


**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 магістра**

галузь знань	<b>05 «Соціальні та поведінкові науки»</b>
спеціальність	<b>051 «Економіка»</b>
спеціалізація	<b>«Економіка та безпека бізнесу»</b>

**Київ 2019**

## ВСТУП

Програма вступного фахового випробування призначена для здобувачів освітнього ступеня магістра за спеціальністю 051 «Економіка» спеціалізацією «Економіка та безпека бізнесу».

Мета вступного фахового випробування – оцінювання рівня професійних знань, умінь та навичок вступників.

Для складання вступного фахового випробування необхідні знання з дисциплін «Економіка підприємства», «Менеджмент», «Маркетинг», а саме:

- теоретичні та методологічні засади управління підприємством у конкурентному середовищі;
- вміння ефективного використання ресурсного і виробничо-господарського потенціалу підприємства;
- теоретичні й практичні аспекти забезпечення розширеного відтворення підприємства;
- засади формування та функціонування активів і капіталу підприємства, форм грошового обороту та системи грошових розрахунків;
- застосування практичного інструментарію проведення фінансових розрахунків;
- методичний інструментарій оцінювання фінансового стану підприємства;
- методика фінансового планування;
- основні категорії науки управління, функції управління і процеси прийняття управлінських рішень;
- методи використання базових інструментів управління організацією;
- вплив різних факторів на ефективність системи управління організацією;
- основні поняття, системи та алгоритми маркетингу;
- практичні навички розв'язання конкретних маркетингових завдань;
- вміння творчого пошуку резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємства;
- сутнісні характеристики фінансів, їх роль та місце в економічній системі;
- засади фінансової політики держави і механізму її реалізації;
- взаємодія сфер і ланок фінансової системи.

Вступне фахове випробування проводиться у формі тестування за програмою, що складається з трьох розділів:

1. Економіка підприємства.
2. Менеджмент.
3. Маркетинг.

## ЗМІСТ ПРОГРАМИ ВСТУПНОГО ФАХОВОГО ВИПРОБУВАННЯ

### Розділ I. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

#### Тема 1. Підприємство в системі ринкових відносин

Підприємство як суб'єкт господарювання та об'єкт ринкових відносин. Організаційно-економічні умови функціонування підприємств. Основні ознаки підприємства. Теорії підприємства.

Зовнішнє середовище функціонування підприємства. Ринок та його інфраструктура. Державний регуляторний механізм діяльності підприємства.

Види підприємства та їх класифікація. Об'єднання підприємств.

## **Тема 2. Напрями діяльності підприємства**

Напрями та види діяльності підприємства. Класифікація видів економічної діяльності. Сутність, функції, завдання, об'єкт та предмет операційної, фінансової та інвестиційної діяльності.

Виробничий цикл, його структура. Основні положення теорії організації виробництва.

Фінансовий механізм підприємства та характеристика його основних елементів.

## **Тема 3. Планування діяльності підприємства**

Зміст та основні принципи планування діяльності підприємства. Систематизація планів підприємства. Етапи процесу планування діяльності підприємства. Методи планування діяльності підприємства. Система поточних планів господарської діяльності підприємства. Оцінювання якості планів підприємства.

## **Тема 4. Продукція підприємства**

Загальна характеристика, систематизація та методи вимірювання обсягу продукції. Сутність, показники та методи вимірювання якості продукції. Конкурентоспроможність продукції: сутність, чинники та методика оцінювання.

Стандартизація продукції, принципи і сфера застосування.

Сертифікація продукції, її організаційні основи.

## **Тема 5. Планування виробництва та реалізації продукції підприємства**

Зміст та завдання виробничої програми підприємства.

Методологічні засади аналізу та планування виробничої програми підприємства. Планування параметрів виробничої програми: послідовність, методи.

Забезпечення виробничої програми матеріальними ресурсами. Сутність, види та методи обґрунтування норм витрат матеріальних ресурсів.

## **Тема 6. Виробнича потужність підприємства**

Сутність та систематизація видів виробничої потужності підприємства. Інформаційна база, послідовність та методи розрахунку виробничої потужності підприємства.

