

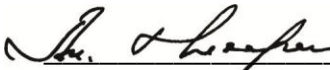
**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

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

 А. А. Мазаракі

"17" січня 2019 р.

ПРОГРАМА

**вступного фахового випробування
для здобуття освітнього ступеня бакалавра
на основі освітньо-кваліфікаційного рівня
молодшого спеціаліста**

галузь знань	07 «Управління та адміністрування», 28 «Публічне управління та адміністрування»
спеціальності	073 «Менеджмент», 281 «Публічне управління та адміністрування»
спеціалізації	«Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності», «Управління бізнесом», «Менеджмент організацій», «Торговельний менеджмент», «Менеджмент персоналу», «Управління в сфері економічної конкуренції», «Готельний і ресторанний менеджмент», «Туристичний менеджмент», «Публічне управління та адміністрування»

Київ 2019

ВСТУП

Програма вступного фахового випробування призначена для вступників, які здобувають ступінь «бакалавр» за спеціальністю «Менеджмент» (на базі освітнього ступеню «молодший спеціаліст»).

Вступне випробування – комплекс тестових завдань, які дозволяють виявити рівень підготовки, ступінь володіння професійними знаннями для опанування ступеня «бакалавр» за спеціальністю «Менеджмент» (на базі освітнього ступеню «молодший спеціаліст»).

Метою програми є забезпечення вступників інформацією щодо структури та змісту випробування, а також створення необхідних умов для оцінювання знань, здобутих у процесі навчання за освітньо-кваліфікаційною програмою підготовки молодших спеціалістів відповідної спеціальності.

Вступне випробування складається з тестової перевірки знань, що формують уміння, визначені кваліфікаційною характеристикою.

Програма вступних випробувань містить такі розділи:

1. Основи менеджменту.
2. Економіка підприємства.
3. Маркетинг.

Розділи програми розроблено на основі нормативних програм дисциплін, що увійшли до його складу. Під час підготовки вступникам рекомендується користуватися літературою, наведеною у списку рекомендованих джерел.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ ВСТУПНОГО ФАХОВОГО ВИПРОБУВАННЯ

Розділ 1. ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ

Тема 1. Сутність, роль та методологічні основи менеджменту

Еволюція поглядів на сутність менеджменту. Сутність та співвідношення категорій «управління», «менеджмент», «адміністрування», «керування».

Сфери менеджменту: виробництво, фінанси, кадри, облік, збут, зовнішньоекономічна діяльність. Функціональні види менеджменту. Соціально-економічна природа управлінської праці. Рівні менеджерів: CEO, вищий середній та низовий. Ролі менеджера за Г. Мінцбергом. Менеджер та підприємець: спільні та відмінні риси.

Сутність і генезис поняття «організація». Системний підхід в теорії організації: сутність та принципи. Поняття керуючої та керованої підсистем в організації. Модель організації як відкритої системи: «вхід», процес перетворення, «вихід». Різновиди організацій в суспільстві: органічні та механістичні, прості та складні, формальні та неформальні.

Середовище функціонування організації. Поняття та складові внутрішнього середовища організації: цілі, завдання, структура, технологія, персонал. Зовнішнє середовище організації: мікро- та макрооточення. Характеристика основних стадій життєвого циклу організації

Тема 2. Закони, закономірності та принципи менеджменту

Закон в менеджменті: поняття та аспекти трактування. Різновиди законів менеджменту: спеціалізації, інтеграції та демократизації управління, співвідношення керуючої та керованої підсистем, закон пропорційного розвитку системи управління, закон економії часу.

Закономірності в менеджменті: поняття та різновиди: відповідності цілям; відповідності організації системі зовнішнього середовища; інтеграції управління; економії часу; інерції систем; еластичності систем; безперервного удосконалення систем.

Сутність та різновиди принципів менеджменту: цілеспрямованості, врахування потреб та інтересів, ієрархічності, взаємозалежності, динамічної рівноваги, економічності, системності, єдиновладдя. Взаємозв'язок між законами, закономірностями та принципами менеджменту.

