

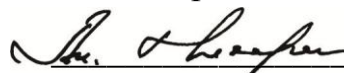
**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

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**

галузі знань	29 «Міжнародні відносини»
спеціальності	292 «Міжнародні економічні відносини»
спеціалізації	«Міжнародний бізнес», «Міжнародний маркетинг», «Міжнародна торгівля»

Київ 2019

ВСТУП

Програма вступного випробування з фахових дисциплін за спеціальністю «Міжнародні економічні відносини» для здобуття освітнього ступеня бакалавра підготовлена на основі освітньо-професійної програми, є науково-методичним документом, що забезпечує комплексний підхід щодо оцінювання рівня теоретичної та практичної підготовки вступників до професійної діяльності.

Мета вступного випробування – визначити обсяг та рівень теоретичних знань, практичних навичок та вмінь з профільних дисциплін у галузі економіки, планування та організації економічної діяльності підприємств.

Вступне випробування проводять у формі письмового тестування, що дає змогу перевірити теоретичні знання вступників, їх уміння логічно мислити та вирішувати проблемні ситуації з економіки та організації управління підприємством.

Програма вступного випробування містить такі розділи:

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

До програми додається список рекомендованих джерел.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ ВСТУПНОГО ФАХОВОГО ВИПРОБУВАННЯ

Розділ 1. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Тема 1. Підприємство як суб'єкт господарювання

Підприємство як суб'єкт господарювання. Класифікація підприємств. Напрями діяльності підприємства.

Правові основи функціонування підприємства, статут підприємства, колективний договір. Види й організаційно-правові форми об'єднань підприємств. Зовнішнє середовище господарювання підприємства.

Тема 2. Персонал підприємства

Поняття, класифікація та структура персоналу підприємства. Оцінка складу, руху, укомплектованості та ефективності використання персоналу.

Обґрунтування планової чисельності персоналу підприємства на майбутній період. Поняття плану з праці та характеристика його розділів.

Тема 3. Продуктивність, мотивація і оплата праці

Продуктивність праці: сутність, методи визначення, планування та чинники зростання. Нормування праці.

Мотивація та оплата праці на підприємстві. Сутність мотивації, вимоги та методи. Склад, функції та організація заробітної плати.

Форми та системи оплати праці, умови їх застосування.

Методи оцінювання ефективності матеріального стимулювання праці.

Тема 4. Капітал підприємства

Капітал підприємства: сутність, функції та класифікація.

Поняття структури капіталу та методичні підходи до оцінки її ефективності.

Тема 5. Основні засоби та виробничі потужності підприємства

Сутність, класифікація та оцінка основних засобів.

Знос (спрацювання) основних засобів та їх відтворення.

Амортизація основних засобів: поняття та методи нарахування. Умови застосування окремих методів амортизації.

Показники використання основних засобів: технічного стану, інтенсивності руху, ефективності використання.

Виробнича потужність підприємства: поняття, види, методи визначення. Динамічні та оцінні показники виробничої потужності.

Шляхи поліпшення використання основних засобів і виробничих потужностей.

Тема 6. Оборотні активи підприємства

Сутність, склад та класифікація оборотних активів.

Показники використання оборотних активів. Шляхи прискорення оборотності оборотних активів.

Планування та нормування окремих елементів і загальної величини оборотних активів підприємства.

Тема 7. Продукція підприємства

Загальна характеристика та систематизація продукції підприємств. Методи вимірювання кількісних та якісних показників, що характеризують вироблену підприємством продукцію.

Сутність, показники і методи оцінювання якості продукції. Шляхи підвищення якості продукції та її конкурентоспроможності.

Механізм управління якістю продукції: стандартизація та сертифікація.

Контроль за якістю продукції: державний нагляд і внутрішньо-виробничий технічний контроль.

Тема 8. Витрати підприємства та собівартість продукції

Витрати підприємства, їх характеристика та класифікація.

Кошторис витрат підприємства. Собівартість продукції: поняття, види, планування і калькулювання. Значення й шляхи зниження собівартості продукції.