Методологічні засади аналізу використання виробничої потужності підприємства.

## **Тема 7. Ресурсний потенціал підприємства**

Поняття та систематизація економічних ресурсів підприємства.

Поняття та складові ресурсного потенціалу підприємства. Методи оцінки ресурсного потенціалу підприємства.

Чинники, що обумовлюють рівень використання ресурсного потенціалу.

### **Тема 8. Трудові ресурси та матеріальне стимулювання праці працівників підприємства**

Сутність та класифікація трудових ресурсів, принципи й завдання їх формування.

Продуктивність праці робітників: поняття і методи оцінки. Фактори, що впливають на продуктивність праці. Методи нормування витрат праці.

Система стимулювання праці. Сутність та види заробітної плати. Форми та системи оплати праці. Державне регулювання оплати праці.

Методологічні засади аналізу та планування чисельності, продуктивності та витрат на оплату праці на підприємстві.

### **Тема 9. Майнові ресурси (активи) підприємства**

Сутність та класифікація активів підприємства.

Поняття, класифікація та особливості необоротних активів підприємства. Сутність, класифікація, види вартості та особливості відтворення основних засобів. Поняття та види зносу основних засобів. Сутність та методи нарахування амортизації. Сутність та види нематеріальних ресурсів підприємства, методи їх оцінки та амортизації. Методологічні засади аналізу та планування необоротних активів.

Поняття, класифікація та особливості оборотних активів підприємства та окремих їх складових. Сутність і методика оцінки виробничого, операційного та фінансового циклів підприємства. Методологічні засади аналізу та планування оборотних активів підприємства.

### **Тема 10. Фінансові ресурси (капітал) підприємства**

Фінансові ресурси підприємства: сутність, класифікація, джерела формування.

Сутність та класифікація капіталу підприємства. Власний та позиковий капітал підприємства: сутність, класифікація, особливості.

Кредитування як механізм формування позикового капіталу.

Поняття «вартість капіталу» підприємства та методи її оцінки.

Методологічні засади аналізу та планування капіталу підприємства.

### **Тема 11. Поточні витрати підприємства**

Сутність понять витрати, поточні й капітальні витрати підприємства, виробнича собівартість продукції. Класифікація поточних витрат.

Показники собівартості продукції та порядок їх обчислення. Поняття та методи калькулювання продукції підприємства.

Методологічні засади аналізу та планування поточних витрат підприємства.

## **Тема 12. Доходи та цінова політика підприємства**

Доходи підприємства: сутність та класифікація. Особливості та механізм формування доходів від операційної діяльності підприємства.

Цінова політика підприємства як фактор формування його доходів від реалізації продукції: сутність та етапи розроблення. Методи ціноутворення.

Методологічні засади аналізу та планування доходів підприємства.

## **Тема 13. Фінансові результати діяльності підприємства**

Поняття і класифікація фінансових результатів діяльності підприємства. Сутність, функції та механізм формування прибутку підприємства.

Методологічні засади аналізу та планування прибутку підприємства.

Резерви зростання прибутку підприємства.

Використання чистого прибутку підприємства.

## **Тема 14. Конкурентоспроможність підприємства**

Сутність, види та методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства. Систематизація факторів, що її визначають. Методи оцінки поточної та стратегічної конкурентоспроможності підприємства.

## **Тема 15. Фінансово-майновий стан підприємства і методи його оцінювання**

Фінансово-майновий стану підприємства: сутність та види.

Поняття й методи оцінки окремих елементів фінансово-майнового стану підприємства. Експрес- та фундаментальна діагностика фінансово-майнового стану підприємства.

Інтегральне оцінювання фінансово-майнового стану підприємства.

## **Тема 16. Ефективність діяльності та методичні засади її оцінки**

Поняття ефекту діяльності підприємства та характеристика його видів. Методологічні засади оцінки ефективності діяльності підприємства.

Розвиток концепції оцінювання результатів здобутків підприємства. Поняття ефективності, результативності та економічності.

