

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. О. СУХОМЛИНСЬКОГО
МЕХАНІКО-МАТЕМАТИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

ЗАТВЕРДЖЕНО

Голова приймальної комісії

Миколаївського національного університету
імені В. О. Сухомлинського



В. Д. Будак

«15» лютого 2021 року

**ПРОГРАМА ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ
ІЗ ПРОФІЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН
ДЛЯ ВСТУПУ НА НАВЧАННЯ ДЛЯ ЗДОБУТТЯ
СТУПЕНЯ МАГІСТРА**

**ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ
073 МЕНЕДЖМЕНТ (ОП: МЕНЕДЖМЕНТ)**

Розглянуто та схвалено
на засіданні приймальної комісії
МНУ імені В.О. Сухомлинського
(протокол № 3 від «15» лютого 2021 року)

МИКОЛАЇВ 2021

ЗМІСТ

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА	4
2. ВИМОГИ ДО РІВНЯ ПІДГОТОВКИ ВСТУПНИКІВ	4
3. ПРОГРАМА ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ.....	9
4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ.....	15
5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	16

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Програму фахового вступного випробування зі спеціальності 073 Менеджмент (згідно з Переліком галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 року № 266) розроблено на основі освітньо-професійної програми підготовки бакалавра відповідної спеціальності.

Програма визначає перелік питань, обсяг, складові та технологію оцінювання знань абітурієнтів під час вступу на навчання для здобуття ступеня магістра за спеціальністю 073 Менеджмент.

Мета фахового вступного випробування – перевірка рівня теоретичної та практичної підготовки абітурієнтів на базі здобутого ступеня бакалавр і формування рейтингового списку з абітурієнтів, які вступають на навчання для здобуття ступеня магістра за спеціальністю 073 Менеджмент.

Вступні випробування проводяться в обсязі навчальних програм з основних дисциплін навчального плану ступеня бакалавр – зовнішньоекономічна діяльність, менеджмент і адміністрування, маркетинг і логістика.

2. ВИМОГИ ДО РІВНЯ ПІДГОТОВКИ ВСТУПНИКІВ

Вступник повинен знати:

- нормативну базу щодо регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств;
- складові зовнішньоекономічного комплексу держави;
- суб'єкти, форми та принципи здійснення зовнішньоекономічної діяльності;
- специфіку механізму функціонування зовнішньоекономічної діяльності в Україні;
- сутність зовнішньоекономічної політики держави;
- показники розвитку міжнародної торгівлі;
- суб'єкти регулювання зовнішньоекономічної діяльності;
- інструменти зовнішньоторговельної політики на національному рівні;
- сутність і принципи митного регулювання;
- методи оцінки тенденцій, суперечностей та доцільності діяльності у визначенні головних напрямків зовнішньоекономічної діяльності для підприємств різних форм власності, що є суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності;
- особливості оподаткування в залежності від митного режиму;
- сутність тарифних та нетарифних засобів регулювання зовнішньоекономічної діяльності;
- сутність та принципи валютного регулювання;
- сутність стратегій розвитку підприємства в сфері зовнішньоекономічної діяльності;
- сутність і принципи міжнародного торгового посередництва;
- специфіку запровадження різних форм виходу на зовнішні ринки;