Ціни та ціноутворення у ринкових умовах: сутність, функції, структура ціни. Методи ціноутворення, державне регулювання цін.

Тема 9. Фінансово-економічні результати та ефективність діяльності підприємства

Доходи підприємства: сутність, склад та класифікація. Методичні інструменти та послідовність аналізу доходів підприємства. Планування доходів підприємства: поняття та методи здійснення.

Сутність, функції та значення прибутку, джерела його утворення. Методи, етапи, інструментарій аналізу прибутку підприємства. Механізм формування та використання чистого прибутку підприємства. Резерви зростання доходів та прибутку підприємства.

Тема 10. Антикризова діяльність підприємства

Економічна безпека підприємства: сутність та складові.

Реструктуризація підприємства: сутність, необхідність, завдання, форми проведення. Бізнес-план реструктуризації.

Санация (фінансове оздоровлення) збанкрутілих підприємств: сутність, види, форми. Фінансування заходів щодо проведення санация.

Банкрутство та ліквідація підприємства: суть, ознаки, види. Порядок ліквідації збанкрутілих підприємств. Черговість задоволення вимог кредиторів.

Розділ 2. МЕНЕДЖМЕНТ

Тема 1. Сутність, розвиток і роль менеджменту

Еволюція поглядів на сутність менеджменту. Сутність та співвідношення категорій «управління», «менеджмент», «адміністрування», «керування». Менеджмент як система наукових знань, практична діяльність та мистецтво управління.

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: основні ідеї; внесок у розвиток науки управління; практичне застосування. Інтеграція підходів.

Сфери менеджменту: виробництво, фінанси, кадри, облік, збут, зовнішньоекономічна діяльність. Функціональні види менеджменту. Складові менеджменту в статичі та динаміці. Соціально-економічна природа управлінської праці.

Рівні менеджерів: СЕО, вищий середній та низовий. Функції менеджерів на різних рівнях управління. Ролі менеджера за Г. Мінцбергом. Менеджер та підприємець: спільні та відмінні риси.

Зміни парадигми менеджменту. Особливості менеджменту в економічно розвинених країнах. Глобалізація менеджменту. Менеджмент у світі електронного бізнесу. Гуманізація управління. Менеджмент знань. Сутність організації, що навчається. Партисипативне управління. Загальне управління якістю. Об'єднання інтересів бізнесу, суспільства і людини.

Тема 2. Теорія організації

Розвиток сучасних теорій менеджменту : теорії «управління за цілями» та «суспільства знань» П. Друкера, теорія «конкурентних переваг» М. Портера, концепція ефективного управління Т. Пітерса та Р. Уотермана, теорія управлінських ролей Г. Мінцберга, теорія «ключових компетенцій підприємства» К. Прахалада та Г. Хамела, теорія «організації, що навчається» П. Сенге, концепція системи збалансованих показників Р. Каплана і Д. Нортон, концепція реінжинірингу бізнес-процесів Д. Чампі та М. Хаммера, гіпотеза прогнозування майбутнього організації І. Ансоффа, феномена успішного керівника Лі Якокки, моделі обмеженої раціональності

Г. Саймона та ін. ТОП-50 гуру менеджменту.

Сутність, роль та місце теорії організації в системі наукових знань. Об'єкт, предмет та методи теорії організації. Цілі, основні завдання та функції теорії організації на сучасному етапі розвитку соціально-економічних відносин. Основні категорії теорії організації. Сутність та класифікація законів та принципів організації.

Основоположні ідеї теорії організації. Принципи наукового управління Ф. У. Тейлора, принципи організації А. Файоля та раціональної бюрократії М. Вебера. Теорії організаційної поведінки (теорії людських відносин та поведінкових наук, «система – 4», теорія «Х» та «У» Д. Макгрегора). Дослідження впливу зовнішнього середовища на організацію А. Чандлера, Дж. Томпсона, П. Лоуренса, Дж. Лорша. Модель «смітника» Г. Саймона, Р. Сайерта, Дж. Марча. Теорія організаційного потенціалу І. Ансоффа. Теорія інститутів й інституційних змін Д. Норта.