## **Тема 17. Сучасні теорії та моделі розвитку підприємства. Трансформація (реструктуризація) підприємств у процесі розвитку**

Поняття «розвиток», його роль, місце і значення в господарській діяльності. Видова класифікація процесів розвитку. Концепції та моделі розвитку підприємств. Основні організаційні форми розвитку (трансформації) підприємства.

Методичні підходи до визначення ефективності трансформації господарюючих суб'єктів.

## **Тема 18. Економічна безпека підприємства та його антикризова діяльність**

Сутність та методи оцінювання рівня економічної безпеки підприємства. Механізм забезпечення економічної безпеки підприємства.

Сутність і фази розгортання кризи. Банкрутство підприємства як результат розвитку кризових явищ у його діяльності. Загальна характеристика процесу

ліквідації збанкрутілого суб'єкта господарювання. Санація: цілі а форми проведення. Класифікація санаційних заходів.

## **Розділ II. МЕНЕДЖМЕНТ**

### **Тема 1. Сутність, розвиток і роль менеджменту**

Сутність управління. Суб'єкт та об'єкт управління. Менеджмент як професійна діяльність, наука і навчальна дисципліна. Мистецтво менеджменту.

Цілі й завдання менеджменту. Підвищення ролі та значення менеджменту в сучасних умовах. Управлінські відносини як предмет вивчення менеджменту. Їх класифікація за суб'єктом, обсягом влади, способом спілкування залежно від регламентованості.

Процесний, системний і ситуаційний підходи в менеджменті.

### **Тема 2. Теорія організації**

Поняття організації. Форми, різновиди та риси організацій. Організація як відкрита система. Основні підсистеми. Внутрішнє середовище організації, фази життєвого циклу організації. Зовнішнє середовище організації – загальні характеристики факторів прямої та непрямої дії.

### **Тема 3. Принципи та функції менеджменту**

Загальні та часткові принципи менеджменту.

Поняття функцій менеджменту, їх класифікація. Характеристика основних (загальних) і конкретних функцій менеджменту, зв'язок між ними. Сутність, зміст, основні аспекти та елементи функцій планування, організування, мотивації, контролювання й координації, їх взаємозв'язок.

### **Тема 4. Організація взаємодії та повноважень**

Побудова організації, організаційне проектування. Принципи побудови структур управління та класифікація організаційних структур управління.

Централізація та децентралізація. Діапазон керованості Делегування діяльності.

### **Тема 5. Система методів менеджменту**

Сутність методів менеджменту та їх класифікація. Система методів менеджменту. Взаємозв'язок методів менеджменту та їх збалансування.

### **Тема 6. Управлінські рішення**

Сутність і класифікація управлінських рішень. Вимоги до якості рішень.

Процес вироблення рішень: етапи підготовки, приймання, реалізації. Фактори, що впливають на процес приймання рішень.

Методи і моделі прийняття рішень.

## **Тема 7. Комунікації у менеджменті**

Сутність, класифікація управлінської інформації. Методи збирання й обробки інформації.

Значення комунікації. Види комунікацій в управлінні. Організація комунікаційного процесу, його етапи. Зворотний зв'язок. Міжособистісні та організаційні бар'єри комунікації, їх подолання.

Інформаційні системи процесу управління.

## **Тема 8. Управління колективом**

Різновиди соціальних груп. Колектив як соціальна група. Рівні об'єднання працівників у колективи. Ознаки колективу. Функції, різновиди та повноваження трудових колективів.

Структура трудового колективу. Процес формування та розвитку трудового колективу. Особливості менеджменту на різних стадіях розвитку трудового колективу.

Згуртованість колективу. Соціально-психологічний клімат трудового колективу. Сумісність у колективі.

## **Тема 9. Управління конфліктами, змінами і стресами**

Конфліктна ситуація, конфлікт - сутність, об'єктивні та суб'єктивні передумови їх виникнення. Причини виникнення конфліктних ситуацій та конфліктів. Різновиди конфліктів та методи їх вирішення. Управління конфліктами та стресами.

## **Тема 10. Керівництво та лідерство. Культура управління**

Керівництво в організації. Особистий вплив і влада. Форми влади та впливу. Порівняльна характеристика методів впливу на підлеглих.

