



НИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ І ІВАНА БОБЕРСЬКОГО



ПРОГРАМА **додакового вступного випробування для** **вступу до аспірантури за спеціальністю** **D 3 «Менеджмент»**

Розглянуто і затверджено на засіданні кафедри
економіки та менеджменту
протокол № 13 від « 18 » 06 2025 р.
Зав. кафедри _____ проф. Павленчик Н.Ф.

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Прийом до аспірантури Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського для підготовки докторів філософії здійснюється відповідно до Закону України «Про вищу освіту», Постанови Кабінету Міністрів України від 23 березня 2016 р. № 261 «Про затвердження Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у вищих навчальних закладах (наукових установах)», Правил прийому на навчання для здобуття вищої освіти до Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського у 2025 р.

У сучасних умовах інтенсифікації економічного розвитку управління стало однією з найважливіших професій, а навчання менеджменту – основою підготовки керівників-професіоналів в усіх галузях. Водночас розвиток навичок управління необхідний для всіх працівників організації, які повинні уміти об'єктивно оцінювати економічні процеси, що відбуваються у суспільстві, розуміти сутність тенденцій розвитку в умовах посилення впливу глобальних викликів та здатні використовувати новітні технології.

Західний регіон і зокрема Львівська область характеризуються багатогалузевою структурою економіки, що зумовлює зростання попиту на фахівців-управлінців, які володіють знаннями, що дозволяють розпізнавати проблеми й знаходити засоби їх розв'язання, а також те, яким чином ці знання структуровані, комбіновані, яку практичну цінність, фундаментальність, стійкість вони мають.

Підготовка докторів філософії за освітньо-науковою програмою (ОНП) зі спеціальності D3 «Менеджмент» у Львівському державному університеті фізичної культури імені Івана Боберського (далі – ЛДУФК ім. І. Боберського) повністю відповідає науковому потенціалу закладу вищої освіти та вимогам МОН України. Підготовка докторів філософії за ОНП «Менеджмент» у галузі знань D3 «Бізнес, адміністрування та право» зі спеціальності D3 «Менеджмент» спрямована на підготовку здобувачів з метою формування відповідних компетенцій, програмних результатів, що дають змогу випускникам розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері менеджменту і управління організаціями різного типу на регіональному, національному та глобальному рівнях на засадах глибокого переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики. Освітньо-наукова програма спрямована на формування ефективного, активного та креативного дослідника в сфері менеджменту, який має системні наукові, методичні, методологічні та фахові знання, що відповідають галузевим та регіональним потребам; вміє їх застосовувати на практиці.

Особливістю освітньо-наукової програми підготовки фахівців зі спеціальності D3 «Менеджмент» у Львівському державному університеті фізичної культури імені Івана Боберського є те, що вона надає фундаментальні знання та фахові навички з менеджменту, враховуючи сучасний розвиток управлінської науки, інтернаціоналізацію знань, галузеві та регіональні потреби; формує системних, активних, креативних науковців, які мають змогу

формувати власну освітню траєкторію, залежно від специфіки індивідуального наукового дослідження, шляхом обрання ними дисциплін вибіркової частини; здатних не лише застосовувати існуючі методи та інструменти менеджменту, але й розробляти нові, на базі сучасних наукових досягнень та практичної апробації, з урахуванням галузевої (в галузях обслуговування та спорту), безпекової, педагогічної складової.

Програма додаткового вступного випробування для вступу до аспірантури зі спеціальності D3 «Менеджмент» призначена для вступників, які здобули ступінь магістра за неспорідненими спеціальностями.

Мета іспиту полягає у визначенні рівня фахової теоретико-методичної підготовки здобувача, рівня його оволодіння фаховими компетентностями передбаченими стандартами вищої освіти першого і другого рівнів. У випадку успішного складання додаткового вступного випробування вступник допускається до складання вступних іспитів до аспірантури.

Програма додаткового вступного фахового випробування охоплює коло питань, які в сукупності характеризують вимоги до знань і вмінь особи, що бажає навчатись в аспірантурі Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського з метою здобуття освітньо-наукового рівня «доктор філософії» зі спеціальності D3 «Менеджмент». Програма має міжпредметний характер, охоплюючи ключові аспекти таких нормативних дисциплін: «Менеджмент», «Маркетинг», «Комунікативний менеджмент», «Фінансовий менеджмент». Зміст програми відповідає компетенціям, для виконання яких має бути підготовлений магістр.

Теоретичний зміст предметної області ґрунтується на поняттях, концепціях, принципах та їх використанні для реалізації менеджменту на підприємствах.

Вступне випробування проводиться у письмовій формі, триває 2 академічні години (90 хв.) і складається з трьох відкритих теоретичних завдань.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ

Головними професійними критеріями при оцінці знань та вмінь вступників є гнучкість концептуального мислення, вміння комплексно оцінювати управлінську ситуацію, точність аналітичного розв'язання, влучність та стислість виразу думки, вміння точно визначати економічну, соціальну та організаційну ефективність прийнятих рішень. Характеристика оцінок:

Оцінка «відмінно» (5): відповідь повна і правильно, логічно викладена.