Моделі організації: класична, бюрократична, неокласична, інституційна, системна, процесна, соціотехнічна.

Сутність і генезис поняття «організація»: статичний та динамічний аспекти. 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. Діамант Г. Левітта. Взаємозв'язок внутрішніх складових організації. Зовнішнє середовище організації: мікро- та макрооточення. Взаємозв'язок зовнішнього та внутрішнього середовища організації.

Життєвий цикл організації. Основні концепції еволюційного розвитку організацій: класична модель К. Боулдінга, концепція рушійних сил зростання А. Даунса, стадії життєвого циклу Б. З. Мільнера та І. Адізеса, модель зростання Г. Ліппітта та У. Шмідта, модель організаційного розвитку Л. Грейнера тощо. Характеристика основних стадій життєвого циклу організації.

Закон в менеджменті: поняття та аспекти трактування. Різновиди законів менеджменту: економічні, закони соціології, індивідуальної і соціальної психології, кібернетичні. Об'єктивні закони менеджменту: спеціалізації, інтеграції та демократизації управління, співвідношення керуючої та керованої підсистем, закон пропорційного розвитку системи управління, закон економії часу в

процесі управління. Механізм дії та використання законів менеджменту в процесі управління організацією.

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

Тема 3. Принципи та функції менеджменту

Сутність принципів менеджменту. Різновиди принципів менеджменту: цілеспрямованості, врахування потреб та інтересів, ієрархічності, взаємозалежності, динамічної рівноваги, економічності, системності, системності. єдиновладдя. Роль принципів менеджменту у досягненні цілей організації. Еволюція принципів менеджменту. Взаємозв'язок між законами, закономірностями та принципами менеджменту.

Функції менеджменту: сутність та особливості формування. Класифікація та характеристика функцій менеджменту: загальні (основні) та конкретні (спеціальні). Роль загальних функцій менеджменту в управлінських процесах. Особливості формування та застосування конкретних (спеціальних) функцій менеджменту.

Механізм реалізації функцій менеджменту в організації. Динамічний взаємозв'язок загальних та конкретних функцій менеджменту. Поняття управлінських задач та операцій.

Процес управління в організації: поняття та особливості. Мета процесу управління, його учасники, предмет та засоби здійснення. Особливості процесу управління: безперервність, нерівномірність, циклічність, послідовність, надійність.

Управлінський цикл в організації. Операції та процедури процесу управління як складові реалізації управлінського циклу: цільовизначення, інформаційне забезпечення, аналітична діяльність, вибір варіанту дій, реалізація рішення, зворотній зв'язок.

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

Сутність планування та його місце в системі менеджменту. Принципи, цілі та значення функції менеджменту «Планування». Система планування в менеджменті: сутність, елементи та принципи формування. Еволюція систем планування та розвиток моделей планування підприємницької діяльності.

Поняття місії та цілей в організації. Концепція «управління за

цілями» в менеджменті. Класифікація цілей в організації. Процес цілевстановлення (постановки цілей).

Процес, види та результати планування в менеджменті. Зміст та етапи процесу планування: розроблення стратегії розвитку, визначення тактики, складання оперативних планів. Особливості стратегічного і тактичного (поточного і оперативного) планування. Сутність та різновиди стратегій як результат стратегічного планування. Тактика та політика як результат тактичного планування. Процедури та правила як результат поточного та оперативного планування. Бізнес-планування в менеджменті: сутність та особливості.

Особливості процесу планування в менеджменті. Методи організаційно-економічного планування. Оцінка якості виконання планів. Взаємозв'язок планування з іншими функціями менеджменту.

Тема 4. Організація взаємодії та повноважень

Сутність функції «Організування», її місце та форми впливу в системі менеджменту. Поняття повноважень та їх структури: обов'язки, права та відповідальність. Типи повноважень: лінійні, штабні, функціональні. Ієрархія рівнів управління організації: скалярний процес, скалярний ланцюг. Процес делегування повноважень в менеджменті: етапи, правила та перешкоди. Документальні форми закріплення повноважень: положення про підрозділи та посадові інструкції.