Тема 3. Історія розвитку менеджменту

Передумови виникнення науки управління. Класичні школи менеджменту. Еволюція наукових концепцій менеджменту: концепція наукового управління, концепція адміністративного управління, концепція управління з позиції психології і людських відносин, концепція управління з позицій науки про поведінку.

Інтегровані підходи до управління. Сутнісна характеристика процесного, системного, ситуаційного та комплексного підходів до управління.

Розвиток сучасних теорій менеджменту: теорії «управління за цілями» та «суспільства знань» П. Друкера, концепція ефективного управління Т. Пітерса та Р. Уотермана, теорія «організації, що навчається» П. Сенге, гіпотеза прогнозування майбутнього організації І. Ансоффа. ТОП-50 гуру менеджменту.

Тема 4. Функції менеджменту та процес управління

Функції менеджменту: сутність та особливості формування. Класифікація та характеристика функцій менеджменту: загальні (основні) та конкретні (спеціальні). Механізм реалізації функцій менеджменту в організації.

Процес управління в організації: поняття та особливості. Мета процесу управління, його учасники, предмет та засоби здійснення.

Управлінський цикл в організації: поняття та складові.

Сутність та складові технології менеджменту. Залежність технології менеджменту від різних факторів. Види технологій менеджменту та їх взаємозв'язок.

Тема 5. Загальні функції менеджменту

Сутність функції «Планування» в менеджменті. Принципи, цілі та значення функції «Планування». Поняття місії та цілей в організації. Класифікація цілей. Процес, види та результати планування в менеджменті. Особливості стратегічного і тактичного (поточного і оперативного) планування. Методи організаційно-економічного планування.

Сутність функції «Організування» в системі менеджменту. Поняття повноважень та їх структури: обов'язки, права та відповідальність. Типи повноважень. Процес делегування повноважень в менеджменті. Типи ОСУ в

менеджменті: лінійні, функціональні, матричні, дивізійні.

Сутність функції «Мотивування» в системі менеджменту. Принципи, цілі та значення мотивації в організації. Теорії мотивації в менеджменті: змістовні та процесуальні.

Сутність функції «Контролювання» в системі менеджменту. Принципи, цілі та значення функції «Контролювання». Суб'єкти та об'єкти контролю в менеджменті. Види, форми та етапи управлінського контролю. Ефективність контролю в менеджменті.

Сутність функції «Регулювання» в системі менеджменту. Принципи та цілі функції «Регулювання». Суб'єкти та об'єкти регулювання. Види регулюючого впливу в менеджменті. Етапи процесу регулювання та їх характеристика. Роль та значення регламентів, норм та інструкцій в процесі регулюючих дій менеджера.

Тема 6. Конкретні функції менеджменту

Управління виробництвом. Операційна система організації: поняття, склад та види. Організаційні основи виробництва. Виробничі системи. Сутність та різновиди виробничого процесу. Виробнича операція та організаційні типи виробництв.

Управління фінансами. Фінансова діяльність підприємства. Фінансове забезпечення відтворення основних фондів підприємства. Кредитування та оподаткування підприємств. Оцінювання фінансового стану підприємств. Фінансове планування на підприємстві.

Управління людськими ресурсами в менеджменті: зміст та основні поняття. Політика управління персоналом. Кадрове планування, набір та відбір персоналу, оцінювання персоналу організації. Управління рухом, розвитком та вивільненням персоналу. Формування та соціальний розвиток колективу. Управління конфліктами в організації. Соціальне партнерство в організації.

Тема 7. Керівництво в системі менеджменту

Поняття керівництва в менеджменті. Фактори та аспекти здійснення керівництва. Сутність та значення влади в менеджменті. Співвідношення категорій «вплив», «влада», «лідерство». Форми впливу та влади в організації. Джерела влади в організації.