- основні процедури щодо укладання зовнішньоекономічних контрактів;
- сутність і види міжнародних організаційних угод;
- сутність і принципи міжнародних транспортних перевезень;
- методи і способи визначення ефективності укладених угод і зовнішньоекономічної діяльності підприємства в цілому;
- сутність та основні поняття менеджменту;
- напрямки діяльності в сфері управління в сучасних організаціях;
- основні функції та методи менеджменту;
- сутність стратегічного та оперативного управління;
- принципи побудови ефективної системи управління;
- практичні аспекти роботи з менеджменту керівників підрозділів сучасних вітчизняних та зарубіжних підприємств;
- сутність поняття колектив та технології управління ним;
- сутність оперативного та тактичного планування діяльності менеджера;
- сутність та види управлінських рішень;
- основні підходи до прийняття рішень, фактори, що впливають на процес прийняття управлінських рішень;
- процес та умови прийняття управлінських рішень;
- підходи до оптимізації управлінських рішень;
- алгоритм прийняття управлінського рішення, моделі і методи прийняття управлінських рішень;
- особливості прийняття управлінських рішень в умовах ризику та невизначеності;
- місце і роль керівника в системі управління;
- фактори та визначальні аспекти керівництва;
- поняття і характеристику комунікацій; різновиди «внутрішніх» та «зовнішніх» комунікацій;
- засоби комунікацій, їх переваги та недоліки;
- роль в менеджменті, носії інформації, вимоги, які пред'являються до інформації;
- поняття ефективності управління і підходи до її оцінки;
- показники ефективності управління;
- сутність та принципи управління персоналом;
- сутність концепцій управління персоналом;
- методи управління персоналом;
- сутність кадрової політики підприємства, етапи розробки (проекування) кадрової політики та їх зміст;
- сутність стратегій управління персоналом
- механізм розробки та реалізації стратегії управління персоналом;
- поняття і сутність кадрового планування;
- методи визначення потреб підприємства у персоналі;
- особливості планування чисельності персоналу за категоріями посад;
- сутність та зміст економічних, соціальних та організаційних показників управління персоналом;
- критерії ефективності управління персоналом;

- методи оцінювання ефективності результатів роботи персоналу;
- показники оцінювання ефективності діяльності підрозділів з управління персоналом;
- роль кадрового аудиту та кадрового консультування в підвищенні ефективності управління персоналом;
- сутність планування особистої роботи менеджера;
- роль та значення планування особистої роботи менеджера;
- особливості планування особистої роботи менеджера;
- сутність делегування повноважень та механізм його здійснення;
- сутність нормування управлінської праці, обліку та аналізу робочого часу менеджера;
- видову класифікацію нормативів управлінської праці;
- методи нормування управлінської праці
- принципи техніки ведення обліку часу менеджера;
- сутність та практичне значення нарад і зборів, види ділових нарад, етапи проведення наради;
- технології та особливості проведення нарад та зборів різних видів;
- сутність та основні поняття маркетингу;
- сутність маркетингової інформації, її джерела та методи збору;
- задачі, зміст, види і напрями маркетингових досліджень;
- особливості створення, принципи, типи та характеристики маркетингової організаційної системи;
- сутність, цілі та складові маркетингової товарної політики підприємства;
- сутність, цілі та особливості ціноутворення;
- сутність цілі та складові маркетингової політики розподілу;
- сутність цілі та складові маркетингової політики комунікацій;
- сутність та особливості управління маркетинговою діяльністю підприємства;
- сутність та етапи розробки стратегій маркетингу;
- сутність та напрями рекламної діяльності підприємства;
- сутність та інструменти публік рілейшнз;
- сутність та особливості застосування Інтернет-маркетингу в маркетинговій діяльності підприємства;
- сутність, основні поняття та функції логістики;
- сутність та основні поняття витрат в логістиці;
- теоретичні основи логістики закупівель;
- перспективи розвитку логістики в Україні;
- особливості функціонування підсистеми закупівель під час використання концепції логістики;
- сутність розподільчої логістики;
- сутність та завдання транспортної логістики;
- основні поняття складської логістики;
- сутність матеріальних запасів та їх види;
- сутність та основні поняття логістичного сервісу;
- сутність та особливості ризиків в логістиці;

- загальні принципи та закономірності інтегрованого управління матеріальними, інформаційними, фінансовими та іншими потоками
- теоретичні основи створення та функціонування логістичних систем;
- основні поняття оптимального управління логістичними процесами.

Вступник повинен вміти:

