

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИЙМАЛЬНА КОМІСІЯ**



ПРОГРАМА

**фахового іспиту замість ЄФВВ для вступу на навчання
для здобуття освітнього ступеня магістра
на основі НРК6 або НРК7**

галузь знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
спеціальність	D 3 «Менеджмент»
факультет	Технологій та бізнесу
освітні програми	«Менеджмент і бізнес-адміністрування у сфері гостинності», «Проджект менеджмент», «Лакшері менеджмент», «Міжнародний спортивний менеджмент»

ВСТУП

Програму фахового іспиту для здобуття другого рівня вищої освіти «магістр» розроблено відповідно до стандартів вищої освіти ДТЕУ за галуззю знань «Бізнес, адміністрування та право», спеціальності D3 «Менеджмент» освітньо-професійними програмами: «Менеджмент і бізнес-адміністрування у сфері гостинності», «Лакшері менеджмент», «Проджект менеджмент», «Міжнародний спортивний менеджмент».

Фаховий іспит складається з тестової перевірки знань, що формують загальні та спеціальні компетентності, визначені у освітньо-професійних програмах.

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

Програма фахового іспиту містить такі розділи:

1. Менеджмент.
2. Маркетинг.
3. Підприємництво.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ ФАХОВОГО ІСПИТУ

Розділ 1. МЕНЕДЖМЕНТ

Понятійно-категоріальний апарат менеджменту. Сутність та зміст управління та менеджменту. Еволюція менеджменту. Класичні теорії менеджменту. Наукові підходи до менеджменту. Японська, американська і європейська моделі менеджменту. Сутнісна характеристика процесного, системного та ситуаційного підходів у менеджменті. Сучасні концепції менеджменту. Функціональні сфери менеджменту. Галузеві особливості менеджменту. Менеджер як професійний керівник. Рівні менеджменту.

Поняття та характеристики організації. Організація як об'єкт менеджменту, поняття керуючої та керованої систем. Внутрішнє середовище та зовнішнє середовище організації. Фактори прямої та непрямої дії. Методи діагностики впливу факторів та організацію. Модель організації як відкритої системи. Концепції життєвого циклу організації.

Функції менеджменту. Загальні (основні), конкретні (спеціальні) функції менеджменту.

Планування як функція менеджменту, види, елементи Система планів за Р. Акоффом. Планування як процес, етапи планування. Методи планування. Процес та методи стратегічного планування. Управління реалізацією плану.

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

Функція організації. Складові організаційної діяльності. Форми організування. Поділ праці. Делегування повноважень у менеджменті: поняття, елементи процесу делегування, типи повноважень (лінійні, штабні, функціональні).

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

Організаційна структура підприємства, рівні складності. Види департаментизації. Проектування організаційних структур (організаційного проектування, організаційного дизайну). Типи організаційних структур управління: лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, дивізійна, матрична, мережева. Спеціалізація. Зв'язки на підприємстві. Департаментизація та її види. Масштаб керованості. Управлінські повноваження і відповідальність. Централізація та децентралізація. Диференціація та інтеграція підрозділів.

Функція координації.

Функція мотивації. Змістовні та процесуальні теорії мотивації. Взаємозв'язок потреб, мотивів, стимулів, цілей і заохочень, винагороди, цінностей. Стимулювання праці. Мотивування: цілі, принципи, види, форми. Регулювання як функція менеджменту.

Функція контролю. Контролювання та його місце в системі менеджменту: принципи, цілі, види, умови, етапи (процес).

Інформація: види, вимоги та роль в менеджменті. Комунікації в менеджменті: види, засоби. Комунікаційний процес та комунікаційні перешкоди. Керівництво (адміністрування) як об'єднувальна функція менеджменту.

Поняття управлінського рішення: види, характеристика, чинники впливу. Моделі та методи прийняття управлінського рішення (обґрунтування та реалізація).

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

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

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

Організаційна поведінка та фактори, що її визначають. Вплив, влада і лідерство в менеджменті. Теорії лідерства. Стилi керівництва. Сутність лідерства в колективі. Соціальна відповідальність бізнесу та ділова етика. Організаційна культура та корпоративна культура в менеджменті. Сутність та зміст самоменеджменту. Управління робочим часом.