Поняття, концепції та моделі лідерства в менеджменті. Теорії лідерства. Характерні риси ефективного лідерства. Стилi лідерства. Типологія лідерів в організації: харизматичний, ситуативний та синтетичний лідер. Концепції лідерства: особистісних якостей, лідерської поведінки, факторно-аналітична, ситуаційного лідерства, теорія «шлях – ціль» Хауса-Мітчелла. Порівняльний аналіз теорій лідерства.

Сучасні моделі лідерства: атрибутивна, харизматична, перетворююча (реформаторська). Лідерство в побудові команди. Управлінська команда: структура і управлінські ролі.

Поняття стилю керівництва в організації. Класифікація стилів керівництва. Континуум стилів керівництва. «Гратка» менеджменту. Чинники та передумови формування стилів керівництва.

Тема 8. Методи менеджменту

Сутність та роль методів менеджменту. Класифікація методів менеджменту. Різновиди методів менеджменту за характером впливу: економічні, організаційно-адміністративні, соціально-психологічні методи менеджменту.

Зміст та класифікація економічних методів менеджменту: економічне планування, комерційний розрахунок, ціни, податки, тарифи.

Зміст та класифікація організаційно-розпорядчих методів менеджменту: розпорядчі та організаційно-стабілізуючі. Форми реалізації методів менеджменту.

Зміст та класифікація соціально-психологічних методів менеджменту: соціальне прогнозування, соціальне планування, соціальне нормування.

Механізм взаємодії методів, принципів та функцій менеджменту. Підходи до визначення ефективності методів менеджменту.

Тема 9. Інформація та комунікації в менеджменті

Сутність, призначення та роль інформації в процесі прийняття управлінських рішень. Носії та користувачі управлінської інформації. Вимоги до інформації. Облік інформації в менеджменті: сутність та різновиди.

Поняття і роль комунікацій у структурі організації. Моделі комунікаційного процесу. Різновиди комунікацій. Комунікаційні мережі та комунікаційні стилі. Невербальні комунікації в менеджменті. Аспекти та засоби комунікацій: зміст та параметри побудови.

Комунікаційний процес: сутність, елементи та етапи. Перешкоди в комунікаціях. Зворотній зв'язок у процесі комунікації. Комунікаційні перевантаження.

Ефективність управлінських комунікацій: поняття, показники та критерії оцінювання. Трансакції в підвищенні ефективності комунікацій.

Тема 10. Прийняття і реалізація управлінських рішень

Сутність управлінських рішень як результату управління. Класифікація управлінських рішень. Рівні прийняття рішень: індивідуальний та організаційний.

Поняття та моделі прийняття управлінських рішень. Процес прийняття управлінських рішень в організації.

Умови прийняття управлінських рішень. Фактори, що впливають на процес прийняття управлінських рішень.

Методи пошуку та обґрунтування рішень. Методи творчого пошуку альтернативних варіантів рішень. Методи обґрунтування управлінських рішень. Інструменти обґрунтування управлінських рішень.

Методи прийняття та реалізації рішень. Експертні методи прийняття рішень. Суть процесу ухвалення рішень. Типи рішень. Раціональний підхід до ухвалення рішень. Поведінкові аспекти ухвалення рішень. Оформлення управлінських рішень.

Якість та ефективність управлінських рішень. Методи підвищення якості процесу прийняття та реалізації управлінських рішень.

Тема 11. Етика і відповідальність в менеджменті

Сутність та значення відповідальності в менеджменті. Види відповідальності: економічна, юридична, етична, соціальна. Прийняття на себе відповідальності.

Поняття та роль соціальної відповідальності в менеджменті. Види соціальної відповідальності працівників. Поняття та роль соціально-відповідальної поведінки менеджерів.

Етичні норми у сучасному менеджменті. Поняття етичної поведінки як сукупності дій та вчинків людей. Види етичних підходів у менеджменті: морально-правовий підхід, концепція справедливості.