- застосовувати методики проведення аналізу щодо вибору найоптимальніших для підприємств умов співпраці з іноземним контрагентом;
- складати текст зовнішньоторговельного контракту;
- аналізувати принципи здійснення зовнішньоекономічної діяльності;
- розробляти план виходу підприємства на зовнішній ринок;
- визначати ефективність зовнішньоекономічних операцій;
- проводити економічний аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства, визначати її ефективність;
- визначати та аналізувати показники розвитку міжнародної торгівлі;
- застосовувати основні інструменти зовнішньоторговельної політики в практичній діяльності підприємства;
- формувати товарну номенклатуру;
- оформлювати митні документи;
- визначати стратегічні напрями зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- шукати та обирати закордонних партнерів;
- складати міжнародні організаційні угоди;
- планувати та організовувати транспортні міжнародні перевезення;
- аналізувати інтегровані підходи до управління організацією;
- аналізувати види підприємств;
- характеризувати організацію як відкриту динамічну систему;
- класифікувати організації за видами;
- будувати організаційні структури;
- аналізувати складові внутрішнього та зовнішнього середовища організації;
- класифікувати та характеризувати методи менеджменту;
- складати поточні та перспективні плани розвитку організації;
- проектувати стратегії розвитку організації;
- складати плани реалізації стратегії організації;
- складати бізнес-план;
- аналізувати організаційні структури управління;
- застосовувати засоби мотиваційного впливу;
- застосовувати засоби стимулювання праці;
- використовувати інструменти соціальної мотивації працівників;
- застосовувати методи контролю в практичній діяльності менеджера за рівнями диференціації;
- застосовувати існуючі підходи до прийняття управлінських рішень;
- застосовувати методи контролю виконання управлінських рішень;
- складати алгоритм прийняття управлінських рішень;

- застосовувати моделі і методи прийняття в конкретній управлінській ситуації;

- визначати показники ефективності управління організацією;
- застосовувати методи і стратегії управління персоналом організації;
- розробляти (проекувати) кадрову політику організації;
- визначати потреби організації в персоналі;
- застосовувати методи планування персоналу організації;
- визначати чисельність персоналу за категоріями посад;
- складати оперативні плани роботи з персоналом;
- складати індивідуальний план працівника організації;
- визначати ефективність управління персоналом;
- застосовувати методи оцінювання ефективності результатів роботи персоналу;

- визначати показники ефективності діяльності підрозділів з управління персоналом;

- розраховувати ефективність витрат на персонал;
- володіти інструментами кадрового консультування;
- планувати особисту роботу менеджера за рівнями управління;
- визначати пріоритетні справи менеджера;
- застосовувати принципи делегування повноважень у практичній діяльності;

- застосовувати нормативи управлінської праці в практичній діяльності;
- володіти технікою обліку робочого часу працівників;
- будувати план ділових нарад та зборів;
- володіти технологією проведення ділових нарад та зборів;
- координувати та регулювати взаємовідносини з контактними аудиторіями;
- прогнозувати та планувати цілі діяльності організації та підрозділів;
- обґрунтовувати управлінські рішення та спроможність забезпечувати їх правомочність;

- аналізувати внутрішнє та зовнішнє середовище маркетингу організації;
- збирати та обробляти первинну інформацію, виявляти загальні тенденції розвитку організації;

- застосовувати методи збору і обробки маркетингової інформації;
- планувати та організувати маркетингові дослідження;
- проводити та аналізувати результати маркетингових досліджень;
- аналізувати складові маркетингової організаційної системи;
- планувати маркетингову діяльність підприємств: складати оперативні та поточні плани;

- застосовувати методи контролю результатів маркетингової діяльності підприємства;

- володіти основами маркетингової ревізії та аудиту;
- класифікувати товари, складати номенклатуру товарів та формувати асортиментну пропозицію;
- застосовувати наявні інструменти маркетингу на різних стадіях життєвого циклу товарів;

- застосовувати ринкові атрибути в практичній діяльності підприємств;
- скласти алгоритм маркетингового розрахунку ціни на товар або послугу;
- визначати еластичність попиту;
- застосовувати стратегії ціноутворення в практичній діяльності підприємств;
- використовувати інструменти непрямого ціноутворення;
- аналізувати та удосконалювати структуру каналів розподілу;
- формувати канали розподілу та визначати їх ефективність;
- оцінювати ефективність збутової політики;
- планувати діяльність посередників в системі збуту;
- використовувати інструменти та засоби комунікації в практичній діяльності організації;
- проектувати збутову, товарну, цінову, розподільчу та комунікаційну політику підприємства;
- розробляти базові стратегії маркетингу організації;
- визначати ефективність маркетингових стратегій;
- проводити SWOT та PEST-аналіз маркетингової діяльності підприємства;
- планувати та організовувати рекламну кампанію підприємства;
- скласти бюджет реклами;
- скласти рекламне звернення, оголошення;
- застосовувати сучасні напрями рекламування: брендинг, директ-маркетинг, Інтернет-рекламу;
- визначати ефективність реклами, рекламної кампанії та рекламної діяльності в цілому;
- застосовувати інструменти PR в практичній діяльності підприємства;
- формувати позитивний імідж підприємства;
- володіти основами ведення електронного бізнесу;
- здійснювати забезпечення раціонального та ефективного використання матеріально-технічної бази виробництва, торгівлі, транспорту та інших складових інфраструктури ринку;
- створювати оптимальні умови для функціонування логістичних систем;
- здійснювати управління замовленнями, закупівлями, запасами;
- організовувати дистрибуцію та фізичний розподіл товарів.

