

**Державний торговельно-економічний університет**  
**СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ**  
Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти  
*Сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 / ISO 9001:2015*

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Голова приймальної комісії

  
Анатолій МАЗАРАКІ  
"05 травня 2022 р."



**ПРОГРАМА**  
**фахового іспиту для вступу**  
**на навчання для здобуття освітнього ступеня магістра**  
**на основі здобутого освітнього ступеня бакалавра,**  
**магістра (освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста)**

<b>галузь знань</b>	<b>07 «Управління та адміністрування»</b>
<b>спеціальність</b>	<b>073 «Менеджмент»</b>
<b>освітня програма</b>	<b>«Менеджмент та бізнес-адміністрування у сфері гостинності»</b> <b>«Лакшері менеджмент і маркетинг»</b> <b>«Туристичний та курортно-рекреаційний менеджмент»</b> <b>«Міжнародний спортивний менеджмент та рекреація»</b>

**Київ 2022**

## **Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу ДТЕУ заборонено**

Автори: М.Г. Бойко, д.е.н., проф.,  
Т. І. Ткаченко, д.е.н., проф.,  
Н.І. Ведмідь, д.е.н., проф.,  
М.В. Босовська, д.е.н., проф.,  
Н.О. Роскладка, д.е.н., проф.,  
Ю.Б. Забалдіна, к.е.н., доц.,  
О.В. Полтавська, к.е.н., доц.

Рекомендовано вченою радою факультету ресторанно-готельного та туристичного бізнесу протокол № 3 від 21 квітня 2022 р та затверджено приймальною комісією протокол № 11 від 5 травня 2022 р

### **ПРОГРАМА фахового іспиту для вступу на навчання для здобуття освітнього ступеня магістра на основі здобутого освітнього ступеня бакалавра, магістра (освітньо- кваліфікаційного рівня спеціаліста)**

<b>галузь знань</b>	<b>07 «Управління та адміністрування»</b>
<b>спеціальність</b>	<b>073 «Менеджмент»</b>
<b>освітня програма</b>	<b>«Менеджмент та бізнес-адміністрування у сфері гостинності»</b> <b>«Лакшері менеджмент і маркетинг»</b> <b>«Туристичний та курортно-рекреаційний менеджмент»</b> <b>«Міжнародний спортивний менеджмент та рекреація»</b>

## ВСТУП

Програму фахового іспиту для здобуття другого рівня вищої освіти «магістр» розроблено відповідно до стандартів вищої освіти ДТЕУ за галуззю знань «Управління та адміністрування» спеціальністю «Менеджмент» освітньо-професійними програмами: «Менеджмент та бізнес-адміністрування у сфері гостинності», «Лакшері менеджмент і маркетинг», «Туристичний та курортно-рекреаційний менеджмент», «Міжнародний спортивний менеджмент та рекреація».

Фаховий іспит складається з тестової перевірки знань, що формують загальні та спеціальні компетентності, визначені у освітньо-професійній програмі спеціальності 073 «Менеджмент».

Фаховий іспит проводиться з метою перевірки рівня професійних знань, умінь, навичок та здібностей для здобуття другого рівня вищої освіти «магістр».

Програма фахового іспиту складається з таких розділів:

1. Менеджмент.
2. Маркетинг.

## ЗМІСТ ПРОГРАМИ ФАХОВОГО ІСПИТУ

### Розділ 1. МЕНЕДЖМЕНТ

Понятійно-категоріальний апарат у менеджменті. Сутність управління та менеджменту. Еволюція менеджменту. Класичні теорії менеджменту. Наукові підходи до менеджменту. Японська, американська і європейська моделі менеджменту. Сучасні концепції менеджменту.

Поняття та ознаки організації. Внутрішнє середовище та зовнішнє середовище організації. Фактори прямої та непрямой дії. Концепції життєвого циклу організації.

Функції менеджменту. Загальні (основні), конкретні (спеціальні) функції менеджменту. Планування як функція менеджменту, види, елементи, процес планування. Функція організації. Елементи та види організаційних структур. Функція координації. Функція мотивації. Змістовні та процесуальні теорії мотивації. Взаємозв'язок потреб, спонукань, цілей і заохочень працівника у процесі мотивації. Стимулювання праці: цілі, принципи, види, форми. Регулювання як функція менеджменту. Функція контролю. Контроль та його місце в

системі управління: принципи, цілі, види.

Цілі менеджменту. Вимоги до цілей. Класифікація цілей. Процес встановлення цілей.

Інформація: види та роль в менеджменті. Комунікації в менеджменті. Керівництво як об'єднувальна функція менеджменту.

Поняття управлінського рішення. Модель прийняття управлінського рішення.

Методи менеджменту. Економічні методи менеджменту. Адміністративні методи менеджменту. Соціально-психологічні методи менеджменту.

Правові аспекти менеджменту. Малий бізнес. Форми інтеграції підприємств. Стратегічні альянси. Корпоративні структури. Підприємницькі мережі. Франчайзинг. Контрактне управління. Операційні ланцюги.