Лідерство як соціально-психологічне явище. Формальне й неформальне лідерство. Роль лідера в управлінні колективом.

Стилі керівництва: автократичний, демократичний, ліберальний.

Культура управління та її складові елементи.

Соціальна відповідальність керівника, її сутність і складові.

## **Тема 11. Управління персоналом**

Менеджмент персоналу як соціальна система. Трудові ресурси, робоча сила, персонал, кадри організації. Людина як об'єкт менеджменту персоналу.

Різновиди соціальних груп, поведінка людей у групах. Формальні й неформальні групи. Різновиди колективів, їх структура та динаміка. Згуртованість колективу, соціально-психологічний клімат. Громадські організації, стосунки з профспілками. Колективне управління та його форми. Методи збирання соціальної інформації у колективі. Соціальний розвиток колективу.

Кадрова політика організації. Служби персоналу, їх різновиди та функції. Кадрове планування. Професія, спеціальність, посада. Профорієнтація. Добір кадрів, наймання персоналу, трудова адаптація. Оцінювання й атестація персоналу. Психологічний аналіз особи працівника. Управління мобільністю кадрів,

трудова кар'єра. Розвиток персоналу, формування резерву. Вивільнення персоналу, плинність кадрів.

### **Тема 12. Організація управлінської праці**

Особливості управлінської праці, її складові. Принципи й напрями наукової організації управлінської праці. Час як ресурс. Планування особистої праці, організація робочого місця менеджера. Робота з текстовими матеріалами. Організація та проведення нарад і зборів. Ділові зустрічі, переговори. Управління потоком відвідувачів. Раціоналізація телефонних контактів. Основи взаємодії керівника і секретаря. Використання технічних засобів управління.

Документи, їх функції та різновиди, система документації. Види потоків документів. Порядок проходження й виконання документів.

### **Тема 13. Ефективність менеджменту**

Ефективність менеджменту: економічні й соціальні аспекти. Критерії та показники оцінки.

Співвідношення результатів діяльності та витрат. Система показників. Загальний процес управління ефективністю.

Критерій результативності й розвитку організаційної системи. Пріоритетність продуктивності. Взаємозв'язок факторів: розмір підприємства, цілі та функції, технологічні процеси, стадії розвитку, ступінь адаптованості.

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

Цілі, принципи і функції маркетингу на макро- та мікрорівнях. Види маркетингу.

### **Тема 2. Маркетингове середовище**

Поняття і структура маркетингового середовища. Макро- й мікросередовище маркетингу. Чинники макросередовища маркетингу. Елементи мікросередовища маркетингу. Внутрішнє середовище підприємства.

Основні функціональні зони діяльності підприємства: маркетинг, дослідження і розробки, інформаційне та матеріально-технічне забезпечення, виробництво, збут, персонал, 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 і потенційних покупців товарів та послуг. Функції ринку. Місткість і частка ринку. Поняття ринкового попиту. Способи оцінки й 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. Характеристики споживача. Етапи процесу прийняття рішення про купівлю.

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

### **Тема 4. Товар у системі маркетингу**

Маркетингова товарна політика, її зміст та завдання.

Товар як ключовий елемент комплексу маркетингу. Рівні товару. Класифікація товарів. Поняття номенклатури товарів та товарного асортименту. Стратегії управління асортиментом. Життєвий цикл товару. Характеристика маркетингової діяльності на різних етапах життєвого циклу товару. Якість та конкурентоспроможність товару.

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

### **Тема 5. Ціна в системі маркетингу**

Маркетингова цінова політика, її зміст та завдання.

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

Етапи процесу ціноутворення. Фактори ціноутворення. Цілі цінової політики. Цінові стратегії. Методи ціноутворення. Диференціація цінових пропозицій. 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 й опосередкованого збуту.

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

Поняття про канал розподілу. Характеристики каналів розподілу. Місія торгових посередників. Типи і характеристика посередників. Умови вибору каналів розподілу. Маркетингові системи розподілу: вертикальні (адміністративні, договірні,

корпоративні) та горизонтальні. Етапи управління створенням і функціонуванням системи каналів розподілу. Оптова торгівля та роздрібна торгівля: функції, форми, сучасні особливості.