3. ПРОГРАМА ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Зовнішньоекономічна діяльність

1. Сутність і фактори розвитку зовнішньоекономічної діяльності.
2. Зовнішньоекономічний комплекс держави.
3. Суб'єкти й основні форми зовнішньо-економічної діяльності (ЗЕД).
4. Принципи здійснення зовнішньоекономічної діяльності.
5. Зовнішньоекономічна політика держави. Етапи розвитку ЗЕД в Україні.
6. Система показників розвитку міжнародної торгівлі.
7. Сутність і основні суб'єкти регулювання ЗЕД.

8. Державні органи управління ЗЕД (макрорегулювання). Інструменти зовнішньоторговельної політики на національному рівні.
9. Міжнародні інститути зовнішньоекономічного регулювання.
10. Суть і принципи митного регулювання ЗЕД в Україні. Поняття і види митних режимів. Товарна номенклатура ЗЕД.
11. Нетарифні засоби регулювання ЗЕД, їх класифікація. Кількісні обмеження: ліцензування і квотування. Тарифні бар'єри.
12. Стратегії розвитку підприємства в сфері ЗЕД. Класифікація форм виходу на зовнішні ринки. Пошук та вибір закордонного партнера.
13. Основи і особливості ціноутворення на світовому ринку. Особливості сучасної зовнішньоторговельної цінової стратегії фірми.
14. Основні ціни зовнішньоторговельних контрактів. Базові умови поставки Incoterms-2020.
15. Сутність і класифікація посередницьких операцій у ЗЕД. Основні суб'єкти міжнародного торгового посередництва.
16. Роль транспорту в зовнішньоекономічній діяльності підприємства. Транспортні операції.
17. Організація міжнародних перевезень основними видами транспорту.
18. Суть і особливості оформлення зовнішньоторгового контракту. Типові контракти в ЗЕД.
19. Основні статті типового договору міжнародної купівлі-продажу.
20. Сутність і основні показники зовнішньоторговельної діяльності підприємства.
21. Показники ефективності зовнішнього інвестування і кредитування. Інтегральні показники ефективності ЗЕД.
22. Поняття, сутність, класифікація ризиків ЗЕД. Страхування валютних ризиків.
23. Специфіка страхування вантажів при експортно-імпортних операціях.

Менеджмент і адміністрування

24. Менеджмент і управління: дефініція понять. Необхідність управління. Характеристика інтегрованих підходів до управління: процесний, ситуаційний та системний підходи.
25. Предмет і об'єкт менеджменту. Цілі і завдання менеджменту. Менеджмент як специфічна сфера людської діяльності.
26. Форми підприємницької діяльності. Види підприємств та специфіка об'єднань.
27. Організація як відкрита динамічна система. Ознаки організації. Загальна характеристика організації. Різновиди організацій.
28. Формальні та неформальні організації. Структура організації. Сутність вертикального та горизонтального розподілу праці в організації.
29. Внутрішнє та зовнішнє середовище організації. Життєвий цикл організації.

30. Процес менеджменту. Закон синергії та його вплив на життєдіяльність організації.

31. Сутність та особливості формування методів менеджменту, класифікація та характеристика методів менеджменту: економічні методи менеджменту (економічні плани, економічні стимули, бюджет), адміністративні, технологічні, соціально-психологічні методи менеджменту (соціальні прогнози, соціальні плани). Загальні принципи управління.