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

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дудар Т. Г., Волошин Р. В., Дудар В. Т. Менеджмент : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2024. – 336 с.
2. Назарчук Т.В., Колісник О.М. Менеджмент організацій : навч. посіб. Київ :

- Центр навчальної літератури, 2024. – 492 с.
3. Менеджмент організацій: підручник / М. М. Шкільняк, О. Ф. Овсянюк-Бердадіна, Ж. Л. Крисько, І. О. Демків. Тернопіль : ЗУНУ, 2022. – 258 с.
 4. Основи менеджменту : підручник / С. І. Бай та ін. ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Харків : Фоліо, 2013. - 1406 с.
 5. Авдеева О. Конспект для підготовки до ЄФВВ з управління та адміністрування: навчальний посібник. Київ: Школа майбутніх магістрів, 2024. – 172 с.
 6. Храпкіна В., Пічик К. та ін. Менеджмент : навч. посіб. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2021. – 460 с.
 7. Ricky W. Griffin Fundamentals of Management, Eighth Edition https://renessans-edu.uz/files/books/2024-01-05-06-02-05_fe8bd49743191d87adf37b6db68130ac.pdf

Розділ 2. МАРКЕТИНГ

Система поглядів на сутність маркетингу, сутнісні ознаки та характеристики маркетингу. Зміст функцій та принципів маркетингу.

Понятійний апарат маркетингу: потреба, цінність, запити, бажання, попит, товари, продукція та послуги, вартість, задоволення (функціональне і психологічне), ринок (поняття та класифікація).

Сутність управлінських концепцій маркетингу: виробничої, товарної, збутової, маркетингової, соціально-етичного маркетингу. Становлення та розвиток сучасної концепції маркетингу. Інтегрований маркетинг, маркетинг взаємовідносин, внутрішній маркетинг, сталий маркетинг. Концепція холістичного маркетингу. Цифровий маркетинг.

Основні елементи та комплекс маркетингу. Поняття «маркетингова суміш» (marketing-mix).

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

Поняття та структура маркетингового середовища. Маркетингове середовище підприємства сфери туризму/гостинності. Вплив основних чинників зовнішнього маркетингового середовища на реалізацію маркетингових завдань підприємств. Чинники зовнішнього мікросередовища підприємств сфери туризму/гостинності.

Фактори внутрішнього середовища підприємств сфери туризму/гостинності (власники, менеджери, персонал, структурні підрозділи, стейкхолдери дестинації).

Об'єкти та умови сегментації ринку. Етапи сегментації. Поняття цільового сегменту та критерії вибору цільових сегментів. Ринкова ніша. Сутність концентрованого та диференційованого маркетингу.

Маркетингова сутність понять «споживач», «споживач послуг». Потреби споживачів послуг туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.

Сутність споживчої поведінки. Поведінка на різних стадіях купівлі та споживання: стадія прийняття рішення, купівлі, відвідання дестинації,

посткупівельна поведінка туристів і гостей. Поведінка як об'єкт управління. Модель купівельної поведінки: спонукальні чинники маркетингу та інші подразники; «чорна скринька» свідомості покупця. Тенденції споживчої поведінки в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі.

Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності суб'єктів ринку туризму та гостинності. Джерела та потоки маркетингової інформації в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі. Принципи формування та використання інформації в системі маркетингу підприємства.

Цілі та види маркетингових досліджень в туризмі та гостинності. Технологія та етапи проведення маркетингових досліджень підприємствах сфери туризму та гостинності. Принципи та форми організації маркетингових досліджень.

Кількісні та якісні методи збору первинної інформації в туристичній індустрії та готельно-ресторанному бізнесі. Види та характеристика методів опитування.

Сутність, цілі та завдання товарної політики підприємства сфери гостинності та туризму, її основні елементи. Специфіка послуги гостинності та комплексного туристичного продукту.

Концепція життєвого циклу. Крива життєвого циклу та її модифікації. Характеристика стадій життєвого циклу. Управління життєвим циклом туристичного продукту та послуг. Принцип формування товарного портфелю підприємства.

Сутність, цілі та завдання цінової політики туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. Процес та етапи ціноутворення.

Завдання ціноутворення: максимізація поточного прибутку, завоювання лідерства за показниками частки ринку, завоювання лідерства за показниками якості товару. Чинники ціноутворення: мета продавця, собівартість, ціни конкурентів, еластичність попиту (еластичний та нееластичний попит).

Сутність, цілі та завдання політики розподілу у системі маркетингу туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. Класифікація маркетингу за рівнем каналу розподілу: прямий, непрямий. Визначення каналів розподілу. Функції каналів розподілу. Рівні каналів розподілу: нульовий, однорівневий, дворівневий, трирівневий канали. Показники каналів розподілу: довжина, ширина. Визначення стратегії розподілу: інтенсивний маркетинг, вибіркове проникнення, широке проникнення, пасивний маркетинг.

