

**КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА
ГРІНЧЕНКА**

**Факультет економіки та управління
Кафедра управління**

**Затверджено на засіданні
кафедри управління
(протокол № 18 від 15.10.2025)**

РОБОЧА ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ

з навчальної дисципліни

**Інформаційне забезпечення системи управління підприємства.
Навчальні модулі: Електронна комерція, Управлінський облік**

галузь знань	07 Управління та адміністрування
спеціальність	073 Менеджмент
освітня програма	073.00.01 Менеджмент організацій
факультет	Економіки та управління

ОПИС РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ ЕКЗАМЕНУ

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Кафедра управління
Програма екзамену з дисципліни Інформаційне забезпечення системи управління підприємства. Навчальні модулі: Електронна комерція, Управлінський облік
3 курс - освітній рівень - перший (бакалаврський)
Спеціальність: 073 Менеджмент
Освітня програма: 073.00.01 Менеджмент організацій
Форма проведення: тестування на платформі Moodle в ЕНК дисципліни: https://elearning.kubg.edu.ua/course/view.php?id=26394
Тривалість проведення 1 год.10 хв.
Максимальна кількість балів 40 балів
Екзамен проводиться в університетській аудиторії у тестовій формі із використанням персональних комп'ютерів (за умови проведення освітнього процесу офлайн). У разі дистанційного формату навчання підсумковий контроль проводиться онлайн у режимі відеоконференції із застосуванням сервісу Google Meet. Студент виконує електронний тест у системі Moodle, що містить 40 тестових завдань, зокрема: • 20 завдань з навчального модуля «Електронна комерція» (до 20 балів); • 20 завдань з навчального модуля «Управлінський облік» (до 20 балів). Критерій оцінювання: правильність відповіді на тестові завдання. Кожна правильна відповідь оцінюється до 1 балу. Студент має одну спробу проходження тесту з кожного навчального модулю. Семестрова оцінка (5-ий семестр) розраховується як сума середнього значення оцінок, отриманих за результатами проміжного контролю з двох навчальних модулів – «Електронна комерція» та «Управлінський облік», та оцінки за екзамен. З огляду на однаковий обсяг кредитів ЄКТС навчальних модулів (по 3 кредити), розрахунок здійснюється за формулою: $X_a = ((X_1 + X_2) / 2) + E$ де: X_a – підсумкова (семестрова) оцінка; X_1 – оцінка, отримана за результатами проміжного контролю з навчального модуля «Електронна комерція», X_2 – оцінка, отримана за результатами проміжного контролю з навчального модуля «Управлінський облік», E – оцінка, отримана за екзамен (навчальні модулі «Електронна комерція», «Управлінський облік»). Студент має одну спробу проходження тесту з кожного навчального модуля. Додаткові бали за швидкість виконання, штрафи за неправильні відповіді не застосовуються.

У разі оголошення повітряної тривоги, тестування призупиняється, студенту пропонується перейти в безпечне місце та продовжити складання екзамену. При цьому час проходження тестування зупиняється, щоб у студента була можливість завершити тестування, продовживши його з тієї хвилини й того завдання, коли відбулося призупинення. Якщо студент(ка) з безпекових причин не може завершити тест протягом даного часу, буде надана можливість перескласти тест.

Екзамен проводиться з неухильним дотриманням положення Університету про академічну доброчесність. Це положення, зокрема, визначає, що студенти повинні самостійно виконувати екзаменаційні завдання. Порушенням академічної доброчесності вважаються списування, допомога сторонніх осіб, розмови, обмін інформацією під час тестування. За порушення академічної доброчесності студент може бути притягнений до академічної відповідальності, зокрема повторне проходження екзамену, відрахування з Університету тощо.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ЕКЗАМЕНУ