32. Поняття функцій процесу управління, функції менеджменту. Сутність планування, форми планування та види планів, основні елементи системи планування, способи складання планів (балансовий, нормативний і математико-статистичний).

33. Стратегічне планування і розробка стратегії, планування реалізації стратегії. Оперативне планування: тактика, політика, процедури, правила. Бізнес-планування.

34. Сутність і зміст поняття мотивації. Основні теорії мотивації та межі їх застосування. Сутність мотивації праці персоналу та засоби мотиваційного впливу. Форми і системи стимулювання праці, мотивація в загальному процесі управління. Соціальна мотивація працівників.

35. Сутність і зміст контролю. Види контролю. Процес контролю, його етапи. Характеристики ефективного контролю: стратегічна спрямованість, орієнтація на результат, відповідність справі, своєчасність, гнучкість, простота, економічність.

36. Сутність та види управлінських рішень, управлінське рішення як форма реалізації управлінської діяльності. Класифікація управлінських рішень. Основні підходи до прийняття рішень. Фактори, що впливають на процес прийняття управлінських рішень.

37. Поняття та загальна характеристика керівництва, місце і роль керівника в системі управління. Керівництво як об'єднувальна функція менеджменту, фактори та визначальні аспекти керівництва. Основи керівництва: вплив, лідерство, влада.

38. Комунікації в менеджменті. Поняття і характеристика комунікацій. Різновиди «внутрішніх» та «зовнішніх» комунікацій. Перешкоди в комунікаціях. Зворотній зв'язок у процесі комунікації. Засоби комунікацій, їх переваги та недоліки.

39. Поняття ефективності управління і підходи до її оцінки. Внутрішня та зовнішня ефективність управління. Процес оцінки ефективності управління. Економічна та соціальна ефективність управління. Показники ефективності управління.

40. Управління персоналом: сутність та принципи. Методологія управління персоналом. Сутність концепцій управління персоналом. Методи управління персоналом. Кадрова політика підприємства.

41. Фактори, що впливають на формування кадрової політики та умови її реалізації. Класифікація типів кадрової політики за основними ознаками. Етапи розробки (проектування) кадрової політики та їх зміст. Сутність стратегії

управління персоналом. Основні типи кадрової стратегії. Механізм розробки та реалізації стратегії управління персоналом.

42. Планування особистої роботи менеджера. Роль та значення планування особистої роботи менеджера. Проблеми ефективного використання часу менеджера в залежності від рівня управлінської діяльності. Види планів особистої роботи менеджера та правила їх складання.

Маркетинг і логістика

1. Маркетинг: визначення та сутність поняття. Ключові поняття маркетингу: потреба, бажання, попит, товар, нестатки, обмін, ринок, споживачі, виробники, конкуренти. Види маркетингу. Середовище маркетингу: внутрішнє середовище, мікросередовище (ринок) та макросередовище.

2. Маркетингова інформація: значення інформації в маркетингу, джерела маркетингової інформації, методи збирання маркетингової інформації, класифікація маркетингової інформації, маркетингова інформаційна система підприємства. Маркетингові дослідження: задачі і зміст, види і напрями маркетингових досліджень. Методи організації та проведення маркетингових досліджень. Сучасні методи маркетингових досліджень.

3. Маркетингова організаційна структура підприємства: основи створення, принципи, типи, характеристики. Організація служби маркетингу на підприємстві. Планування маркетингової діяльності підприємства: оперативне, тактичне та стратегічне планування маркетингу. Контроль результатів маркетингової діяльності підприємства: сутність та види. Маркетинговий аудит. Маркетингова ревізія. Ключові показники контролю маркетингової діяльності.

4. Маркетингова товарна політика підприємства: сутність, структура. Рівні товару, класифікація товарів. Концепція та життєвий цикл товару (ЖЦТ). Особливості маркетингу на різних етапах ЖЦТ. Управління товарним асортиментом і номенклатурою товарів підприємства. Якість та конкурентоспроможність товару та методи її визначення. Асортиментна політика. Ринкова атрибутика товару.

