

**ЕКОНОМІКО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ІМЕНІ РОБЕРТА ЕЛЬВОРТІ**

ЗАТВЕРДЖЕНО
Приймальною комісією
Протокол № 9 від 26.04.2024
Голова приймальної комісії
Василенко І.М.
"13" травня 2024 р.



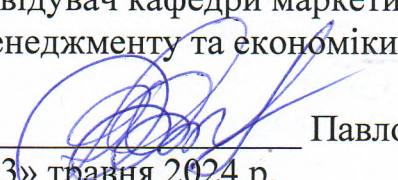
**ПРОГРАМА
ФАХОВОГО ІСПИТУ**
для участі у конкурсному відборі
для здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти
в Економіко-технологічному інституті
імені Роберта Ельворті
(для осіб, яким надано таке право згідно з Правилами прийому у 2024 р.)

Освітній рівень: магістр

Спеціальність: 073 Менеджмент

Погоджено:

Завідувач кафедри маркетингу,
менеджменту та економіки


Павлова О.В.
«13» травня 2024 р.

Кропивницький – 2024

1.ВСТУП

1.1. Мета фахового вступного випробування з менеджменту – з'ясувати рівень теоретичних знань та практичних навичок вступників, яких вони набули під час навчання на освітньому ступені/рівні спеціаліста/магістра, з метою формування рейтингового списку та конкурсного відбору вступників на навчання за другим освітнім рівнем (магістр) спеціальності 073 Менеджмент .

1.2. Вимоги до здібностей і підготовленості вступників. Вступники повинні мати вищу освіту, вільно володіти державною мовою, мати здібності до оволодіння знаннями та навичками в галузі фундаментальних та професійно-орієнтованих економічних дисциплін.

1.3. Характеристика змісту програми фахового вступного іспиту. Програма розроблена відповідно до наказу Міністерства освіти і науки України № 157 від 11.02.2022 «Про затвердження Програми предметного тесту з управління та адміністрування єдиного фахового вступного випробування» (<https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/vstup-2022/Prohramy-YEFVV/Zatverdzeni.prohramy.YEFVV/11.02/Pro.zatv.Prohr.predm.testu.upravl.administruv-nakaz-157-11.02.2022.pdf>). Іспит має комплексний характер і базується на провідних навчальних дисциплінах, що формують знання та уміння бакалавра і визначають рівень його кваліфікації. Програма іспиту є міждисциплінарною, охоплює основну проблематику навчальних дисциплін, що вивчають студенти в межах навчального плану освітнього рівня «бакалавр» і включає модулі:

Модуль 1. Менеджмент.

Модуль 2. Маркетинг.

Модуль 3. Підприємництво.

Основними критеріями при оцінюванні знань вступника під час іспиту виступають: знання навчального матеріалу дисципліни; вміння виділяти істотні положення навчальної дисципліни; вміння формулювати конкретні положення навчальної дисципліни; уміння застосовувати теоретичні знання для аналізу конкретних економічних ситуацій та вирішення прикладних проблем.

1.4. Форма фахового іспиту. З метою отримання об'єктивного документального підтвердження рівня знань студентів вступне випробування проходить у вигляді тестування.

1.5. Структура та порядок оцінювання.

Білет фахового іспиту має **40 тестових питань** різного рівня складності (три рівня складності). Виконання тестового завдання передбачає вибір варіанта відповіді (закритий тест). Кожне тестове питання має декілька варіантів відповідей, з яких тільки один варіант є правильним.

1-й рівень складності - 25 тестових завдань по **4 бали** за правильну відповідь (максимум 100 балів);

2-й рівень складності – 10 тестових завдань по **6 балів** за правильну відповідь (максимум 60 балів);

3-й рівень складності – 5 тестових завдань по **8 балів** за правильну відповідь (максимум 40 балів).

За підсумками фахового вступного випробування вступник може набрати від 0 до 200 балів включно. Мінімальна позитивна оцінка іспиту з фаху складає 100 балів. Особи, які отримали на іспиті з фаху менш ніж 100 балів, позбавляються права на участь у конкурсі на зарахування за обраною спеціальністю.

2. ЗМІСТ ПРОГРАМИ

2.1. МЕНЕДЖМЕНТ

2.1.1. Теоретичні основи менеджменту

Сутність та функціональні сфери менеджменту. Організація та її середовище в менеджменті. Рівні менеджменту в організації. Методи менеджменту: адміністративні, економічні, соціально-психологічні. Сутнісна характеристика процесного, системного та ситуаційного підходів у менеджменті.

2.1.2. Функція планування в менеджменті

Визначення планування та його завдання. Система планів організації, етапи процесу планування за Р. Акоффом. Визначення і функціональне призначення стратегічного планування. Етапи стратегічного планування. Управління реалізацією стратегічного плану.