Елементи проектування організацій: поділ праці та спеціалізація, департаменталізація та кооперація, зв'язки та координація, ієрархія та ланковість, централізація та децентралізація, диференціація та інтеграція. Сутність горизонтальної та вертикальної координації: Механізми координації: взаємне узгодження та стандартизація.

Структура організації як чинник забезпечення її ефективності: зміст поняття, значення та функції. Вимоги до формування організаційних структур. Характеристика механістичного та органічного підходів до формування організаційних структур. Різновиди та взаємозв'язок структур організації. Роль організаційної структури управління (ОСУ) в досягненні цілей організації. Основні елементи ОСУ. Структура апарату управління організації та характеристика її складових.

Типи ОСУ в менеджменті. Лінійні та функціональні ОСУ. Матричні та дивізійні ОСУ. Нові типи ОСУ: едхократичні,

багатомірні, партисипативні, підприємницькі, орієнтовані на ринок.

Підходи до побудови ОСУ. Принципи та фактори побудови ОСУ. Методи вибору раціональних ОСУ. Критерії та показники оцінки ефективності ОСУ. Взаємозв'язок організування з іншими функціями менеджменту.

Поняття мотивації та її місце в системі менеджменту. Принципи, цілі та значення функції «Мотивування» в організації. Відмінність між поняттями «мотив» та «стимул» в організації. Особливості процесів «мотивування» та «стимулювання» в менеджменті.

Значення людського чинника в організації. Зміст концепції управління людськими ресурсами в організації. Підходи до мотивації з позиції потреб працівників організації. Сутність, різновиди та ієрархія потреб. Індивідуальні та колективні потреби. Взаємозв'язок між потребами, інтересами та цілями працівників у процесі мотивування.

Теорії мотивації в менеджменті: змістовні (теорії потреб М. Туган-Барановського та А. Маслоу, К. Альдерфера, Д. Мак-Клелланда, факторів організації Ф. Герцберга тощо) та процесуальні (теорія очікувань В. Врума, справедливості С. Адамса, постановки цілей, партисипативного управління, результативної валентності Аткинса тощо). Комплексна модель мотивації Портера-Лоулера. Співставлення теорій мотивації та їх застосування в менеджменті.

Види мотивації в менеджменті: матеріальна та нематеріальна. Поняття та складові мотиваційного механізму в менеджменті. Засоби мотиваційного впливу на працівників в організації. Винагорода та типи винагород в менеджменті. Цілі, види та форми стимулювання праці. Взаємозв'язок процесу мотивування з іншими функціями менеджменту.

Поняття контролю та його місце в системі менеджменту. Принципи, цілі та значення функції «Контролювання». Суб'єкти та об'єкти контролю в менеджменті. Види управлінського контролю в організації: попередній, поточний, заключний. Форми управлінського контролю: журнальна, створення картотеки, універсальна автоматизована система контролю.

Етапи процесу контролювання: встановлення стандартів і критеріїв, вимірювання досягнутих результатів і зіставлення їх зі стандартами, оцінювання та регулювання. Модель процесу контролювання.

Ефективність контролю в менеджменті: поняття, показники та критерії оцінювання. Зворотній зв'язок як засіб забезпечення

ефективного контролю в менеджменті. Зміст та особливості контролю поведінки працівників підприємства. Самоконтроль як умова діяльності працівника. Складності в процесі контролю. Взаємозв'язок контролювання з іншими функціями менеджменту.

Поняття регулювання та його місце в системі менеджменту. Зміст, принципи та цілі функції «Регулювання». Взаємозв'язок функції «Регулювання» з координаційними процесами в організації. Суб'єкти та об'єкти регулювання в менеджменті.

Види регулюючого впливу в менеджменті. Сутність та засоби стабілізуючого регулювання. Сутність та засоби розпорядницького регулювання. Сутність та засоби дисциплінарного регулювання. Взаємозв'язок між видами регулювання та методами управлінського впливу в менеджменті. Вироблення адекватного регулюючого впливу.