Проектування роботи на підприємстві. Характеристики змісту та параметрів роботи. Моделі проектування роботи.

Організаційна структура підприємства. Проектування організаційних структур. Спеціалізація. Зв'язки на підприємстві. Департаментизація. Типи департаментизації. Масштаб керованості. Управлінські повноваження і відповідальність. Централізація та децентралізація. Диференціація та інтеграція підрозділів.

Роль та значення управління персоналом (HR-менеджмент). Основні елементи (підсистеми) системи HR-менеджменту та їх функції. Специфіка та проблеми управління персоналом. Кадрова служба підприємства.

Організаційна поведінка та фактори, що її визначають. Сутність лідерства в колективі. Теорії лідерства. Організаційна культура в менеджменті. Сутність та зміст самоменеджменту. Управління робочим часом.

Результативність та ефективність менеджменту. Економічна, організаційна та соціальна ефективність менеджменту.

## **Розділ 2. МАРКЕТИНГ**

Понятійно-термінологічний апарат у маркетингу. Цілі, принципи і функції маркетингу.

Види маркетингу залежно від стану попиту на ринку: підтримуючий, конверсійний, синхромаркетинг, стимулюючий, ремаркетинг, протидіючий, демаркетинг.

Маркетингове поняття ринку, його функції та ознаки. Кон'юнктура ринку: поняття, показники оцінки. Поняття

інфраструктури ринку та її елементи. Класифікація ринків. Поняття сегменту й сегментації ринку.

Поняття і структура маркетингового середовища підприємства. Зовнішнє та внутрішнє середовище маркетингу.

Сутність, цілі та завдання маркетингових досліджень. Види маркетингових досліджень.

Комплекс маркетингу та його основні компоненти. Маркетингова товарна політика: зміст і завдання. Товар як ключовий елемент комплексу маркетингу. Класифікація товарів. Поняття номенклатури товарів та товарного асортименту. Життєвий цикл товару на ринку. Маркетингова цінова політика: зміст і завдання. Маркетингова збутова політика: зміст і завдання. Поняття стимулювання збуту. Засоби стимулювання збуту. Характеристики каналів розподілу.

Поняття, цілі, завдання маркетингових комунікацій. Класифікація маркетингових комунікацій. Реклама: поняття та ознаки. Класифікація реклами. Основні різновиди носіїв реклами. Поняття й основні етапи рекламної кампанії.

Планування і організація маркетингової діяльності: сутність, завдання, принципи, етапи. Контроль маркетингової діяльності.

## **КРИТЕРІЇ** **оцінювання фахового іспиту** **для здобуття освітнього ступеня магістра**

### **1. Загальні положення**

Мета фахового іспиту – оцінити відповідність знань, умінь та навичок згідно з вимогами програми вступного фахового іспиту.

### **2. Структура екзаменаційного білета**

Екзаменаційний білет з фахового іспиту складається з 50-ти закритих тестових завдань.

### **3. Критерії оцінювання**

- Рівень знань оцінюється за 200-бальною шкалою.
- Серед відповідей на тестове завдання слід обрати одну правильну.
- Правильна відповідь на тестове завдання оцінюється у 4 бали, а неправильна – у 0 балів.
- Особи, які отримали менше ніж 100 балів, участі у конкурсі не беруть.

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

### до розділу 1. «Менеджмент»

1. Кузнецова Т. О., Янковська Л. А., Савіна Н. Б., Семчук Ж. В. Менеджмент: теорія та практика : навч. посіб. Львів : Магнолія-2006, 2017. 293 с.
2. Основи менеджменту: підручник / за ред. А.А.Мазаракі – Харків. : Фоліо, 2014. – 846с.
3. Основи менеджменту : навч. посіб. / за наук. ред. М. Г. Бойко. Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 2015. 336 с.
4. Палеха Ю. І., Мошек Г. Є., Миколайчук І. П. Основи менеджменту. Теорія і практика : навч. посіб. Київ : Ліра-К, 2018. 528 с.
5. Федоренко В. Г. Менеджмент : підручник. 3-тє вид., переробл. і доповн. Київ : Алерта, 2015. 492 с.

### до розділу 2. «Маркетинг»

1. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван Ї. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ : КМ-БУКС, 2019. 224 с.
2. Ортинська В. В., Мельникович О. М. Маркетингові дослідження : підручник. 2-ге вид., допов. Київ : КНТЕУ, 2015. 435 с.
3. Парсяк В. Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології : підручник. Херсон : Олді-плюс, 2015. 326 с.
4. Полторац В.А. Маркетингові дослідження: Навчальний посібник / В.А. Полторац, І.В. Тараненко, О.Ю. Красовська. – К.: Центр навчальної літератури. – 2013. – 417 с. (Гриф МОНУ).\*
5. Соціально-етичний маркетинг: монографія / А.А. Мазаракі, Є.В. Ромат, Г.В. Алданькова, ін. та ; за ред.. А.А. Мазаракі та Є.В. Ромата. – Київ : КНТЕУ, 2013. – 327 с.