Причини неетичної поведінки працівників. Кодекс ділової етики в організації. Репутація менеджерів різних рівнів управління.

Тема 12. Ефективність менеджменту

Поняття та зміст результативності та ефективності менеджменту. Підходи до визначення результативності менеджменту та ефективності менеджменту. Сутність, значення та основні параметри організаційних змін як результат управління.

Показники економічної, організаційної та соціальної ефективності управління, їх склад, методи визначення і оцінка. Види ефективності функціонування організації: індивідуальна, групова, загальноорганізаційна.

Показники та критерії ефективності менеджменту. Комплексний підхід щодо удосконалення системи менеджменту в організаціях. Дієвість, продуктивність, економічність, інноваційність, прибутковість, якість діяльності та якість трудового життя як ключовий критерій оцінювання ефективності менеджменту.

Розділ 2. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Тема 1. Підприємство як суб'єкт господарювання

Підприємство як суб'єкт господарювання, його місце в системі ринкових відносин. Основні ознаки підприємства. Підприємство як юридична особа: поняття, основні характеристики та правова відповідальність. Поняття економічного суверенітету, самоокупності та самофінансування підприємства.

Зовнішнє середовище функціонування підприємства, його характеристика. Ринок та його інфраструктура: торговельно-посередницька, виробнича, фінансово-кредитна, інформаційно-інноваційна, соціальна та інші.

Види підприємств та їх класифікація. Економічні особливості створення та діяльності різних видів підприємств. Господарські товариства, їх відмінні ознаки, економічні особливості діяльності. Акціонерні товариства, економічні особливості створення та діяльності. Форми об'єднань підприємств, характеристика їх видів.

Тема 2. Напрями та види господарської діяльності підприємства

Напрями та види господарської діяльності підприємства, повноваження у сфері управління ресурсами, планування діяльності, розпорядження доходами, прибутками, визначення напрямів реструктуризації та розвитку.

Підприємництво як вид господарської діяльності. Організаційні форми підприємництва. Мале підприємництво, особливості діяльності.

Основні напрями та форми участі держави і місцевого самоврядування у сфері господарювання. Державне регулювання діяльності підприємства. Пряме державне регулювання діяльності підприємства: поняття та важелі адміністрування. Непряме державне регулювання діяльності підприємств: поняття, методи та важелі

економічного регулювання. Система оподаткування діяльності підприємства. Податкова політика підприємства. Державна підтримка малого підприємництва.

Економічна та соціальна діяльність підприємства. Класифікація видів економічної діяльності в Україні.

Операційна діяльність як основний вид економічної діяльності підприємства. Характерні ознаки операційної діяльності.

Тема 3. Ресурсний потенціал підприємства

Поняття та склад економічних ресурсів підприємства. Систематизація видів економічних ресурсів підприємства.

Поняття ресурсного потенціалу підприємства. Складові ресурсного потенціалу та їх взаємозв'язок.

Особливості складу, формування та використання ресурсного потенціалу підприємств різних видів економічної діяльності.

Поняття, методи та показники оцінки ресурсного потенціалу підприємства. Критерії оптимізації структури ресурсного потенціалу.

Чинники, що обумовлюють рівень використання ресурсного потенціалу. Основні напрями підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства.

Тема 4. Трудові ресурси та матеріальне стимулювання праці на підприємстві.

Трудові ресурси підприємства та характеристика їх видів. Принципи та завдання формування трудових ресурсів підприємства. Фактори, що впливають на процес формування трудових ресурсів.

Продуктивність праці робітників: поняття та методи оцінки. Фактори, що впливають на продуктивність праці, їх класифікація. Основні напрями підвищення продуктивності праці. Методи стандартизації та нормування витрат праці на підприємстві.

Соціально-економічна сутність та основи організації оплати праці. Законодавство з праці. Державне регулювання оплати праці.