### **Тема 7. Система маркетингових комунікацій**

Поняття, цілі та завдання маркетингових комунікацій. Класична модель здійснення маркетингових комунікацій. Класифікація маркетингових комунікацій. Етапи управління маркетинговими комунікаціями. Наукові підходи до оцінювання ефективності комунікацій.

Поняття й ознаки реклами. 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 і завдання зв'язків з громадськістю (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.

Поняття й структура маркетингової інформаційної системи. Зовнішня та внутрішня, первинна і вторинна маркетингова інформація.

Маркетингові дослідження: сутність та основні етапи. Цілі й об'єкти маркетингових досліджень. Кількісні та якісні методи маркетингових досліджень. Вибір методів дослідження. Інструменти отримання маркетингової інформації.

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

Організація маркетингової діяльності: сутність, принципи та етапи формування.

Контроль маркетингової діяльності. Методи аудиту маркетингу. Основні показники ефективності маркетингу.

## **КРИТЕРІЇ**

### **оцінювання знань на вступному фаховому випробуванні для здобуття освітнього ступеня магістра**

**1. Загальні положення.** Мета фахового випробування – оцінити відповідність знань, умінь та навичок вступників згідно з вимогами програми вступного фахового випробування.

**2. Структура екзаменаційного білета.** Екзаменаційний білет з фахового випробування складається з 50-ти закритих тестових завдань.

### **3. Критерії оцінювання:**

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

## **СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ**

### **До розділу I. Економіка підприємства**

1. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента : у 2 т. / И.А. Бланк. – Київ : Ника-центр, Эльга, 2004.
2. Економіка підприємства : підручник / Швиданенко Г. О., Васильков В. Г., Гончарова Н. П. [та ін.] ; за заг. ред. Г. О. Швиданенко. — К.: КНЕУ, 2009. — 598 с.
3. Економіка підприємства : підручник / І.О. Чаюн, Г.М. Богославець, Л.Л. Стасюк [та ін.] ; за заг. ред. Н.М. Ушакової. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 569 с.
4. Фінанси підприємств : підручник / кер. авт. кол. і наук. ред. А.М. Поддєрьогін. – вид. 6-те, переробл. та доповн. – Київ : Київ. нац. екон. ун-т, 2006.
5. Фінанси підприємства : підручник / Л.О. Лігоненко, Н.М. Гуляєва, Н.А. Гринюк [та ін.]. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 491 с.

### **До розділу II. Менеджмент**

1. Косач І. А. Ділове адміністрування: менеджмент організацій та управління змінами. Навчальний посібник / І. А. Косач, Л. С. Ладонько, І. В. Калінько. - К.: Кондор-Видавництво, 2014. - 217 с.
2. Назарчук Т. В. Менеджмент організацій : навч. посібник для ВНЗ / Т. В. Назарчук, О. М. Косіюк ; М-во освіти і науки України. - К. : Центр учб. літ., 2016. - 560 с.
3. Основи менеджменту: підручник для студентів вищих навчальних закладів / кол. авторів; за ред. А.А. Мазаракі; Харків: Фоліо, 2014. – 846 с.
4. Осовська Г. В. Менеджмент : підручник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. - К. : Кондор-Видавництво, 2015. - 563 с.
5. Соціальний розвиток організації: потенціал, управління, інновації. – К.: КНТЕУ, 2018. – 352 с.

### До розділу III. Маркетинг

1. Балабанова Л.В. Маркетинг : підручник / Л.В. Балабанова. – Вид. 3-тє, перероб. і допов. – Київ : КНЕУ, 2011. – 543 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга : краткий курс / Ф. Котлер ; пер. с англ. – М. ; СПб. ; Київ : Вильямс, 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 і менеджмент інноваційного розвитку : монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми : Університетська книга, 2015. – 728 с.
5. Маркетинг: підручник / М.М. Єрмошенко [та ін.] ; за заг. ред. М.М. Єрмошенка, С.А. Єрохіна. – Київ : Нац. акад. упр., 2011. – 631 с.