2.1.3. Функція організування в менеджменті

Функція організування та її місце в системі менеджменту. Організування та організаційна діяльність. Делегування повноважень у менеджменті: поняття, елементи процесу делегування, типи повноважень (лінійні, штабні, функціональні). Організаційна структура як результат організаційної діяльності: рівні складності, централізації та децентралізації. Основні елементи та склад організаційної структури управління. Типи організаційних структур управління: лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, дивізіональна, матрична, мережева.

2.1.4. Мотивування як функція менеджменту

Мотивування як процес спонукання себе й інших до діяльності шляхом використання мотивів людини для досягнення особистих цілей або цілей організації. Головні поняття мотивування: потреба, мотив, спонукання, стимул, винагорода, цінність. Види мотивування: внутрішнє мотивування,

зовнішнє мотивування. Змістові (А. Маслоу, Д. МакКлеланд, Ф. Герцберг) та процесуальні (В. Врум, С. Адамс, Л. Портер, Е. Лоулер.) теорії мотивування.

2.1.5. Контролювання як функція менеджменту

Контролювання як процес виявлення можливих відхилень запланованих показників, встановлення причин цих відхилень і розроблення заходів щодо їх усунення. Основні види контролювання: попередній, поточний, завершальний. Етапи процесу контролювання: формування контрольованих показників, вимірювання досягнутих результатів, регулювання.

2.1.6. Інформація і комунікації в менеджменті

Інформація та її види. Вимоги до управлінської інформації. Поняття комунікації, її види та засоби. Перешкоди в комунікаціях. Комунікаційний процес.

2.1.7. Управлінські рішення

Управлінські рішення в менеджменті. Чинники впливу на процес прийняття управлінських рішень. Зміст основних етапів прийняття управлінських рішень (за М. Месконом): діагностика проблеми, формулювання обмежень та критеріїв прийняття рішень, виявлення альтернатив та їх оцінка, остаточний вибір. Методи обґрунтування та прийняття управлінських рішень.

2.1.8. Вплив, влада і лідерство в менеджменті. Стилі керівництва

Вплив як будь-яка поведінка однієї людини, яка змінює поведінку, відносини або відчуття іншої людини. Форми впливу у менеджменті: переконання, навіювання, вплив через участь, примус. Влада у менеджменті. Типи влади у менеджменті. Лідерство як здатність через особисті якості впливати на поведінку окремих осіб чи груп працівників у процесі спрямування їх діяльності на досягнення цілей організації. Підходи до лідерства. Стиль керівництва. Класифікація стилів керівництва (за Куртом Левінім): авторитарний, демократичний, ліберальний.

2.2. МАРКЕТИНГ

2.2.1. Теоретичні основи маркетингу

Основні поняття та класифікація маркетингу. Підходи комерційних організацій до управління маркетингом. Поведінка споживача.

2.2.2. Аналіз маркетингового середовища

Поняття маркетингового середовища. Система маркетингової інформації. Комплекс маркетингу та система організації служби маркетингу.

2.2.3. Маркетингова товарна політика

Класифікація товарів. Концепція життєвого циклу товару. Розроблення товару.

2.2.4. Маркетингова цінова політика

Процес ціноутворення. Підходи до ціноутворення.

2.2.5. Маркетингова політика розподілу

Визначення каналів розподілу. Функції каналів розподілу. Рівні каналів розподілу. Показники каналів розподілу. Визначення стратегії розподілу.

2.2.6. Маркетингова політика комунікацій

Комплекс маркетингових комунікацій. Характеристика моделі AIDA (модель ефективного звернення до цільової аудиторії). Чинники, що визначають структуру комплексу стимулювання.

2.3. ПІДПРИЄМНИЦТВО

2.3.1. Теоретичні засади підприємництва

Сутність підприємництва. Основні принципи та функції підприємницької діяльності.

2.3.2. Види підприємництва

Виробниче підприємництво. Торговельне (комерційне) підприємництво. Біржове підприємництво. Підприємництво у сфері послуг.

2.3.3. Підприємництво як форма організації підприємницької діяльності. Види підприємств

Види підприємств за метою й характером діяльності. Види підприємств за способом створення та формування статутного капіталу. Види підприємств за формами власності майна. Види підприємств за національною належністю капіталу. Види підприємств за технологічною цілісністю і ступенем підпорядкування. Види підприємств за розмірами.

2.3.4. Організація підприємницької діяльності

Обґрунтування і вибір ідеї підприємницької діяльності. Способи створення бізнесу. Реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності.

2.3.5. Планування підприємницької діяльності

Бізнес-планування. Розроблення бізнес-плану. Склад основних розділів бізнес-плану. Основні показники ефективності проєкту.

