

КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ БІЗНЕСУ ТА ТЕХНОЛОГІЙ

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вчена рада

Протокол № 8 від 09.03.2021

Ректор  Яковлева О.В.



ПРОГРАМА

фахового випробування з дисципліни “Основи менеджменту”
для вступу осіб, які здобули раніше такий самий або вищий ступінь (рівень)
вищої освіти для здобуття ступеня бакалавра за іншою спеціальністю,
на III курс навчання ОС Бакалавр

Розглянуто і схвалено
Кафедрою економіки та підприємництва
Протокол № 8 від 15.02.2021 року

ПРОГРАМА фахового випробування з дисципліни “Основи менеджменту” для вступу осіб, які здобули раніше такий самий або вищий ступінь (рівень) вищої освіти для здобуття ступеня бакалавра за іншою спеціальністю, на III курс навчання ОС Бакалавр, галузь знань 07 Управління та адміністрування, спеціальність 073 Менеджмент

Навчально-методичне видання

Укладачі: О.Я. Кушнір, перший проректор, канд. філос. наук, доц.
С.М. Чімишенко, канд. е. наук, доц.

Зміст програми

- I. Вступ
- II. Зміст програми вступних випробувань та рекомендована література
- III. Зразки тестових завдань
- IV. Критерії оцінювання вступного випробування

ВСТУП

Програма вступного випробування з фахових дисциплін вступного випробування з фахових дисциплін для здобуття освітнього ступеня «бакалавр» за спеціальністю 073 «Менеджмент» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» на основі диплома бакалавра, спеціаліста, магістра, базується на вимогах освітньої програми підготовки відповідного рівня фахівців.

Метою програми є забезпечення вступників необхідною інформацією щодо структури і змісту вступних випробувань, створення необхідних умов для оцінювання здобутих знань.

Програма вступних випробувань складається з таких дисциплін:

1. Економіка підприємства
2. Менеджмент
3. Маркетинг

Розділи програми вступного фахового випробування підготовлені на основі програм дисциплін, що увійшли до його складу.

Під час підготовки до вступного випробування абітурієнтам рекомендується користуватися літературою, наведеною у програмі.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ ВСТУПНИХ ВИПРОБУВАНЬ

1. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Підприємство як суб'єкт ринкових відносин. Стратегічні цілі діяльності підприємства, їх якісне та кількісне визначення. Формування стратегії розвитку підприємства. Конкурентоспроможність підприємства. Організація планування господарсько-фінансової діяльності підприємства. Складові частини ресурсного потенціалу. Ефективність використання ресурсів підприємства. Показники рентабельності та ресурсовіддачі. Планування матеріально-технічного забезпечення. Показники, що характеризують виробничі запаси, та методика їх розрахунку. Класифікація фінансового результату діяльності підприємства. Економічна природа та джерела утворення прибутку підприємства. Рентабельність підприємства та показники, що її характеризують. Методичний інструментарій та порядок проведення аналізу фінансового результату підприємства. Методи планування можливого прибутку підприємства в цілому та за окремими джерелами формування. Поняття ефективності діяльності підприємства. Показники та критерії ефективності.

Список рекомендованих джерел:

1. Бойчик І.М Економіка підприємства: підручник / І.М.Бойчик. – К.: Кондор - Видавництво, 2016. – 378 с.
2. Гетьман О. О., Шаповал В. М. Економіка підприємства: Навч. посіб. — 2-ге видання. — К.: Центр учбової літератури, 2010. — 488 с.

2. МЕНЕДЖМЕНТ

Навчальний курс представляє систематичний виклад менеджменту як загальної професійної діяльності. В курсі представлені уявлення про історію управлінської думки і новітніх концепціях управління, про цілі, ресурси і продукти діяльності організації, функції та методи управління розвитком організації.

Мета курсу - сформувати системне уявлення про структуру та процеси управління в організаціях.

Сутність, роль та методологічні основи менеджменту. Історія розвитку менеджменту. Закони, закономірності та принципи менеджменту. Функції й методи менеджменту. Процес управління. Планування як загальна функція менеджменту. Організування як загальна функція менеджменту. Мотивування як загальна функція менеджменту. Контролювання як загальна функція менеджменту. Регулювання як загальна функція менеджменту. Інформація і комунікації в менеджменті. Керівництво та лідерство. Ефективність менеджменту.

Список рекомендованих джерел:

1. Пушкар Р.М., Тарнавська Н.П. Менеджмент: теорія та практика. - Тернопіль: Карт-бланш, 2003 .-487 с.

2. Стадник В.В., Йохна МА. Менеджмент. - К.: Академвидав, 2003.-463 с.

3. МАРКЕТИНГ

Принципи та функції маркетингу. Напрями реалізації маркетингу. Фактори внутрішнього та зовнішнього середовища маркетингу. Комплекс маркетингу підприємства. Ознаки сегментації ринку. Критерії вибору цільового сегменту. Фактори, що впливають на поведінку споживачів. Поняття маркетингових досліджень. Джерела маркетингової інформації. Поняття маркетингової товарної політики підприємства. Фази життєвого циклу товару. Поняття цінової політики в системі маркетингу. Фактори ціноутворення. Цінові стратегії маркетингу та умови їх застосування. Поняття маркетингової збутової діяльності. Формування логістичного ланцюжку з використанням базисних умов поставки. Типи посередників. Функції оптової торгівлі. Роздрібна торгівля: функції, форми, характеристика, сучасні особливості. Поняття маркетингової комунікації. Основні елементи системи маркетингових комунікацій: реклама, прямий маркетинг, персональний продаж, промоції, зв'язки з громадськістю. Синтетичні засоби маркетингових комунікацій: виставки, ярмарки, спонсорство, брендинг, інтегровані маркетингові комунікації в місцях продажу, продакт-плейсмент та маркетинг подій. Поняття та сутність стратегічного планування маркетингу. Види маркетингових стратегій. Створення маркетингових підрозділів. Оцінка ефективності маркетингової діяльності.