Електронна комерція

1. Які ключові економічні, технологічні, соціокультурні та політико-правові фактори визначають розвиток електронної комерції, як вони впливають на формування моделей електронного бізнесу?
2. Які були найважливіші технологічні прориви, що призвели до виникнення та розвитку електронної комерції?
3. Як глобалізація впливає на стратегії компаній, що займаються електронною комерцією?
4. Яким чином персоналізація та індивідуальний підхід до клієнта підвищують ефективність електронної комерції?
5. Чому дані вважаються новим активом в епоху електронної комерції?
6. Як штучний інтелект може оптимізувати процеси електронної комерції?
7. Назвіть основні моделі електронної комерції та наведіть приклади компаній, які працюють за кожною з них.
8. Що таке компанія-«єдиноріг» в IT-індустрії? Назвіть 2-3 приклади та їхні основні продукти.
9. Які ключові тренди розвитку електронної комерції?
10. Які основні складові інформаційного забезпечення системи управління підприємством, що займається електронною комерцією?
11. Які ключові розділи містить бізнес-план електронного підприємства?
12. Охарактеризуйте основних суб'єктів електронної комерції та їхні ролі.
13. Які основні системи електронних платежів Ви знаєте?
14. Опишіть основні загрози безпеці електронних платежів та способи їх запобігання.
15. Як захистити персональні дані в електронній комерції?
16. Опишіть процес електронних комерційних закупівель.
17. Які типи електронних аукціонів Ви знаєте? У чому їхні відмінності?
18. Які ризики та виклики характерні для електронних комерційних закупівель?

19. Як можна інтегрувати систему електронних закупівель з іншими бізнес-системами підприємства (ERP, CRM, WMS)?
20. Як можна забезпечити конфіденційність інформації під час проведення електронних закупівель?
21. Опишіть процес проведення відкритих торгів в системі Prozorro.
22. Які механізми підтримки вітчизняних виробників передбачені в системі Prozorro?
23. Які основні вимоги до тендерної пропозиції? Які види забезпечення можуть бути надані учасниками?
24. Які підстави оскарження публічних закупівель?
25. Що таке MVP і для якої цілі він використовується?
26. Опишіть основні канали маркетингу ІТ-продуктів.
27. Що таке SEO і як воно впливає на просування веб-сайту?
28. Опишіть роль продуктового менеджера у продуктивій ІТ-компанії.
29. Що таке Agile-методологія і які її основні принципи?
30. Які типи рішень приймаються в продуктовому менеджменті?
31. Які основні відмінності між функціональною та кросфункціональною продуктовою командою?
32. Що таке А/В-тестування і для досягнення якої мети використовується в продуктовому менеджменті?
33. Які етапи включає проведення А/В-тесту?
34. Як визначити пріоритети для розробки нових функціональних можливостей ІТ-продукту? Опишіть один із методів (наприклад, RICE-індекс).
35. Як побудувати ефективну команду продуктового менеджменту? Які особистісні якості повинні бути притаманні членам команди?
36. Як оцінити ефективність роботи продуктової команди? Які метрики можна використовувати?
37. Як управляти ризиками в процесі розробки продукту? Які інструменти можна використовувати для цього?
38. Що таке RACI-матриця і для чого вона використовується в управлінні проектами?
39. Що таке Performance Management? Які його основні цілі?
40. Опишіть процес розробки унікальної ціннісної пропозиції (UVP) для нового ІТ-продукту. Які методи можна використовувати для її формулювання?
41. Які переваги та недоліки різних бізнес-моделей для ІТ-продуктів (freemium, subscription, маркетплейси, рекламна модель)?
42. Які метрики є найважливішими для оцінки ефективності Performance-маркетингу у продуктивій ІТ-компанії?
43. Які ключові відмінності між SEO та ASO?
44. Які критерії використовуються для оцінки якості контенту веб-сайту?
45. Яка оптимальна структура презентації для залучення інвестицій? Які блоки повинні бути обов'язково включені?
46. Що таке SEO-контент і які основні фактори впливають на ранжування веб-сайту в пошукових системах?
47. Що таке ASO і чим ця методологія відрізняється від SEO?