Сутність, цілі та завдання комунікаційної політики туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. Маркетингова сутність терміну «комунікація». Комплекс маркетингових комунікацій: поняття та структура (реклама, зв'язки з громадськістю, стимулювання продажу, особисті продажі).

Персональний продаж в комплексі маркетингових комунікацій суб'єкта туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. Технологія персонального продажу у сфері гостинності.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до

цифрового. Київ : КМ-БУКС, 2019. 224 с.

1. Маркетинг у туризмі : навч. посіб. / Ю. Б. Забалдіна, Н. О. Роскладка, В. В. Білик, Т. П. Дупляк. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. – 632 с.
2. Маркетинг : навч. посіб / [Р. І. Буряк та ін. ; за ред. Збарського В. К.]. Вид. 2-ге, перероб. та допов. Київ : НУБіП, 2023. 637 с.
3. Маркетинг. Світовий досвід та український вимір : підручник. Вид. 2-ге, допов. та перероб. Київ : Ліра-К, 2024. 484 с.
4. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. : Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк / СПД Галяк Жанна Володимирівна, друкарня . – К: Волиньполіграф 2022. - 408 с.
5. Цвілий С. М., Кукліна Т.С., Зайцева В.М. Маркетинг в готельно-ресторанному господарстві : навч. посіб. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. 260 с.

Розділ 3. ПІДПРИЄМНИЦТВО

Сутність підприємництва. Визначення підприємництва в Господарському Кодексі України. Цілі підприємництва. Класифікація цілей підприємництва. Суб'єкти підприємницької діяльності. Об'єкти підприємницької діяльності. Ознаки підприємництва. Базові принципи підприємницької діяльності. Функції підприємницької діяльності.

Виробниче підприємництво. Види виробничого підприємництва за спрямуванням. Види виробничого підприємництва за характером.

Торговельне (комерційне) підприємництво. Види торговельного (комерційного) підприємництва залежно від ринку, в межах якого здійснюється товарний обіг. Види торговельного (комерційного) підприємництва залежно від ланок проходження товару.

Біржове підприємництво. Види бірж за профілем діяльності, їх характерні ознаки. Визначення товарної біржі як особливого суб'єкта господарювання. Основні функції товарних бірж.

Підприємництво у сфері послуг. Послуга як діяльність з надання матеріальною чи нематеріального блага іншій особі, що здійснюється для задоволення її особистих потреб. Основні види послуг за призначенням.

Види підприємств за метою й характером діяльності: комерційні та некомерційні.

Види підприємств за способом створення (заснування) та формування статутного капіталу. Унітарні підприємства. Корпоративні підприємства. Базові ознаки: кількість засновників, власник майна, розподіл доходів.

Види підприємств за формами власності майна. Приватні підприємства. Колективні підприємства. Комунальні підприємства. Державні підприємства. Підприємства, засновані на змішаній формі власності.

Види підприємств за національною належністю капіталу. Національні підприємства. Закордонні підприємства. Змішані підприємства, у т.ч спільні підприємства.

Види підприємств за технологічною цілісністю і ступенем підпорядкування. Головні (материнські) підприємства. Дочірні підприємства.

Асоційовані підприємства. Філії підприємства.

Види підприємств за розмірами. Великі підприємства. Середні підприємства. Малі підприємства. Мікропідприємства. Базові ознаки: чисельність персоналу та розмір річного доходу.

Обґрунтування і вибір ідеї підприємницької діяльності. Підприємницька ідея. Вибір сфери діяльності: виробництво, торгівля, послуги. Вибір форми організації підприємництва: одноосібне володіння, партнерство (товариство).

Способи створення бізнесу. Створення нового підприємства. Придбання функціонуючого бізнесу. Заснування на основі франчайзингу. Переваги та недоліки.

Реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності. Основні етапи реєстрації юридичних осіб. Рішення про створення підприємства та планування його діяльності. Збори засновників. Вибір організаційно-правової форми господарювання. Розробка та нотаріальне засвідчення установчих документів (засновницького договору, статуту). Державна реєстрація підприємства. Статутний капітал: поняття та складові. Основні етапи реєстрації фізичних осіб-підприємців (ФОП).

Бізнес-планування. Функції та принципи бізнес-планування.

Розроблення бізнес-плану. Джерела інформації для розробки бізнес-плану. Призначення бізнес-плану. Етапи розроблення бізнес-плану.