5. Маркетингова цінова політика підприємства: сутність та цілі. Поняття ціни, види цін. Алгоритм маркетингового розрахунку ціни. Система чинників ціноутворення. Попит та його еластичність. Управління цінами підприємства. Маркетингові стратегії (політики) ціноутворення. Методи встановлення ціни товарів та послуг: сутність та характеристика. Непряме маркетингове ціноутворення.

6. Маркетингова політика розподілу: сутність та цілі. Канали розподілу та їх функції. Типи каналів та їх характеристика. Структура каналу та методи його формування. Комбіновані та множинні канали розподілу. Оптова і роздрібна торгівля: сутність та особливості.

7. Збутова діяльність: сутність та цілі. Критерії оцінки збутової діяльності. Посередницька діяльність у каналах просування, посередницькі підприємства: агенти, брокери, повірені, комісіонери, оптовики, відділи продажу, сервісні фірми, асемблери, торгові дома. Маркетингові функції посередника. Логістичні системи просування.

8. Маркетингова політика комунікацій: сутність та цілі. Завдання маркетингових комунікацій. Алгоритм формування комплексу маркетингових комунікацій, складові комплексу маркетингових комунікацій. Основні етапи комунікаційного процесу. Поняття і класифікація видів комунікацій. Характеристика засобів комунікацій: реклама, пропаганда, стимулювання збуту, персональний продаж, прямий маркетинг, товар, система розподілу.

9. Управління маркетингом підприємства: сутність та цілі. Необхідність управління маркетингом на підприємстві. Характеристика етапів процесу маркетингової діяльності. Механізм управління маркетинговою діяльністю підприємства.

10. Стратегії маркетингу: сутність та етапи розробки. Глобальні та базові маркетингові стратегії. Процес розробки маркетингової стратегії. Аналіз та визначення ефективної стратегії фірми. Класифікація стратегій маркетингу. Стратегічний аудит. SWOT-аналіз та PEST-аналіз: сутність та процес здійснення.

11. Реклама та її завдання. Еволюція реклами. Значення реклами в маркетингу підприємства. Процес і складові реклами. Цілі і види реклами. Функції реклами. Особливості рекламування. Канали поширення реклами. Бюджет реклами. Рекламне звернення. Носії реклами. Тестування реклами.

12. Перспективні напрями в рекламі: брендинг, директ-маркетинг, реклама в Інтернет. Економічна ефективність реклами, рекламної кампанії та рекламної діяльності. Законодавче регулювання рекламної діяльності.

13. Сутність PR в маркетинговій діяльності підприємства. Внутрішні та зовнішні PR. Методи і інструменти PR. Кризовий PR. Пропаганда, її цілі та форми. Стимулювання збуту та його основні засоби, переваги та недоліки. Мотивування покупця. Імідж підприємства: особливості формування та реалізації. Комунікативний інструментарій формування іміджу підприємства.

14. Використання Інтернет в маркетинговій діяльності. Інтернет-маркетинг і традиційний маркетинг: порівняльна характеристика. Електронний бізнес та електронна комерція: масштаби та перспективи розвитку. Реклама з використанням Інтернету. Стимулювання збуту в Інтернеті.

15. Логістика як інструмент ринкової економіки, об'єкти логістики. Сутність поняття «логістика». Історія виникнення логістики та етапи її розвитку. Предмет, місія, мета та завдання логістики. Об'єкт і суб'єкт логістики. Логістична система, її структура та властивості. Класифікація логістичних систем. Показники оцінки ефективності логістичних систем.

16. Сутність і завдання закупівельної логістики. Прийняття рішення «зробити або купити». Вибір постачальника. Визначення економічного розміру замовлення.

17. Поняття виробничої логістики. Підходи до управління матеріальними потоками у виробничій логістиці. Сутність розподільчої логістики. Канали розподілу в логістиці.

18. Сутність транспортної логістики. Характеристика видів транспорту. Основні види перевезень. Основи інформаційної логістики.

19. Матеріальні запаси та причини їх створення. Види матеріальних запасів. Системи управління матеріальними запасами.

20. Склади та їх функції. Класифікація складів. Логістичні процеси на складі. Ризики в логістиці.

21. Принцип доставки «точно в термін» та «від дверей до дверей». Освоєння перевезень різними видами транспорту. Зміст політики транспортних фірм в галузі комунікацій і політики укладання контрактів. Вибір оптимального перевізника.

