

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДНІПРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ОЛЕСЯ ГОНЧАРА

ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор



_____ М.В. Поляков

« » _____ 20 р.

УЗГОДЖЕНО

Проректор

з науково-педагогічної роботи

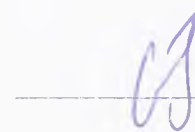
_____ В.А. Куземко

« » _____ 20 р.

ПРОГРАМА
ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ
для вступу на навчання за освітнім рівнем бакалавра
на основі освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста
за спеціальністю **073 МЕНЕДЖМЕНТ**
спеціалізація відсутня
(Освітня програма – **МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЙ**)

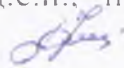
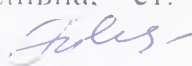
Розглянуто на засіданні вченої ради
факультету міжнародної економіки
від «12»_02_2018 р. протокол № 7

Голова вченої ради
(Стукало Н.В.)



Дніпро
2018


Укладачі програми:

1. Мешко Наталія Петрівна, д.е.н., проф., зав. каф. менеджменту та туристичного бізнесу ФМС 
2. Смирнова Тетяна Анатоліївна, ст. викл. каф. менеджменту та туристичного бізнесу ФМС 

Програма ухвалена

- на засіданні кафедри менеджменту та туристичного бізнесу ФМС від «22» __ 01 __ 2018 р. протокол № 9

Завідувач кафедри менеджменту та туристичного бізнесу


_____ (підпис)

Мешко Н.П.
(прізвище та ініціали)

- на засіданні науково-методичної ради за спеціальністю (напрямом підготовки) 073 Менеджмент (Освітня програма – Менеджмент організацій) від «22» __ 01 __ 2018 р. протокол № 5

Голова 
_____ (підпис)

Мешко Н.П.
(прізвище та ініціали)

Фахове випробування – форма вступного випробування для вступу на основі здобутого освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста, яка передбачає перевірку здатності до опанування освітньої програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти на основі здобутих раніше компетентностей.

Результати фахового вступного випробування зараховуються для конкурсного відбору осіб, які на основі освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста, вступають на навчання для здобуття ступеня бакалавра. Приймальна комісія університету допускає до участі у конкурсному відборі осіб, які за результатом фахового вступного випробування отримали не менше не менше 110 балів (за шкалою від 100 до 200 балів).

Програма фахового випробування для вступу на навчання за освітнім рівнем бакалавра за спеціальністю 073 МЕНЕДЖМЕНТ, спеціалізація відеутня (Освітня програма - МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЙ) містить питання з таких навчальних дисциплін підготовки молодшого спеціаліста за спеціальністю (напрямом підготовки) 073 МЕНЕДЖМЕНТ:

1. Загальна частина

Вступне випробування, що передбачає виконання певних атестаційних кваліфікаційних завдань, є адекватною формою кваліфікаційних випробувань, яка об'єктивно і надійно визначає рівень освітньої та професійної підготовки випускників навчальних закладів.

Програма фахового випробування передбачає тестову перевірку знань, що формують уміння, зазначені ГСВО МОНУ “Освітньо-кваліфікаційна характеристика бакалавра з напрямку підготовки “Менеджмент” з дисциплін:

1. Основи менеджменту;
2. Основи підприємницької діяльності;
3. Маркетинговий менеджмент.

2. Зміст розділів

1. Основи менеджменту

Тема 1. Сутність і завдання менеджменту. Характерні риси і стадії менеджменту як наукової системи управління. Еволюція менеджменту

Загальна характеристика менеджменту. Управлінська праця. Сутність менеджменту. Теоретичний погляд на природу, сутність і розвиток управління. Економічна та ідеологічна основи менеджменту. Школи в управлінні. Мета, завдання, об'єкт і предмет менеджменту. Організація як складна система та як об'єкт управління. Взаємозв'язок та взаємозалежність її внутрішніх елементів і факторів зовнішнього середовища. Моделі підприємства як відкритої системи. Основні підсистеми підприємства: виробнича, технологічна, технічна, просторова, інформаційна, соціальна (кадрова), управлінська. Держава, власники, система управління, трудовий колектив як основні рушійні сили розвитку підприємства. Система збалансування інтересів учасників.

Тема 2. Організація і менеджмент

Поняття „організація”. Позиція управління в середині організації. Координуючі засади менеджменту. Внутрішнє середовище організації. Структура, внутрішньоорганізаційні процеси, технологія, кадри, організаційна культура. Функціональні процеси як об'єкт управління з боку менеджменту. Менеджмент і зовнішнє оточення організації. Механістичний та органічний типи управління, їх характеристики. Конкурентний статус підприємства. Менеджмент на основних етапах життєвого циклу підприємства: головні цілі, основні завдання, особливості внутрішньоорганізаційних процесів, кризи: стилю керівництва, автономії, контролю, «раціональної» бюрократії, невизначеності.

