

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД «КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
РИНКОВИХ ВІДНОСИН»**

ЗАТВЕРДЖЕНО:

Вченою радою Київського університету
ринкових відносин

протокол №

від "14" квітня 2021 року

Голова Вченої ради



І.В. Черевань

**ПРОГРАМА ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ
ДЛЯ ОСІБ, ЯКІ ВСТУПАЮТЬ НА НАВЧАННЯ ДЛЯ ЗДОБУТТЯ
ДРУГОГО РІВНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ
073"МЕНЕДЖМЕНТ"**

1. Пояснювальна записка

Програма вступного фахового випробування призначена для абітурієнтів, які здобувають освітній ступінь «магістр» за спеціальністю «Менеджмент» спеціалізацією «Менеджмент бізнес-адміністрування».

Для забезпечення ефективної реалізації завдань освітньої та професійної підготовки магістра при конкурсному відборі студентів до магістратури висувуються вимоги щодо їх здібностей та підготовленості відповідно до діагностики системних знань, умінь і навичок, визначених програмами нормативних дисциплін.

Програма вступного фахового випробування базується на нормативних дисциплінах професійного спрямування і складена відповідно до місця й значення дисциплін за структурно-логічною схемою, передбаченою освітньо-професійною програмою бакалавра.

Вступне фахове випробування проводиться з метою виявлення рівня підготовки вступника, визначення міри володіння професійними знаннями для подальшого опанування освітнього ступеня «магістр» за спеціальністю «Менеджмент». Воно складається з тестової перевірки знань, що формують компетенції, визначені кваліфікаційною характеристикою.

У кожному білеті подається інтегрований матеріал певного функціонального спрямування з дисциплін Менеджмент; Економіка і фінанси підприємства; Маркетинг.

Екзаменаційні білети складаються з 50 тестових завдань.

Під час вирішення тестових завдань студенти використовують отримані під час навчання знання, практичний досвід та знання отримані шляхом самоосвіти.

2. ОПИС ОСНОВНИХ РОЗДІЛІВ ТА ЇХ КОРОТКИЙ ЗМІСТ

1. Сутність, розвиток і роль менеджменту

Сутність управління. Суб'єкт та об'єкт управління. Різні визначення терміна «менеджмент». Менеджмент як професійна діяльність, наука і навчальна дисципліна. Мистецтво менеджменту.

Цілі й завдання менеджменту. Підвищення ролі та значення менеджменту в сучасних умовах.

Управлінські відносини як предмет вивчення менеджменту. Їх класифікація за суб'єктом, обсягом влади, способом спілкування залежно від регламентованості.

Розвиток теорії і практики менеджменту. Підхід до управління з позицій виділення різних шкіл (наукового менеджменту, адміністративного управління, людських стосунків, поведінських наук, кількісного підходу). Процесний, системний і ситуаційний підходи в менеджменті.

2. Теорія організації

Поняття організації. Формальні та неформальні, прості й складні організації. Види організацій в Україні. Підприємства, їх різновиди (за галузевою належністю, формою власності, організаційно-правовою формою, розміром). Об'єднання підприємств (концерни, картелі, консорціуми, асоціації, холдинги).

Загальні риси організацій. Організація як відкрита система. Основні підсистеми.

Внутрішнє середовище організації, взаємозв'язок внутрішніх змінних (цілі, структура, завдання, технологія, люди), фази життєвого циклу організації.

Зовнішнє середовище організації – загальні характеристики (взаємозалежність факторів, складність, рухомість, невизначеність середовища). Фактори прямої та непрямой дії. Імідж підприємства.

Public Relation.

3. Принципи та функції менеджменту

Загальні принципи: плановість, науковість, співвідношення галузевого й територіального управління, поєднання централізованого регулювання з господарчою самостійністю, єдиноначальність та колегіальність, самоврядування, стимулювання.

Принципи управління за Файолем. Кібернетичні принципи (системність, ієрархічність, необхідність різноманіття, обов'язковість зворотного зв'язку).

Поняття функцій менеджменту, їх класифікація. Характеристика основних (загальних) і часткових функцій менеджменту, зв'язок між ними. Взаємозв'язок планування, організації, мотивації, контролю й координації.

Сутність функції планування. Процес стратегічного планування. Стратегії обмеженого зростання, зростання, скорочення та поєднання. Вибір стратегії.

Планування реалізації стратегії. Тактика, політика, процедури, правила. Оцінка стратегії.

