна система оплати праці.	Тарифно-посадова система (тарифно-кваліфікаційні довідники; кваліфікаційні довідники посад керівників, спеціалістів і службовців; тарифні сітки; схеми посадових окладів.
11.5. Форми та системи оплати праці.	Форми оплати праці: погодинна і відрядна. Основні системи оплати праці: відрядної – пряма відрядна, непряма відрядна, відрядно-преміальна, відрядно-прогресивна, акордна; погодинної – проста погодинна, погодинно-преміальна, за посадовими окладами. Права засновників щодо вибору форм і систем оплати праці. Сучасні тенденції у застосуванні форм заробітної плати. Колективні форми організації та оплати праці.
11.6. Організація преміювання персоналу.	Премії, доплати і надбавки як самостійний елемент заробітної плати, що спрямовується на компенсацію або винагороду за суттєві відхилення від нормальних умов роботи, їх відмінність від тарифної заробітної плати. Класифікація доплат до заробітної плати. Сутність і види надбавок. Доплати і надбавки спеціалістам. Основні принципи формування системи преміювання персоналу. Обґрунтування розміру премій та ефективності системи преміювання. Організація преміювання окремих категорій персоналу.
<b>Тема 12. Економічна ефективність</b>	
12.1. Поняття ефекту та ефективності. Види ефективності.	Економічна сутність і загальний методологічний підхід до вимірювання ефективності виробництва господарської діяльності підприємства. Змістова характеристика видів ефективності: за наслідками - економічної та соціальної; за місцем отримання ефекту локальної (госпрозрахункової) та народногосподарської; за ступенем збільшення ефекту - первісної та мультиплікаційної; за метою визначення абсолютної та порівняльної. Специфічні форми мультиплікаційного ефекту.
12.2. Система показників ефективності виробництва.	Критерії ефективності виробництва. Принципи формування системи показників ефективності виробничо-господарської та комерційної діяльності підприємства. Система показників ефективності виробництва (узагальнююча); показники використання праці (персоналу), виробничих фондів, фінансових коштів. Методичні підходи до оцінки соціальної ефективності діяльності підприємства.
12.3. Показники та критерії абсолютної та порівняльної економічної ефективності капітальних вкладень.	Показники та критерії абсолютної та порівняльної ефективності капіталовкладень (коефіцієнт економічної ефективності, термін окупності, приведені витрати, понаднормовий чистий прибуток).

1	2
12.4. Оцінка економічної ефективності ресурсів і витрат.	Система показників ефективності витрат. Узагальнюючі показники результатів виробництва (розмір чистого прибутку або дисконтована сума чистого прибутку за весь період експлуатації об'єкта). Оцінка економічної ефективності одноразових витрат.
12.5. Система показників та чинники зростання ефективності виробництва.	Класифікація чинників підвищення ефективності виробництва за певними ознаками: джерелами зростання; напрямками розвитку і вдосконалення виробництва; місцем реалізації у системі управління виробництвом. Внутрішні чинники підвищення ефективності виробництва: 1) «тверді» - технологія, устаткування, матеріали та енергія, вироби; 2) «м'які» - організація і системи, працівники, методи роботи, стиль управління. Зовнішні чинники підвищення ефективності виробництва: державна економічна і соціальна політика, інституційні механізми, інфраструктура, структурні зміни в суспільстві та економіці.

#### **4. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ РІЗНИХ РІВНІВ СКЛАДНОСТІ**

Білет фахового випробування складається із 30 тестових завдань трьох рівнів складності.

Результати письмової роботи вступника оцінюються наступним чином:

- 1) правильна відповідь на питання 1-го рівня складності – 0,5 бала;
- 2) правильна відповідь на питання 2-го рівня складності – 0,8 бал;
- 3) правильна відповідь на питання 3-го рівня складності – 1,0 балів.