Етапи процесу регулювання та їх характеристика. Роль та значення регламентів, норм та інструкцій в процесі регулюючих дій менеджера.

Тема 5. Система методів менеджменту

Методи менеджменту як інструментарій реалізації функцій менеджменту: сутність, спрямованість та особливості формування. Роль методів менеджменту в організації як сукупного способу впливу керуючої системи управління на керовану.

Класифікація методів менеджменту: за напрямками впливу, способами врахування інтересів працівника, за формою впливу. 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 (накази, директиви, постанови, розпорядження) та організаційно-стабілізуючі (організаційне регламентування, організаційне інструктування, організаційне інформування). 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 6. Управлінські рішення

Сутність управлінських рішень як результату управлінської діяльності. Класифікація управлінських рішень за різними ознаками. Рівні прийняття рішень: індивідуальний та організаційний. Розподіл видів управлінських рішень за рівнями управління.

Поняття і моделі прийняття управлінських рішень. Моделі теорії прийняття рішень: класична; поведінкова; ірраціональна. Процес прийняття управлінських рішень в організації: визнання та діагностика проблеми, вироблення рішення, виконання рішення.

Умови прийняття управлінських рішень. Фактори, що впливають на процес прийняття управлінських рішень. Особливості прийняття рішень менеджерами управлінського та технічного рівнів. Взаємозалежність рішень.

Методи пошуку та обґрунтування рішень. Методи творчого пошуку альтернативних варіантів рішень: індивідуальні та колективні. Методи обґрунтування управлінських рішень: кількісні та якісні. Інструменти обґрунтування управлінських рішень. Метод «платіжної матриці». Побудова «дерева рішень». Теоретико-ігрові методи. Критерії песимізму та оптимізму в теорії статистичних рішень. Критерії Лапласа. Методи теорії ігор.

Методи прийняття та реалізації рішень. Експертні методи прийняття рішень: метод простого ранжування; метод вагових коефіцієнтів. Суть процесу ухвалення рішень. Типи рішень. Раціональний підхід до ухвалення рішень. Поведінкові аспекти ухвалення рішень. Етика та ухвалення рішень. Оформлення управлінських рішень. Якість та ефективність управлінських рішень. Методи підвищення якості процесу прийняття та реалізації управлінських рішень.

Призначення та роль інформації в процесі прийняття управлінських рішень. Носії та користувачі управлінської інформації на різних рівнях менеджменту. Вимоги, які ставляться до інформації. Облік інформації в менеджменті: сутність та різновиди. Використання інформації в процесі прийняття рішень менеджерами різних управлінських рівнів.

Тема 7. Комунікації у менеджменті

Поняття і роль комунікацій у структурі організації. Моделі комунікаційного процесу в організації. Різновиди «внутрішніх» та

«зовнішніх» комунікацій. Комунікаційні мережі в організації: міжособистісні та групові. Невербальні комунікації в менеджменті. Аспекти комунікацій: технічний, семантичний і прагматичний. Засоби комунікацій. Комунікаційні стилі в менеджменті: зміст та параметри побудови. Комунікації між організацією і зовнішнім середовищем.

Зміст та різновиди трудових операцій в менеджменті. Структура організаційних комунікацій як сукупність комунікаційних каналів. Комунікації та організаційна структура управління.

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

Ефективність управлінських комунікацій: поняття, показники та критерії оцінювання. Культура підприємства та процес комунікацій. Трансакції в підвищенні ефективності комунікацій в менеджменті.

Тема 8. Керівництво і лідерство. Культура управління

Поняття керівництва в менеджменті. Характеристика керівництва як об'єднувальної функції менеджменту. Фактори та аспекти здійснення керівництва. Стилi керівництва: демократичний, ліберальний, авторитарний. Поняття про адаптивне керівництво. Основні концепції, джерела та рушійні сили саморозвитку та самовиховання особистості. Основи керівництва: вплив, лідерство, влада.

Сутність та значення влади в менеджменті. Співвідношення категорій «вплив», «влада», «лідерство». Форми впливу та влади в організації. Влада як елемент примушення: особиста, формальна, реальна. Джерела влади в організації.