Список рекомендованих джерел:

1. Гаркавенко С.С., Маркетинг: підручник для студентів екон.спеціальностей вищих навч.закладів.— 7-ме вид.— К.:Лібра, 2010.— 717с.
2. Маркетинг: підручник для студ. вищ. навч.закл./ В.Руделіус, О.М.Азарян, Н.О.Бабенко, Е.Н.Берковіць; [ред.-упоряд.: О.І.Сидоренко, Л.С.Макарова].— 3-тє укр.вид.— К.:Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні, 2008.— 648с.

ЗРАЗОК ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ З МЕНЕДЖМЕНТУ

1. Найвідомішим представником адміністративної (класичної) школи управління є:

1. Ф. Тейлор.
2. А. Файоль.
3. Е.Мейо.
4. М. Фоллет.

2. Важливим внеском "Школи людських стосунків" у практику управління було:

1. Перенесення центру ваги в управлінні з виконання завдань на стосунки між людьми.
2. Створення універсальних принципів управління.
3. Систематичне використання засобів стимулювання праці з метою зацікавлення працівників у збільшенні продуктивності і обсягів виробництва.
4. Застосування в управлінні математики, статистики та ін.

3. Якщо управління розглядається не як серія розрізнених дій, а як єдиний процес впливу на організацію, то ми маємо справу з:

1. Системним підходом.
2. Ситуаційним підходом.
3. Процесним підходом.
4. Поведінським підходом.

4. Якщо управління розглядає всі процеси і явища у вигляді цілісної системи, що має нові якості і функції, які відсутні у елементів, що її складають, то ми маємо справу з:

1. Поведінським підходом.
2. Процесним підходом.
3. Ситуаційним підходом.
4. Системним підходом.

5. Підхід, який вимагає прийняття оптимального рішення, що залежить від співвідношення взаємодіючих факторів - це:

1. Ситуаційний підхід.
2. Системний підхід.
3. Процесний підхід.
4. Поведінський підхід.

6. Які основні підходи до управління існують в державах з розвинутою ринковою економікою?

1. Системний підхід.

2. Процесний підхід.
3. Системний та ситуаційний підходи.
4. Процесний, системний та ситуаційний підходи.

7. Що таке ситуаційний підхід до управління?

1. Підбір прийомів менеджменту для розв'язання конкретних управлінських ситуацій з метою досягнення певних цілей організації.
2. Підбір прийомів менеджменту для розв'язання конкретних управлінських ситуацій.
3. Прийоми менеджменту для вирішення тих чи інших поставлених завдань.
4. Прийоми для досягнення цілей організації.

8. Аналіз безпосереднього оточення підприємства включає вивчення таких компонентів:

1. конкурентів
2. економіку країни
3. правове регулювання
4. політичні зміни

9. До зовнішнього середовища організації непрямої дії належать:

1. Стан економіки, зміни у політиці, соціальна культура, НТП, технології, групові інтереси, міжнародне середовище.
2. Постачальники, трудові ресурси, закони і заклади державного регулювання, споживачі, конкуренти.
3. Цілі, кадри, завдання, структура, технологія.
4. Плани, прогнози, організаційна структура, мотивація, контроль.

10. Методи менеджменту – це:

1. Форма впливу на людей для отримання великих прибутків.
2. Засіб впливу на персонал.
3. Засоби впливу на об'єкти управління.
4. Засоби впливу керуючої системи на керовану з метою досягнення певних цілей.

11. Розпорядчі методи менеджменту базуються на:

1. Властивих системі управління відносинах влади і підпорядкування.
2. Відносинах влади.
3. Відносинах підпорядкування.
4. Відносинах влади і підпорядкування.

13. В організаційно-розпорядчих методах менеджменту реалізується:

1. Організаційний вплив.
2. Розпорядчий вплив.

3. Адміністративний вплив.
4. Функція організації, яка передбачає організаційний і розпорядчий вплив.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Вступне випробування здійснюється у формі тестування/комп'ютерного тестування (20 тестів). Час тестування – 30 хвилин. Кожна вірна відповідь у тесті оцінюється в 5 балів. Максимальна кількість балів – 100. Прохідний бал – 60.

За день перед виконанням тестів проводиться консультація, на якій відповідальна за проведення й перевірку тестів особа роз'яснює абітурієнтам принцип виконання тесту, а також ознайомлює з правилами поведінки під час тесту.

Під час виконання вступних тестів не дозволяється користуватися навчальними засобами та мережею Internet. Мобільні телефони повинні бути вимкненими до початку виконання тестових завдань. Абітурієнти повинні сидіти окремо. Не можна ставити запитання викладачам та іншим абітурієнтам. Не можна підказувати іншим абітурієнтам. За порушення правил виконання тесту відповідальна за проведення тесту особа може звільнити абітурієнта від виконання тестового завдання.