#### **5. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ФАХОВОГО ВИПРОБУВАННЯ**

##### **5.1. Перелік основної літератури з дисципліни «Менеджмент»**

1. Бабець Е.К., Максимчук А.Г. и др., Менеджмент (учебное пособие), Кривий Ріг, Видавничий дім, 2002. – 180 с.
2. Бабець Е.К., Максимчук А.Г., Стасюк В.П., Чернов А.П. Основи менеджменту (практикум), Кривий Ріг, 2005. –174 с.
3. Бабець Е.К., Максимчук А.Г., Стасюк В.П., Чернов А.П. Основи менеджменту. Навчальний посібник /– Кривий Ріг: Видавництво «Мінерал», 2005. – 385 с.
4. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. - М.: Дело, 2002. – 702 с.
5. Шегда А.В. Менеджмент: Підручник. – К.: Знання, 2004. – 687 с.
6. Андрушків Б.М., Кузьмін О.Є. Основи менеджменту. – Львів:Світ. – 1995. – 296 с.
7. Бальшаков А.С. Современный менеджмент: теория и практика. – СПб: Питер, 2000. – 416 с.
8. Бизнес и менеджер. Сост. И.С. Дараховский и др. – М.: АЗИМУТ-ЦЕНТР, 1992. – 448 с.
9. Богдан Будзан. Менеджмент в Україні: сучасність і перспективи. – К.: Основи, 2001. – 349 с.
10. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник. – М.: Гадарика. 2001. – 528 с.
10. Сладкевич В.П., Червнявский А.Д. Современный менеджмент (в схемах): Опорный конспект лекций. – К.: МАУП, 2000. – 112с.
11. Тарновська Н.П., Пушкар Р.М. Менеджмент: теорія та практика : підручник для вузів. – Тернопіль: Карт-бланш, 1997. – 456 с.

## 5.2. Перелік основної літератури з дисципліни «Маркетинг»

1. Белявцев М.І., Іваненко Л.М. Маркетинг: Навч. посібник. – К.:Центр навч. літ., 2005. – 328 с.
2. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник для вузів.-К.: Лібра, 2002.-384с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. – К.: Прогресс, 2000. – 944с.
4. Прауде В.Р., Білий О.Б.: Маркетинг: Навч.посібник. – К.: Віщашкола, 2001.- 256 с.
5. Академия рынка: маркетинг: Пер. с фр. / А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар и др.; Науч. ред. А. Г. Худокормов. - Экономика, 2003. - 572 с.
6. Афанасьев М.П. Маркетинг: Збірник завдань для практичних занять / Харк. інж.-екон. ін-т. - К., 2003. -112 с.
7. Афанасьев М.П. Маркетинг: Стратегия и практика фирмы. - М.:АО «Фин-статформ», 2005. -112с.
8. Баззел Р., Коле Д., Браун Р. Информация и риск в маркетинге:Пер. с англ./ Под ред. М. Р. Ефимовой.-М .: Финстатинформ, 2004. - 96 с.
9. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. - М.: Прогресс, 1994.- 640с.
10. Кретов И.И. Маркетинг на предприятии: Практическое пособие . - М.: АО «Финстатинформ», 2004. - 187 с.

## 5.3. Перелік основної літератури з дисципліни «Економіка підприємства»

1. Васильков В.Г. Організація виробництва: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2003. – 524с.
2. Волков О.И., Скляренко В.К. Экономика предприятия: Курс лекций. -М.: ИНФРА-М, 2003. - 280 с.-(Серия «Высшее образование»).
3. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – Київ, Центр навчальної літератури, 2006. – 488 с.
4. Дикань В.Л., Писаревский И.М. Экономика предприятия. Учебникдля ВУЗов. – Харьков: ООО «Олант», 2002. – 224 с.
5. Економіка підприємства. Збірник практичних задач і конкретних ситуацій: Навч.посібник / С.Ф. Покропивний, Г.О. Швиданенко, О.С. Федонін та ін.;за ред. д-ра екон. наук, проф. С.Ф. Покропивного. - К.: КНЕУ, 2000.- 382 с.
6. Економіка підприємства: Підручник/ За заг. ред. С.Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2000. – 528 с., іл.

7. Економіка та організація виробництва: Підручник /За ред. В.Г. Герасимчука, А.Е. Розенплентера. – К.: Знання, 2007.- 678 с.
8. Турило А.М., Кравчук Ю.Б., Турило А.А. Управління витратами підприємства: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 120с.
9. Шваб Л.І. Економіка підприємства: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. 3-тє вид. – К.: Каравела, 2006. – 584 с.