48. Як залучити інвестиції для розвитку ІТ-продукту?
49. Які види аналітики Ви знаєте?
50. Що таке когортний аналіз і які основні метрики в ньому використовуються?
51. Назвіть основні метрики, які використовуються для оцінки ефективності маркетингових кампаній.
52. Що таке закон Гудхарта і як він пов'язаний з аналітикою в продуктовому менеджменті?
53. Опишіть етапи проведення аналітичного дослідження.
54. Що таке RFM-аналіз?
55. Як розрахувати показники LTV і САС? Яке співвідношення між цими показниками вважається прийнятним?
56. Як побудувати воронку продажів для цифрового продукту?
57. Як розрахунок unit-економіки допомагає оцінити ефективність ІТ-продукту? Які показники unit-економіки є найбільш важливими для різних типів бізнесу?
58. Як ви розумієте поняття «North Star метрика»?
59. Які навички необхідні для успішної роботи аналітиком у продуктивій ІТ-компанії?
60. Які навички необхідні для успішної роботи продакт-менеджера у продуктивій ІТ-компанії?

Управлінський облік:

1. Сутність управлінського обліку та етапи його розвитку.
2. Предмет, об'єкти, методи та принципи управлінського обліку. Основні функції управлінського обліку.
3. Порівняльна характеристика фінансового і управлінського обліку.
4. Організація управлінського обліку на підприємстві.
5. Економічна сутність витрат та їх регламентація в Україні.
6. Напрями класифікації витрат в управлінському обліку та їх характеристика.
7. Поведінка витрат.
8. Облік витрат і калькулювання собівартості, їхня мета та об'єкти.
9. Класифікація методів обліку витрат і собівартості залежно від об'єктів калькуляції.
10. Попроцесна калькуляція собівартості.
11. Позамовна калькуляція собівартості.
12. Облік і розподіл виробничих накладних витрат.
13. Порівняння впливу калькулювання собівартості за змінними і повними витратами на величину прибутку.
14. Переваги і недоліки калькуляції з повним розподілом витрат і директ-костингу.
15. Сутність обліку та калькулювання собівартості продукції за нормативними витратами.
16. Методи обчислення відхилень від норм витрат.
17. Система «стандарт-кост»: переваги та недоліки її використання.
18. Сутність методу «витрати-обсяг-прибуток».

19. Точка беззбитковості (поріг рентабельності).
20. Маржинальний запас фінансової міцності.
21. Операційний леверидж.
22. Застосування методу «витрати-обсяг-прибуток» для визначення цільового обсягу реалізації і прибутку.
23. Значення облікової інформації для прийняття управлінських рішень.
24. Характеристика та порядок формування релевантної та нерелевантної інформації.
25. Формування інформації для прийняття рішень у процесі постачання.
26. Формування інформації для прийняття рішень у процесі виробництва.
27. Формування інформації для прийняття рішень у процесі реалізації.
28. Значення та переваги бюджетування.
29. Основні визначення теорії бюджетування.
30. Поняття і принципи виділення центрів відповідальності.
31. Класифікація центрів відповідальності.
32. Облік і контроль за центрами відповідальності.
33. Планування господарської діяльності як одна з функцій управлінського обліку.
34. Сутність бюджетування і види бюджетів (кошторисів), що складаються на підприємстві.
35. Принципи розробки структури основного бюджету підприємства і окремих його складових.
36. Сутність контролінгу.
37. Методи стратегічного управлінського обліку.
38. Balanced Scorecard як інструмент стратегічного управлінського обліку.
39. Калькулювання витрат життєвого циклу продукту.
40. ABC- калькулювання.
41. Калькулювання витрат на якість.
42. Система "якраз вчасно" в стратегічному управлінському обліку.
43. Ціноутворення в системі управлінського обліку.
44. Основні методи встановлення цін.
45. Розробка стратегії ціноутворення та їх види.

Екзаменатор



Наталія ТКАЧЕНКО

Завідувач кафедри



Катерина РЯБЕЦЬ