Системи стимулювання праці, види стимулів, їх взаємозв'язок з мотивами. Характеристика форм та систем оплати праці. Основна та додаткова заробітна плата.

Форми основної та додаткової заробітної плати.

Методичне забезпечення аналізу чисельності, продуктивності праці працівників та фонду оплати праці підприємства.

Раціоналізація витрат на оплату праці працівників підприємства, основні напрями та інструменти.

Тема 5. Матеріальні та нематеріальні ресурси підприємства

Поняття «матеріальні та нематеріальні ресурси» підприємства, характеристика їх складу.

Сутність, склад та класифікація основних засобів підприємства. Особливості формування та експлуатації основних засобів на підприємствах різних галузей промисловості, сільського господарства, будівництва, транспорту, торгівлі, тимчасового розміщення та харчування, фінансової та страхової діяльності, інформації та телекомунікацій, сфери послуг.

Особливості оцінки основних засобів підприємства. Вартість та види вартості основних засобів підприємства.

Поняття зносу основних засобів підприємства. Види зносу основних засобів підприємства та особливості їх оцінки.

Поняття «нематеріальні ресурси», їх види та характеристика. Оцінка нематеріальних ресурсів підприємства. Методи і способи оцінки нематеріальних ресурсів, їх вплив на процеси зростання вартості підприємства.

Напрями підвищення ефективності використання основних засобів та нематеріальних ресурсів підприємства.

Сутність та класифікація матеріальних запасів підприємства. Фактори, що визначають обсяг матеріальних запасів підприємства.

Тема 6. Інноваційна діяльність підприємства.

Сутність новації, інновації, характеристика їх складу та структури. Особливості розробки та впровадження інновацій у різних галузях діяльності.

Інноваційна діяльність підприємства, характеристика напрямів її здійснення, вплив інноваційної діяльності на розвиток підприємства. Державне регулювання та підтримка інноваційної діяльності підприємства.

Інноваційний цикл та показники дифузії інновацій на підприємстві.

Тема 7. Поточні витрати підприємства

Сутність понять «витрати», «поточні витрати» та «капітальні витрати» підприємства. Взаємозв'язок та взаємообумовленість ресурсів і поточних витрат підприємства. Характеристика складу поточних витрат підприємства. Особливості складу поточних витрат на підприємствах різних галузей економічної діяльності.

Класифікація поточних витрат для формування зовнішньої фінансової звітності: за функціональною ознакою, економічними елементами; для економічного обґрунтування управлінських рішень: за реагуванням на зміну обсягів діяльності, калькуляційними статтями.

Поняття калькулювання витрат виробництва та реалізації продукції підприємства. Вибір калькуляційних одиниць. Методи калькулювання поточних витрат діяльності. Кошторис поточних витрат виробництва та реалізації продукції: поняття, склад та методика складання.

Резерви раціоналізації поточних витрат підприємства.

Тема 8. Фінансові результати діяльності підприємства

Сутність та функції фінансових результатів діяльності підприємства. Місце доходів та прибутків у системі фінансових результатів діяльності підприємства.

Доходи підприємства: економічна сутність та місце в системі результативних показників його діяльності. Класифікація доходів підприємства залежно від напрямів діяльності, джерел формування, підходів до оцінювання. Розкриття інформації про доходи підприємства у фінансовій звітності підприємства.

Сутність та механізм формування доходів від операційної діяльності підприємства. Фактори, що впливають на доходи від операційної діяльності підприємства.

Місце прибутку в системі економічних показників діяльності підприємства.

Значення прибутку, джерела його утворення. Види та класифікація прибутку підприємства. Механізм формування чистого прибутку підприємства.

Завдання та послідовність аналізу доходів та прибутків підприємства. Критичні обсяги фінансових результатів діяльності підприємства.