Склад основних розділів бізнес-плану. Резюме. Аналіз галузі та підприємства. Характеристика продукції (послуг). Аналіз ринку. План маркетингу. План виробництва. Організаційний план. Фінансовий план. Аналіз ризиків.

Основні показники ефективності проєкту. Чиста приведена вартість (NPV). Індекс прибутковості (PI). Період окупності (PBP). Точка беззбитковості (BEP).

Матеріальні ресурси. Види матеріальних ресурсів (основні засоби, матеріально-сировинні ресурси). Основні засоби, їх види за функціональним призначенням. Матеріально-сировинні ресурси та їх склад.

Нематеріальні ресурси. Основні види нематеріальних ресурсів (об'єкти промислової власності, об'єкти авторського та суміжних прав, нетрадиційні об'єкти нематеріальних ресурсів).

Трудові ресурси. Категорії персоналу (керівники, фахівці, службовці, робітники). Форми оплати праці у підприємстві (погодинна і відрядна) та їх системи. Основні системи погодинної форми оплати праці: пряма-погодинна, погодинно-преміальна. Основні системи відрядної форми оплати праці: пряма відрядна, відрядно-преміальна, відрядно-прогресивна.

Фінансові ресурси. Види фінансових ресурсів. Власні фінансові ресурси та їх джерела (статутний капітал, прибуток, амортизаційний фонд). Залучені фінансові ресурси та їх джерела (авансовані замовником кошти, борги по оплаті праці, борги до бюджетів різних рівнів, резервні кошти). Позикові ресурси та їх джерела (банківські кредити, товарні (комерційні) кредити).

Інвестиції в підприємницькій діяльності. Види інвестицій за об'єктом. Реальні інвестиції та їх види. Фінансові інвестиції та їх види. Основні види

інвестицій за формою власності капіталу. Державні інвестиції. Приватні інвестиції.

Результати підприємницької діяльності. Економічна сутність і розрахунок показників: доходу від реалізації продукції (товарів, послуг), витрат, прибутку, собівартості продукції (послуг).

Показники ефективності використання матеріальних ресурсів. Економічна сутність і розрахунок показників: віддача основних засобів, ємність основних засобів.

Показники ефективності використання трудових ресурсів. Економічна сутність і розрахунок показників продуктивності праці (виробіток, працемісткість).

Рентабельність. Економічна сутність і розрахунок показників рентабельності: капіталу, виробництва, продукції, продажів.

Шляхи підвищення ефективності підприємницької діяльності. Зниження витрат, оптимізація процесів, підвищення рівня організації та управління виробництвом, підвищення техніко-технологічного рівня, впровадження інноваційних технологій.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гонтарева І. В. Підприємництво : підручник. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 392 с. URI: <https://surl.li/lwpgig>
2. Економіка підприємства : підручник: у 3 ч. Ч. 1 / А. А. Мазаракі, Г. В. Блакита, Г. В. Ситник та ін.; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2022. 432 с.
3. Економіка підприємства : підручник: у 3 ч. Ч. 2 / А. А. Мазаракі, Г. В. Блакита, Г. В. Ситник та ін.; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. 472 с.
4. Економіка підприємства : підручник: у 3 ч. Ч. 3 / А. А. Мазаракі, Г. В. Блакита, Г. В. Ситник та ін.; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. 356 с.
5. Основи економічної грамотності та підприємництва : навч. посіб. / Алексєєва С. В., Базиль Л. О., Байдулін В. Б., Гриценко І. А., Єршова Л. М., Закатнов Д. О., Орлов В. Ф., Сохацька Г. В. Житомир : Полісся, 2021. 248 с. URI: <https://surl.li/nzpibq>
6. Основи підприємництва : підручник / Біляк Т. О., Бірюченко С. Ю., Бужимська К. О. та ін.; під заг. ред. Н. В. Валінкевич. Житомир : ЖДТУ, 2019. 493 с.
7. Основи підприємницької діяльності : підручник / за ред. В. М. Марченко. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. Вид-во «Політехніка», 2022. 515 с. URI: <https://surl.li/zawbzh>
8. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність : підручник / за заг. ред. О. В. Димченко; [О. В. Димченко, О. Д. Панова, В. В. Коненко та ін.]. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 432 с. URI: <https://surl.li/mkvnnw>

КРИТЕРІЇ
оцінювання фахового іспиту замість ЄФВВ
для здобуття освітнього ступеня магістра
на основі НРК6 та НРК7

1. Загальні положення

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

2. Структура екзаменаційного білета

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

3. Критерії оцінювання

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