Поняття, концепції та моделі лідерства в менеджменті. Теорії лідерства. Лідерство як система фреймів. Характерні риси ефективного лідерства. Стилi лідерства: експлуатаційно-авторитарний, доброзичливо-авторитарний, консультативно-демократичний, групова участь. Типологія лідерів в організації: харизматичний, ситуативний та синтетичний лідер. Лідер як соціальний архітектор. Концепції лідерства: особистісних якостей (Є. Гізеллі, Р. Стогділла), лідерської поведінки (Танненбаума-Шмідта Р. Лайкерта), факторно-аналітична, ситуаційного лідерства (Ф. Фідлера, П. Херсі і К. Бланчарда), 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. Завдання лідера щодо формування команди. Топ-5 CEO сучасності: Стів Джобс (Apple), Джек Велч (General Electric), Білл Гейтс (Microsoft), Джеф Безос (Amazon), Джеймі Даймон (JP Morgan).

Поняття стилю керівництва в організації. Класифікація стилів керівництва. Континуум стилів керівництва. «Гратка» менеджменту. Чинники та передумови формування стилів керівництва. Критерії оцінки стилю керівництва. Інтерактивні та сервісні керівники.

Тема 9. Самоменеджмент та методи нормування управлінської діяльності.

Сутність самоменеджменту за різними науковими підходами. Критерії ефективного самоменеджменту. Визначення ціннісних орієнтирів особистості. Життєва позиція особистості: активна, проактивна, пасивна. Саморозвиток та кар'єра особистості менеджера.

Планування особистої діяльності менеджера: методи, стадії та засоби. Розподіл та кооперації управлінської діяльності: сутність та різновиди. Зміст та значення субординації в апараті управління. Поняття та методи нормування управлінської діяльності. Особливості часу як ресурсу. Формування та розвиток концепції тайм-менеджменту.

Тема 10. Ділове спілкування в менеджменті

Ділове спілкування в менеджменті: сутність, значення та різновиди. Технологія проведення нарад та зборів. Структура, зміст та форми виступу. Техніка проведення презентації. Класифікація, функції та етапи комерційних переговорів. Ораторське мистецтво менеджера: засади формування та особливості прояву.

Розвиток менеджера як особистості. Формування професійно-ділових, адміністративно-організаційних, соціально-психологічних та моральних якостей менеджера. Розвиток ініціативності, енергійності, уміння володіти ситуацією, стресостійкості. Розвиток умінь стимулювати, карати та критикувати людей.

Тема 11. Управління конфліктами, змінами та стресами

Сутність, види, напрями та бар'єри розвитку менеджерського потенціалу. Різновиди потенціалу особистості: психофізіологічний,

інтелектуальний та творчий. Типи творчої особистості. Процес самореалізації особистості в соціально обумовлених видах творчої діяльності. Творче вирішення управлінських проблем.

Конфлікти у діяльності менеджера: сутність і види. Методи подолання конфліктних ситуацій. Прийоми поведінки менеджера у конфліктних ситуаціях. Стратегія і тактика взаємодії в конфліктних ситуаціях.

Тема 12. Соціальна відповідальність в менеджменті

Сутність та значення відповідальності в менеджменті. Види відповідальності: економічна, юридична, етична, соціальна, прийняття на себе відповідальності. Сутність економічної відповідальності менеджера. Поняття екогармонії. Зміст юридичної відповідальності: дотримання конкретних державних законодавчих актів, інструкцій, норм тощо.

Поняття та роль соціальної відповідальності в менеджменті. Види соціальної відповідальності працівників: моральна, професійна, громадянська. Поняття та роль соціально-відповідальної поведінки менеджерів. Організаційне забезпечення процесу управління соціальною відповідальністю.

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. Заходи забезпечення етичної поведінки працівників. Кодекс ділової етики в організації. Репутація менеджерів різних рівнів управління.

Тема 13. Управління колективом та організаційна культура

Зміст поняття «організаційна культура». Сутність, завдання, властивості та функції організаційної культури. Рівні організаційної культури. Елементи та фактори організаційної культури.