Тема 3. Принципи і функції управління. Характеристики функцій планування, організації, мотивації, контролю

Основні функції управління організацією по Файоллю. Характеристики функцій планування, організації, мотивації та контролю. Основні принципи управління сучасною економікою. Три методи управління: економічні, адміністративно-правові, соціально-психологічні. Нормативно-правова регламентація та порядок заснування підприємства; етапи: початковий, підготовчий, реєстраційний, організаційний. Статут, установчий договір: основні положення. Формування органів управління, процес організації управління на підприємстві.

Принципи ефективного менеджменту: неперервність, врівноваженість, циклічність, послідовність, адаптивність, сталість.

Тема 4. Управлінські рішення

Визначення поняття „управлінські рішення”. Класифікація рішень. Моделі прийняття рішень. Процес прийняття управлінських рішень. Фактори, що впливають на процес прийняття управлінських рішень. Моделі і методи прийняття рішень. Компоненти управлінської моделі: цільові установки менеджменту, характер впливу зовнішнього оточення, варіація результативності, органи управління та внутрішній потенціал організації. Економічні моделі управління: максимізації темпів самозростання капіталу;

виводу організації з кризового стану; виводу з безприбуткового стану. Адміністративні управлінські моделі: жорстка директивна; ліберальне адміністрування; внутрішньоорганізаційне підприємництво; співучасті; м'яке адміністрування; самоврядування.

Тема 5. Організація керівництва та мотивація діяльності

Завдання менеджера щодо керівництва діяльністю підприємства, форми участі у виконанні функцій. Рациональний розподіл функцій між керівником та працівниками апарату. Принципи та етапи розподілу управлінських функцій.

Дотримання субординації. Проектування складу структурних одиниць.

Загальна характеристика мотивації. Мотиваційний процес. Фізіологічні, психологічні і соціальні потреби. Змістовні теорії мотивацій. Процесуальні теорії мотивації: теорія справедливості, теорія сподівання. Концепція партисипативного управління.

2. Основи підприємницької діяльності

Тема 1. Види організаційно-правових форм організації бізнесу

Тема 2. Концептуальні засади підприємницької діяльності.

Тема 3. Зовнішнє та внутрішнє середовище бізнесу та підприємства. Стратегічний потенціал підприємства та формування його конкурентних переваг.

Тема 4. Бізнес-планування. Принципи та правила складання.

Тема 5. Витрати бізнесу. Види, принципи управління. Критична крапка.

3. Маркетинговий менеджмент

Тема 1. Стратегії маркетингової політики та розвиток концепцій. Стратегії маркетингу як відкритої мобільної системи.

Тема 2. Управління маркетинговою інформаційною системою на основі проведення маркетингових досліджень. Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів у стратегії маркетингу.

Тема 3. Розробка стратегії товару у комплексі маркетингу.

Тема 4. Цінова стратегія у комплексі маркетингу.

Тема 5. Стратегія розповсюдження у комплексі маркетингу.

Тема 6. Стратегії комунікації у комплексі маркетингу.

3. Перелік рекомендованої літератури

1. Основи менеджменту

1. Економічні дослідження (методологія, інструментарій, організація, апробація) : навч. посіб. за ред. А.А. Мазаракі. - 2-ге вид., 2010.

— 279 с.

2. Менеджмент : навчальний посібник / В. А. Рульєв, С. О. Гуткевич. - К.: ЦУЛ, 2011. - 312 с. - ISBN 978-611-01-0151-6.
3. Менеджмент / В. В. Стадник, М. А. Йохна. - 2-ге вид., випр., допов. - К.: Академвидав, 2010. - 472 с. - (Альма-матер). - ISBN 978-966-8226-41-0.
4. Сучасні теорії менеджменту [Текст] : навчальний посібник / М. В. Туленков. - К.: Каравела, 2012. - 304 с. - ISBN 966-8019-88-1.
5. Міжнародний менеджмент [Текст] : навчальний посібник / М. В. Вихор [та ін.]. - К.: ЦУЛ, 2011. - 488 с. - ISBN 978-966-364-872-9.
6. Менеджмент організації [Текст] : навчальний посібник / І. А. Маркіна, Р. І. Біловол, В. А. Власенко ; Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України, Вищий навчальний заклад Укоопспілки "Полтавський університет економіки і торгівлі". - К.: ЦУЛ, 2013. - 248 с. - ISBN 978-617-673-112-2.
7. Менеджмент: теорія і практика : навч. посіб. / А.А. Мазаракі, Г.Є. Мошк, Л.А. Гомба та ін. - К. : Атіка, 2009. — 564 с.
8. Тимошенко Л.М. Економіка підприємства: Навчальний посібник . Д: РВВ ДНУ, 2009.
9. Щипанова О.В. Економіка підприємства: Управлінські аспекти: Навч. посіб. – Д.: РВВ ДНУ, 2010. – 136 с
10. Трансформація міжнародних економічних відносин в епоху глобалізації: колективна монографія / кол. авт. за ред. А.П. Голікова, О.А. Довгаль. – Х.: ХНУ ім. В.Н.Каразіна, 2015.-316с.