2.3.6. Ресурсне забезпечення підприємницької діяльності

Матеріальні ресурси як засоби та предмети праці, що використовуються у підприємницькій діяльності. Нематеріальні ресурси як частина ресурсів підприємства, у яких відсутня матеріальна основа отримання доходу та невизначений розмір майбутнього прибутку від їх використання. Трудові ресурси. Фінансові ресурси як грошові доходи та надходження, що перебувають у розпорядженні підприємства і призначені для виконання певних фінансових зобов'язань та здійснення підприємницької діяльності. Інвестиції у підприємницькій діяльності.

2.3.7. Ефективність підприємницької діяльності

Результати підприємницької діяльності. Показники ефективності використання основних засобів. Показники ефективності використання трудових ресурсів. Рентабельність. Шляхи підвищення ефективності підприємницької діяльності.

2.3.8. Планування підприємницької діяльності

Соціальна відповідальність бізнесу. Складові соціальної відповідальності. Ділова етика підприємця.

3. СПИСОК ОСНОВНОЇ РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Власенко А., Маркіна І., Біловол Р. Менеджмент організації : навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 248 с.
2. Менеджмент : графічна і таблична візуалізація : навч. посіб. / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник, І. С. Процик, С. Б. Романишин, Р. З. Дарміць. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2020. 208 с. 5
3. Менеджмент : підручник / С.Ю. Бірюченко, К.О. Бужимська, І.В. Бурачек та ін.; під заг. ред. Т.П. Остапчук. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка». Житомир: Вид-во «Рута», 2021. 856 с.
4. Менеджмент : навч. посіб. / Н.С. Краснокутська, О.М. Нащекіна, О.В. Замула та ін. Харків : «Друкарня Мадрид», 2019. 231 с.
5. Менеджмент : навч. посіб. / А.М. Балашов, Г.Є. Мошек, А.С. Соломко та ін.; під заг. ред. А.М. Балашова, Г.Є. Мошека. Київ : Ліра-К, 2022, 646 с.
6. Мальська М., Білоус С. Менеджмент організацій: теорія та практика. Київ : SVAprint, 2019. 190 с.
7. Рудьєв В.А., Гуткевич С.О. Менеджмент: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 312 с.
8. Страпчук С.І., Миколенко О.П., Попова І.А., Пустова В.В. Менеджмент: навчальний посібник для здобувачів вищої освіти. Львів: Видавництво «Новий Світ – 2000», 2020. 356 с.
9. Маркетинг. Навчальний посібник / Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. / За заг.ред. проф. Старостіної А.О. – К.:«НВП «Інтерсервіс», 2018. – 216 с.
10. Маркетинг: термінологічний словник / Старостіна А.О., Кочкіна

Н.Ю., Журило В.В. та ін. / За заг. ред. проф. Старостіної А.О. – К.: «НВП «Інтерсервіс», 2017. – 154 с.

11. Маркетинг: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення / А. Ф. Бондаренко, В. П. Гордієнко, О. О. Дутченко. Суми: Сумський державний університет, 2018. 99 с.

12. Опорний конспект лекцій з курсу “Основи маркетингу” для студентів денної та заочної форм навчання усіх факультетів університету/Укладачі: к.е.н., доц. Голда Н.М., к.е.н., доц. Краузе О.І – Тернопіль – 2018, 96с.

13. Фірсова С. Г. Маркетинг: навч. посіб. ЖДУ ім. І. Франка, 2013.324 с.

14. Kotler P. Principles of Marketing / P. Kotler, G. Armstrong, V. Wong, J. Saunders. – London. 2014. – 1020 p.

15. 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.

16. Педько А.Б. Основи підприємництва і бізнес культури: навч посібник. К.: Центр учбової літератури, 2020. 168 с.

17. Підприємництво: організація, ефективність, бізнес-культура: практикум / Колот В.М., Рєпіна І.М., Щербина О.В., Шергіна Л.А., Ковтун В.П. К.: КНЕУ. Електронна версія: http://irbis.kneu.edu.ua/cgi-bin/cgi64/cgiirbis_64.exe

18. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник/ І.М. Сотник, Л.М. Таранюк. Університетська книга, 2018.572 с.

19. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність [Текст]: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І. М. Сотник, д.е.н., проф. Л. М. Таранюка. Суми: ВТД «Університетська книга», 2018. 572 с.

20. Управління підприємницькою діяльністю: навч. посібник / Н. М. Шматько, Р. О. Побережний, М. В. Кармінська-Белоброва, І. В. Угрімова [та ін.]; ред.: проф. Перерва П. Г., доц. Пантелєєв М. С.; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». Електрон. текст. дані. Харків, 2019. 1100 с.