Тема 9. Ефективність та конкурентоспроможність діяльності підприємства

Поняття ефекту як результату діяльності підприємства, аналітичного показника і критерію оцінки діяльності підприємства. Види ефекту. Ефективність діяльності підприємства: сутність та основні характеристики. Види ефективності діяльності підприємства: класифікація та характеристика.

Поняття рентабельність діяльності підприємства як показник економічної ефективності, основні фактори, що впливають на економічну ефективність діяльності.

Методичні засади оцінки ефективності діяльності підприємства. Критерії ефективності діяльності підприємства. Поняття та систематизація показників ефективності діяльності підприємства.

Напрями підвищення ефективності діяльності підприємства.

Сутність конкурентоспроможності підприємства. Класифікація видів та параметри конкурентоспроможності підприємства. Систематизація факторів, що визначають конкурентоспроможність підприємства.

Вимоги до оцінки конкурентоспроможності підприємства. Структурно-логічна послідовність етапів оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Розділ 3. МАРКЕТИНГ

Тема 1. Сутність та зміст маркетингу як управлінської концепції та сфери діяльності

Визначення маркетингу. Сучасні наукові підходи до розуміння сутності маркетингу. Провідні категорії маркетингу: нестаток, потреба, попит, товар, обмін, угода, ринок.

Передумови виникнення маркетингу. Еволюція концепції маркетингу. Зміна поглядів на роль маркетингу в управлінні підприємством. Роль маркетингу в підвищенні конкурентоспроможності підприємства.

Цілі, принципи та функції маркетингу на макро- та макрорівнях. Види маркетингу.

Тема 2. Маркетингове середовище

Поняття та структура маркетингового середовища. Макро- та мікросередовище маркетингу. Зовнішнє та внутрішнє середовище маркетингу.

Чинники макросередовища маркетингу: демографічні, економічні, соціокультурні, політико-правові, технологічні, природні.

Елементи мікросередовища маркетингу: споживачі, постачальники, посередники, конкуренти, контактні аудиторії.

Внутрішнє середовище підприємства. Основні функціональні зони діяльності підприємства: маркетинг, дослідження і розробки, матеріально-технічне забезпечення, виробництво, збут, персонал, менеджмент, фінанси. Комплекс маркетингу 4P's як чинник внутрішнього середовища маркетингу.

Тема 3. Маркетингове поняття ринку та його основні характеристики

Маркетингове поняття ринку як сукупності реальних та потенційних покупців товарів та послуг. Функції ринку. Потенційний, доступний, кваліфікований, цільовий та опанований ринок. Місткість та частка ринку. Поняття ринкового попиту. Способи оцінки та прогнозування попиту.

Поняття кон'юнктури ринку. Показники кон'юнктури ринку. Оцінка стану кон'юнктури. Поняття інфраструктури ринку та її елементи.

Ринки споживчих товарів та товарів виробничого призначення. Класифікація ринків.

Модель купівельної поведінки споживача. Чинники впливу на поведінку споживача: спонукальні чинники маркетингу, чинники макросередовища. Характеристики споживача: культурні, соціальні, особистісні, психологічні. Етапи процесу прийняття рішення про купівлю.

Поняття сегменту та сегментації ринку. Критерії сегментації ділових та споживчих ринків. Вибір цільових сегментів та формування цільового ринку. Позиціонування товару на цільовому ринку.

Тема 4. Товар у системі маркетингу

Маркетингова товарна політика в системі маркетингу підприємства, її зміст та завдання.

Товар як ключовий елемент комплексу маркетингу. Маркетингове поняття товару. Рівні товару. Класифікація товарів. Поняття номенклатури товарів та товарного асортименту. Стратегії управління асортиментом: інновація, модифікація, елімінація.

Життєвий цикл товару на ринку. Характеристика маркетингової діяльності на різних етапах життєвого циклу товару. Якість та конкурентоспроможність товару.

Сутність та види товарних інновацій. Етапи процесу розробки і виведення на ринок товарної інновації.

Поняття торгової марки. Управління торговими марками. Упаковка, гарантії та сервіс як складові маркетингової товарної політики.