22. Напрями інформаційного забезпечення. Логістичні інформаційні системи (ЛІС), їх рівні. Планові, диспозитивні та виконавчі ЛІС.

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Фахове вступне випробування проводиться у формі тестування.

Для проведення тестування формуються екзаменаційні групи в порядку реєстрації документів. Список допущених до тестування ухвалюється рішенням приймальної комісії, про що складається відповідний протокол.

Голова фахової атестаційної комісії, який відповідає за проведення вступного випробування, попередньо складає необхідні екзаменаційні матеріали: програми фахових вступних випробувань, тестові завдання, критерії оцінювання відповіді вступника.

Тестові завдання складаються відповідно до Програм фахових вступних випробувань. Програми фахових вступних випробувань оприлюднюються на офіційному сайті Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського (<http://www.mdu.edu.ua>).

Фахове вступне випробування проводиться у строки, передбачені Правилами прийому до Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського у 2020 році.

Розклад фахових вступних випробувань, що проводяться Миколаївським національним університетом імені В.О. Сухомлинського, затверджується головою Приймальної комісії і оприлюднюється шляхом розміщення на веб-сайті Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського та інформаційному стенді Приймальної комісії не пізніше ніж за три дні до початку прийому заяв та документів для вступу на навчання за відповідними ступенями та формами навчання.

На тестування вступник з'являється з паспортом.

Вступник одержує варіант завдання, який містить 20 тестових завдань, для кожного з яких передбачено 4 варіанти відповідей.

Абітурієнту необхідно для кожного завдання знайти правильну відповідь і позначити її у картці відповідей у рядку, який відповідає номеру цього завдання. Кожне завдання передбачає один правильний варіант відповіді. На виконання тестового завдання відводиться 2 астрономічні години (120 хвилин).

За результатами вступних випробувань проводиться оцінка рівня фахових знань за наступними критеріями:

Тестовий бал	Рейтингова оцінка 100-200
0	не склав

1	не склав
2	не склав
3	не склав
4	не склав
5	100
6	107
7	114
8	121
9	128
10	135
11	142
12	149
13	156
14	163
15	170
16	176
17	182
18	188
19	194
20	200

Апеляція вступника щодо екзаменаційної оцінки (кількості балів), отриманої на вступному випробуванні у МНУ імені В. О. Сухомлинського, повинна подаватись особисто вступником не пізніше наступного робочого дня після оголошення екзаменаційної оцінки.

5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Зовнішньоекономічна діяльність

1. Гребельник О.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності: підручник / 4-те вид. перероб. та доп. / О.П. Гребельник – К.: ЦУЛ, 2013. – 452с.
2. Дунська А.Р. Зовнішньоекономічна діяльність: теорія і практика: навчальний посібник / А.Р. Дунська. – К.: Кондор-Видавництво, 2013. – 688 с.
3. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л. Зовнішньоекономічна діяльність: Термінологічний словник. – К.: Кондор, 2017. – 168 с.
4. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 №959-ІХ. Документ 959-12, остання редакція від 03.01.2017 року // База даних «Законодавство України». – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
5. Зеркалов Д.В. Внешнеэкономическая деятельность: энциклопедический словарь. – К.: Дакор; КНТ, 2013. – 544с.
6. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Навчальний посібник / За ред. Козака Ю.Г., Логвінової Н.С., Сіваченка І.Ю. – К.: ЦУЛ, 2016. – 792 с.

7. Зовнішньоекономічна діяльність та митна справа: Збірник нормативних актів / Упорядник М.І. Камлик. – К: Атака, 2014. – 680 с.

8. Зовнішньоекономічна діяльність: підприємство-регіон: [навч. посібн.]. – 6-те вид., перероб. та доп. / За ред. Ю. Г. Козака. – К.: ЦУЛ, 2016. – 290 с.

9. Новак В.О. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: підручник / В.О. Новак, Т.Л. Мостенська, М.Г. Луцький, Г.С. Гуріна, О.В. Ільєнко – К.: Кондор-Видавництво, 2013. – 495 с.