2 Основи підприємницької діяльності

1. Петрович Й.М., Захарчин Г.М. Організація виробництва : підручник. – Львів: «Магнолія плюс», 2005. – 400 с.
2. Петрович Й.М., Кіт А.Ф., Кулішов В.В. та ін.. Економіка підприємства: підручник / за загальною редакцією Й.М. Петровича – Львів: «Магнолія плюс», видавець В.М. Піча – 2004.-680 с.
3. Протонова В.О., Полонський А.Н. Економіка підприємства: Навч. посіб. – К.: ЦУП, 2003 – 220 с.
4. Пушкар М.С. Планування і організація підприємств, об'єднань, комплексів. Навч. посібник. - К.: НМК ВО, 1992.
5. Ранцкнй К. А. Экономика предприятия. — М.: ИВИЦ “Маркетинг”, 2000.
6. Сідун В.А., Пономарьова Ю.В., Економіка підприємства: навч. посіб. – Київ: Центр навчальної літератури, 2003. – 436с.
7. Сергеев И. В. Экономика предприятия. — М.: Финансы и статистика, 2000.
8. Телетов О.С. Маркетинг у промисловості: Підручник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 248 с.

9. Шумейко В. Організаційні структури управління маркетингом на виробничих підприємствах. // Маркетинг в Україні, № 1, 2009. – С. 46-49.

3. Маркетинговий менеджмент

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підручник / С.С. Гаркавенко. - 5-те вид., допов. - К. : Лібра, 2007. - 720 с.
2. Парсяк, Володимир Никифорович. Маркетинг: від теорії до практики [Текст] : навчальний посібник для вузів / В. П. Парсяк. - К. : Наукова думка, 2007. - 255 с.
3. Михалева, Елена Петровна. Маркетинг : конспект лекцій / Е. П. Михалева. - М. : Высшее образование, 2008. - 222 с.
4. Корж, Марина Володимірівна. Маркетинг: навчальний посібник / М. В. Корж. - К. : Центр учбової літератури, 2008.
5. Маркетинг : підручник. - 3-тє укр. вид. - К. : Навчально-методичний центр "Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні", 2009. - 648 с.
6. Маркетинг: підручник / за ред. А. О. Старостіної. - К. : Знання, 2009. - 1070 с.
7. Дурович, Александр Петрович. Маркетинговые исследования [Текст] : учеб. пособие / А. П. Дурович. - Минск : ТетраСистемс, 2011. - 432 с.

4. Критерії оцінювання

Засобом діагностики є тестове завдання закритої форми з запропонованими відповідями, з яких вибирають правильні множинним вибором (чотири відповіді, тільки одна з яких є правильною) та завдання відкритої форми. Кожна вірна відповідь оцінюється в 2 бали; 0 балів, якщо вказано неправильну відповідь, або вказано більше однієї відповіді, або відповіді не надано.

Тест (добірка тестових завдань кожного варіанта) має включати кількість тестових завдань, що є достатньою для забезпечення відповідної точності методу вимірювання. Ця характеристика має назву довжини тесту і складає 50 тестових завдань закритої форми.

Тестові завдання забезпечують пропорційне представництво всіх визначених до кваліфікаційної атестації дисциплін та різноманітних змістовних модулів зі складу кожної з цих дисциплін.

Структура білету

на фахове вступне випробування зі спеціальності 073 «Менеджмент»
для освітньої програми «Менеджмент організацій»
на основі освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста

№ п.п.	Вид завдання	Кількість завдань	Дисципліни та кількість тестів у білеті	Максимальна кількість балів
	Тести (закрита форма)	50	- Основи менеджменту (30) - Основи підприємницької діяльності (10) - Маркетинговий менеджмент (10)	100

Кількість варіантів тестів до вступного випробування складатиме 2 варіанта.

Екзаменаційне завдання розраховано на 2 астрономічні години.

Загальні критерії оцінювання:

Елементи контролю	Максимальна кількість балів
Тестові завдання закритої форми (50 тестів за кожну правильну відповідь – 2 бали)	100
Разом	100