Тема 5. Ціна в системі маркетингу

Маркетингова цінова політика в системі маркетингу підприємства, її зміст та завдання.

Категорія ціни, її історична генеза. Функції ціни в ринковій економіці. Склад та структура ціни. Класифікація цін.

Етапи процесу ціноутворення. Фактори ціноутворення: попит, витрати, конкуренція, вплив торговельних посередників та державного регулювання. Цілі цінової політики. Цінові стратегії. Методи ціноутворення. Диференціація цінових пропозицій (знижки, націнки, дискримінаційні ціни, урахування умов постачання). Тактика ціноутворення.

Тема 6. Маркетингова збутова діяльність

Маркетингова збутова політика в системі маркетингу підприємства, її зміст та завдання. Передумови виокремлення збутової діяльності в системі маркетингу підприємства. Функції збуту. Основні типи збутових потоків. Товарорух, або

маркетингова логістика. Етапи управління товарорухом.

Переваги та недоліки прямого та опосередкованого збуту.

Служба збуту на підприємстві. Організаційна структура служби збуту. Етапи управління створенням та функціонуванням служби збуту.

Поняття про канал розподілу. Характеристики каналів розподілу. Місія торгових посередників. Типи та характеристика посередників. Умови вибору каналів розподілу. Маркетингові системи розподілу: вертикальні (адміністративні, договірні, корпоративні) та горизонтальні. Етапи управління створенням та функціонуванням системи каналів розподілу.

Оптова торгівля: функції, форми, сучасні особливості. Маркетингові рішення оптових торговців. Роздрібна торгівля: функції, форми, сучасні особливості. Маркетингові рішення роздрібних торговців.

Тема 7. Система маркетингових комунікацій

Поняття маркетингових комунікацій. Цілі та завдання маркетингових комунікацій. Класична модель здійснення маркетингових комунікацій: відправник, кодування, повідомлення, канали комунікації, перешкоди, декодування, адресати, реакція у відповідь, зворотний зв'язок. Система та класифікація маркетингових комунікацій. Етапи управління маркетинговими комунікаціями. Наукові підходи до оцінювання ефективності комунікацій.

Поняття та ознаки реклами. Закон України «Про рекламу». Класифікація реклами. Основні різновиди носіїв реклами. Поняття та основні етапи рекламної кампанії.

Поняття стимулювання збуту. Засоби стимулювання збуту, спрямовані на споживачів, торгових посередників та власний торговий персонал.

Поняття прямого маркетингу. Форми прямого маркетингу.

Поняття та завдання зв'язків з громадськістю (паблік рилейшнз, PR). Основні інструменти зв'язків з громадськістю. Способи співпраці із засобами масової інформації.

Тема 8. Управління маркетинговою діяльністю

Поняття управління маркетинговою діяльністю. Функції управління маркетингом: інформаційне забезпечення, планування, організація та контроль маркетингової діяльності.

Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності. Поняття та структура маркетингової інформаційної системи. Зовнішня та внутрішня, первинна та вторинна маркетингова інформація.

Маркетингові дослідження: сутність та основні етапи. Цілі та об'єкти маркетингових досліджень. Кількісні та якісні методи маркетингових досліджень. Вибірковий метод дослідження. Інструменти отримання маркетингової інформації: опитування (анкетування, фокус-групи), спостереження, експеримент.

Планування маркетингової діяльності: сутність, завдання та етапи. Класифікація маркетингового планування. Методи планування. Призначення, основні розділи та порядок розробки плану маркетингу підприємства. Маркетингові стратегії: сутність та класифікація. Тактика маркетингу.

Організація маркетингової діяльності: сутність та принципи. Моделі організаційних структур служби маркетингу: функціональна, товарна, ринкова, географічна, матрична. Етапи формування маркетингової організаційної структури підприємства.