Менеджмент і адміністрування

1. Виробничий менеджмент: підручник для ВНЗ / за заг. ред. Бутка М. П. Чернігів. нац. технолог. ун-т. – К.: ЦУЛ, 2015. – 424 с.

2. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Теоретичні та прикладні засади менеджменту: Навч. посібник – 2-вид. доп. і перероб. – Львів: НУ «Львівська політехніка», «Інтелект-Захід», 2013. – 352 с.

3. Мескон М. Основы менеджмента. Пер. с англ. / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедуори – М.: «Дело», 2004.

4. Назарчук Т. В. Менеджмент організацій: навч. посібник для ВНЗ / Т. В. Назарчук, О. М. Косіюк. – К.: ЦУЛ, 2016.

5. Основы менеджменту: підручник для студентів вищих навчальних закладів / кол. авторів; за ред. А.А. Мазаракі; Харків: Фоліо, 2014. – 846 с.

6. Осовська Г.В., Осовський О.А. Менеджмент: Підручник. Видання 4-е, перероблене і доповнене. – К.: Кондор-Видавництво, 2015. – 563 с.

7. Стахів О. Г., Явнюк О. І., Волощук В. В. Основы менеджменту: Навчальний посібник / За наук. ред. д. е. н, проф. М. Г. Бойко. – Івано-Франківськ, «Лілея-НВ», – 2015. – 336 с.

8. Скібіцька Л.І. Антикризисний менеджмент. Навчальний посібник, – К., 2017. – 584 с.

9. Петруня Ю.Є. Прийняття управлінських рішень. – К., 2017. – 216 с.

10. Федоренко В. Г. Менеджмент: підручник / Федоренко В. Г. – 3-тє вид., переробл. і доповн. – К.: Алерта, 2015. – 492 с.

Маркетинг і логістика

1. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства: Навчальний посібник / Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова. – К., 2017. – 612 с.

2. Бойчук І.В., Дмитрів А.Я. Маркетинг промислового підприємства: посібник / І.В. Бойчук, А. Я. Дмитрів. – К., 2017. – 620 с.

3. Буднікевич І.М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності. Навчальний посібник / І.М. Буднікевич. – К., 2017. – 536 с.

4. Крикавський Є. та ін. Маркетингова товарна політика: Підручник / Є. Крикавський, І. Дейнега, О. Дейнега, Р. Патора. Третє видання, доповнене і перероблене. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. 360 с.

5. Крикавський Є. В. та ін. Маркетингова інформація: Підручник / Є. В. Крикавський, О. В. Дейнега, І. О. Дейнега, Л. О. Шелюк, О. А. Кратт, Р. Патора. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 416 с.

6. Крикавський Є. Логістика та управління ланцюгами поставок: Навч. посібник / Є. Крикавський, О. Похильченко, М. Фертч. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. – 844 с.

7. Крикавський Є. В. та ін. Маркетинговий менеджмент: Навчальний посібник / Є. В. Крикавський, І. О. Дейнега, О. В. Дейнега, І. Ф. Лорві. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 380 с.

8. Литовченко І.Л., Пилипчук В.П. Інтернет маркетинг: навчальний посібник. – К., 2017. – 184 с.

9. Логістика: навч. посіб. / О.М. Тридід, Г.М. Азаренкова, С.В. Мішина, І.І. Борисенко. – К.: Знання, 2008. – 566 с.

10. Окландер М.А., Чекурна О.П. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник. – К., 2017. – 240 с.

11. Окландер М.А., Кірнослова М.В. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. – К., 2017. – 200 с.

12. Окландер М.А. Промислова логістика: навч. посіб. / М.А. Окландер, О.П. Хромов. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 222 с.

13. Організація та планування логістичних систем: підручник / за ред. проф. М.П. Денисенка, проф. П.Р. Лековця, проф. Л.І. Михайлової. – К.: Центр навчальної літератури, 2010. – 336 с.

14. Полторак В.А. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. – К., – 2014, 342 с.

15. Пономарьова Ю.В. Логістика: навч. посіб. / Ю.В. Пономарьова. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 328 с.

16. Сковронек Чеслав. Логистика на предприятии: учеб.-метод. пособ. / Сковронек Чеслав, Сариуш-Вольский Здзислав; пер. с польск. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 400 с.