Оцінка «добре» (4): в загальному правильна відповідь з певною кількістю незначних неточностей та помилок.

Оцінка «задовільно» (3): відповідь повна, але неточна, зі значною кількістю недоліків.

Оцінка «незадовільно» (2): відповідь не задовольняє мінімальні критерії.

ЗМІСТ ПРОГРАМНОГО МАТЕРІАЛУ

МЕНЕДЖМЕНТ

1. Сутність, значення «управління» і «менеджмент».
2. Види менеджменту. Еволюція менеджменту, як науки.
3. Передумови виникнення та розвиток школи людських відносин.
4. Сучасні напрямки розвитку менеджменту в Україні.
5. Сучасна модель менеджменту в Україні.
6. Принципи менеджменту.
7. Процес управління як основа технології.
8. Організаційні структури.
9. Сутність та категорії мотивації. Формування системи мотивації.
10. Координація як функція менеджменту, суть та її механізм.
11. Суть та якості керівника та його стилі. Форми влади й впливу.

МАРКЕТИНГ

1. Соціально-економічна сутність маркетингу та його сучасна концепція.
2. Комплекс маркетингу, його основні елементи.
3. Види маркетингу за станом попиту на товар.
4. Нові види маркетингу в контексті сучасних економічних тенденцій.
5. Сутність маркетингового середовища та необхідність його дослідження.
6. Маркетингова інформаційна система та її складові.
7. Сутність та методологічні основи маркетингових досліджень.
8. Сутність купівельної поведінки споживачів та необхідність її дослідження.
9. Складові частини маркетингової товарної політики.
10. Ціна в комплексі маркетингу. Сутність маркетингової цінової політики підприємства.
11. Сутність та завдання маркетингової політики розподілу.
12. Характеристика елементів маркетингової політики комунікацій.
13. Роль реклами у системі маркетингових комунікацій.
14. Значення та завдання системи маркетингових комунікацій у комплексі маркетингу підприємства.
15. Побудова апарату управління підприємством за концепцією маркетингу.

ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

1. Сутність фінансового менеджменту.
2. Фінансовий механізм в управлінні підприємством.
3. Стратегія і тактика фінансового менеджменту.

4. Загальні підходи до управління грошовими потоками.
5. Управління формуванням доходів.
6. Управління витратами.
7. Ефект операційного левериджу.
8. Управління використанням прибутку.
9. Управління оборотними та необоротними активами.
10. Економічна сутність інвестицій та їх класифікація.
11. Управління реальними інвестиціями.
12. Управління фінансовими інвестиціями.
13. Ризики у фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання.
14. Методи оцінювання фінансових ризиків.
15. Управління та нейтралізація фінансових ризиків.

КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

1. Завдання, зміст і напрями комунікативного менеджменту.
2. Яким чином комунікативні проблеми стримують розвиток організації.
3. Поняття організаційних комунікацій. Види комунікацій в організації.
4. Формування внутрішніх комунікативних систем в організації.
5. Зовнішньоорганізаційні комунікації: зміст поняття, цілі і завдання.
6. Корпоративні комунікації як предмет комунікативного менеджменту.
7. Критерії вибору правильних комунікативних систем.
8. Міжособистісні комунікації в організації.
9. Сутність комунікативного процесу. Які основні елементи представлені у цьому процесі.
10. Чинники формування ефективних ділових комунікацій.
11. Форми і види спілкування. Основні функції, які проявляються у спілкуванні.
12. Основні форми та функції ділового спілкування.
13. Ділові переговори як основна форма ділової комунікації.
14. Електронні комунікації.
15. Відеоконференція: конфігурації побудови відеоконференцій.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Афанасьєв М. Ю., Гриньова В. М. Менеджмент організацій: теорія і практика. Харків: ІНЖЕК, 2020. 480 с.
2. Балабанова Л.В. Маркетинг: сучасний курс. — Донецьк: ДонНУЕТ, 2023. — 498 с.
3. Благун І. С., Скакун О. Ф. Менеджмент: підручник. Львів: Магнолія, 2023. 528 с.
4. Зінченко В.М. Інноваційний та креативний менеджмент. Харків: Право, 2022. 328 с.
5. Ілляшенко С. М. Креативний менеджмент: підручник. Суми: Університетська книга, 2021. — 288 с.
6. Карпінський Б.А. Загальний менеджмент: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2021. 412 с.
7. Котлер Ф., Армстронг Г.. Основи маркетингу. Київ: Вільямс, 2022. 560 с.
8. Крамаренко Г. О. Фінансовий менеджмент : підручник. Київ, 2019. 520 с.
9. Морозова Л. М. Креативні технології управління. Київ: КНЕУ, 2023. 244 с.
10. Мошек Г.Є., Миколайчук І.П., Палеха Ю.І. Основи менеджменту. Теорія і практика: Навчальний посібник. Київ: Ліра-К. 2018. 528 с.
11. Пазинич В. І. Фінансовий менеджмент : навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 408 с.
12. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навч. посіб. / Петруня Ю. Є. – [3-ге вид. перероб. і доп.]. – К., 2020. – 351 с.
13. Ткаченко Т. І. Маркетинг: навчальний посібник. — Харків: Фактор, 2021. — 312 с.