Моделі та типологія організаційних культур. Характеристика типів культури за ознакою конкуруючих цінностей: кланова, ієрархічна (бюрократична), ринкова та адхократична культури. Організаційна культура і субкультури.

Імідж організації як прояв організаційної культури. Репутація як особливий ресурс організації: її сутність та взаємозв'язок із культурою та іміджем організації.

Зміст поняття «культура менеджменту». Матеріальна, духовна культура та їх складові елементи. Елементи культури менеджменту: матеріальні та духовно-світоглядні. Формування культури

менеджменту. Сфери взаємодії між культурою менеджменту та культурою організації.

Тема 14. Ефективність менеджменту

Поняття та зміст результативності та ефективності менеджменту. Підходи до визначення результативності менеджменту та ефективності менеджменту: цільовий; функціональний; композиційний; множинний; поведінковий. Сутність, значення та основні параметри організаційних змін як результат управління. Технологія управління організаційними змінами.

Видова класифікація ефективності менеджменту організації. Показники економічної, організаційної та соціальної ефективності управління, їх склад, методи визначення і оцінка. Види ефективності функціонування організації: індивідуальна, групова, загальноорганізаційна. Відмінності між підходами до оцінювання ефективності функціонування організації та менеджменту.

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

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 середовища 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. Маркетингові стратегії управління асортиментом.

Товар як ключовий елемент комплексу маркетингу. Маркетингове поняття товару. Рівні товару. Класифікація товарів. Поняття номенклатури товарів та товарного асортименту.

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 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 вступників вимогам програми вступного фахового випробування. Програма складається на основі фахових дисциплін ВНЗ I–II рівнів акредитації.

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.
- Виконуючи тестове завдання, вступнику слід обрати одну правильну відповідь.
- Правильна відповідь на тестове завдання 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. Економіка підприємства

1. Економіка підприємства : підручник / [М.Г. Грещак та ін.] ; заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко ; Держ. вищ. навч. заклад «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана». – Вид. 4-те, переробл. і доповн. – Київ : КНЕУ, 2009. – 816 с.
2. Економіка підприємства : підручник / [І.О. Чаюн та ін.] ; заг. ред. Н.М. Ушакової. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 569 с.

3. Гетьман О.О. Економіка підприємства : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. – 2-ге вид. – Київ : Центр навч. літ., 2010. – 488 с.
4. Фінанси підприємства : підручник / [Л.О. Лігоненко та ін.]. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. – 491 с.

До розділу 2. Менеджмент

1. Безус А. М. Менеджмент: навч. посіб. / А. М. Безус . – К.: АМУ, 2015. – 268 с.
2. 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.
3. Менеджмент : підручник / Т. Л. Мостенська, В. О. Новак, М. Г. Луцький, О. В. Ільєнко. – 2-ге вид. – К. : Кондор, 2012. – 758 с.
4. Основи менеджменту : підручник [для студ. вищ. навч. закл.] / кол. авт. ; за ред. А.А. Мазаракі, І. В. Чумаченко. – Х. : Фоліо, 2014. – 846 с.
5. Менеджмент : навч. посіб. / Г. Є. Мошек, М. М. Ковальчук, Ю. В. Поканєвич, ін. та ; за ред. Г.Є.Мошека. – вид. 2-ге, допов., переробл. – Київ : Ліра-К, 2016. – 550 с.
6. Федоренко В. Г. Менеджмент : підручник / В. Г. Федоренко. – 3-тє вид., переробл. і доповн. – К.: Алерта, 2015. – 492 с.

До розділу 3. Маркетинг

1. Балабанова Л.В. Маркетинг : підручник / Л.В. Балабанова. – 3-тє вид., перероб. і доп. – Київ : КНЕУ, 2011. – 543 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга : краткий курс / Ф. Котлер ; пер. с англ. – М. ; СПб. ; Киев : 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 : підручник / [М.М. Єрмошенко та ін.] ; за заг. ред. М.М. Єрмошенка, С.А. Єрохіна. – Київ : Нац. акад. упр., 2011. – 631 с.