Контроль маркетингової діяльності. Типи маркетингового контролю: контроль виконання річних планів, контроль прибутковості, контроль ефективності, стратегічний контроль (аудит маркетингу). Методи аудиту маркетингу. Основні показники контролю ефективності маркетингу.

КРИТЕРІЇ

оцінювання знань на вступному фаховому випробуванні для здобуття освітнього ступеня «бакалавр»

1. Загальні положення:

Мета фахового випробування – оцінити відповідність знань, умінь та навичок вимогам програми вступного фахового випробування.

2. Структура екзаменаційного білета:

Екзаменаційний білет складається з 50 закритих тестових завдань.

3. Критерії оцінювання:

- рівень знань оцінюється за 200-баловою шкалою.
- при відповіді на тестове завдання слід вибрати одну правильну відповідь.
- правильна відповідь оцінюється у 4 бали, а неправильна – у 0 балів.
- вступники, які отримали менше 100 балів до наступних випробувань не допускаються та участі у конкурсі не беруть.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

До розділу 1. ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ

1. Безус А. М. Менеджмент: навч. посіб. / А. М. Безус . – К.: АМУ, 2015. – 268 с.
2. *Основи менеджменту : підручник / за ред. А. А. Мазаракі, І. В. Чумаченко. – Харків : Фоліо, 2014. – 846 с.*
3. *Кузьмін О. Є. Менеджмент. Навчальний посібник / О. Є. Кузьмін, Н. Т. Мала, О. Г. Мельник, О. Р. Саніна. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. – 240 с.*
4. Менеджмент : навч. посіб. / [Г. О. Дорошенко та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Г. О. Дорошенко. – Харків: ВСВ-Принт, 2015. – 299 с.
5. Менеджмент : підручник / Т. Л. Мостенська, В. О. Новак, М. Г. Луцький, О. В. Ільєнко. – 2-ге вид. – К. : Кондор, 2012. – 758 с.
6. Федоренко В. Г. Менеджмент : підручник / В. Г. Федоренко. – 3-тє вид., переробл. і доповн. – К.: Алерта, 2015. – 492 с.

До розділу 2. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

1. Господарський кодекс України: Закон України № 436-IV від 16.01.2003 р. з змінами та доповненнями // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Податковий кодекс України: Закон України № 2856-VI від 23.12.2010 р. з змінами та доповненнями // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
3. Про акціонерні товариства: Закон України №514-VI від 17.09.2008 р. з змінами та доповненнями // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
4. Про господарські товариства: Закон України № 1576-XII від 19.09.1991 р. з змінами та доповненнями // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
5. Про оплату праці: Закон України № 108/95-ВР від 24.03.1995 р. з змінами та доповненнями // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
6. *Економіка підприємства. Підручник / І.О.Чаюн, Г.М. Богославець, Л.Л.Стасюк, та інші. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 569 с.*
7. *Яркіна Н.М. Економіка підприємства: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл./ Н.М. Яркіна – Київ: Ліра, 2013. – 497 с.*
8. *Економіка підприємства. Опорний конспект лекцій / І.О.Чаюн, Г.М. Богославець та інші. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – 124 с.*

До розділу 3. МАРКЕТИНГ

1. Балабанова Л.В. Маркетинг : підручник / Л.В. Балабанова. – Вид. 3-тє, переробл. і доповн. – Київ : КНЕУ, 2011. – 543 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга : краткий курс / Ф. Котлер; пер. с англ. – М. ; СПб. ; К. : Вільямс, 2011. – 488 с.
3. Маркетинг : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / В. Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко, Е.Н. Берковіць; ред.-упоряд. : О.І. Сидоренко, Л.С. Макарова. – 4-те вид. – Київ : Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні, 2009. – 646 с.
4. Маркетинг : підручник / Єрмошенко М.М. [та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. М.М. Єрмошенка, д-ра екон. наук, проф. С.А. Єрохіна. – Київ : Нац. акад. упр., 2011. – 631 с.