Сутність організації як управлінської функції, її основні аспекти. Елементи організації: обов'язки, повноваження, відповідальність. Обмеженість повноважень.

Сутність мотивування. Основні її компоненти: мотиви і стимули. Потреби первинні та вторинні. Винагорода внутрішня й зовнішня. Мотиваційне ядро. Установка на успіх й уникнення невдачі.

Змістовні теорії мотивування (теорія Маслоу, модель Герцберга). Процесуальні теорії мотивування (теорія очікувань; теорія справедливості).

Індивідуальне та групове мотивування. Стимулювання праці. Сутність і елементи управлінського контролювання. Вирішення проблем невизначеності, попередження виникнення кризових ситуацій, підтримки успіху.

Форми управлінського контролювання: попередній, поточний і заключний. Принципи ефективного контролювання.

Процес управлінського контролювання: розробка стандартів та критеріїв, порівняння досягнутих результатів із встановленими стандартами, етап дії. Людина як об'єкт управлінського контролювання.

Сутність координування. Етапи координування: зворотний зв'язок, оцінка виконання рішень, коригування рішень.

4. Організація взаємодії та повноважень

Делегування діяльності: суть, переваги, оптимальні умови виконання. Перешкоди у делегуванні (з боку керівників та виконавців) та шляхи їх подолання.

Лінійні й функціональні повноваження.

Побудова організації, організаційне проектування. Елементи організаційних структур. Макро- та мікроструктури. Класифікація організаційних структур управління. Лінійні й функціональні структури управління. Комбіновані організаційні структури: лінійно-функціональні, лінійно-штабні, дивізійні, матричні.

Принципи побудови структур управління. Централізація та децентралізація.

Діапазон керованості, фактори, що його визначають.

Етапи розподілу управлінської праці. Дотримання субординації. Визначення функцій заступників. Організація взаємодії. Комунікаційно-інформаційні аспекти розпорядчої діяльності.

5. Система методів менеджменту

Сутність методів менеджменту та їх класифікація. Адміністративні методи менеджменту: організаційні (регламентування, нормування, інструктування), розпорядчі (накази, розпорядження, постановка завдань, інструктування, координація робіт). Інструктування підлеглих. Оцінювання виконання.

Економічні методи менеджменту: стимули, податки, фінанси, кредит, бюджет, ціни, тарифи тощо.

Соціальні методи: управління окремими груповими явищами і процесами; управління індивідуально-особистою поведінкою.

Психологічні методи: методи формування й розвитку трудового колективу, методи гуманізації стосунків у трудовому колективі, методи психологічного спонукання, методи професійного відбору і навчання.

Взаємозв'язок методів менеджменту.

6. Управлінські рішення

Сутність та класифікація проблем. Сутність і класифікація управлінських рішень за: сферою охоплення; тривалістю дії; рівнем прийняття; характером розв'язуваних задач; масштабами впливу; строками впливу, напрямом впливу; способами обґрунтування; спосо-бами прийняття; функціональним змістом; ступенем директивності; типом проблеми; формою; залежно від повноти інформаційного забезпечення; взаємозалежністю. Вимоги до якості рішень. Процес вироблення рішень: етапи підготовки, приймання, реалізації. Розробка альтернатив. Критерії оцінки. Фактори, що впливають на процес приймання рішень.

Методи і моделі прийняття рішень. Процес побудови моделей. Теорія ігор, черг, економічний аналіз, платіжна матриця, дерево рішень, прогнозування.

7. Комунікації у менеджменті

Інформація в управлінні. Суть, класифікація управлінської інфор-мації (за змістом, формою і знаком передавання, формою фіксування, стадією обробки, місцем походження, часом, повнотою та можливістю використання, достовірністю, джерелом).

Кількісні та якісні (економічність, достовірність, повнота, актуальність, цінність, змістовність, сприйманість, адекватність, вартість) характеристики управлінської інформації.

Методи збирання й обробки інформації. Групування та систематизація; моделювання (моделі вербальні, фізичні, аналогові, математичні); експеримент. Використання методів інших наук.

Значення комунікації. Види комунікацій в управлінні. Чутки. Організація комунікаційного процесу, його етапи. Зворотний зв'язок. Викривлення. Міжособистісні та організаційні бар'єри комунікації, їх подолання.

Інформаційні системи процесу управління – централізовані та децентралізовані. Вдосконалення інформаційних систем.

8. Управління колективом

Різновиди соціальних груп.

Колектив як соціальна група. Ознаки колективу: спільність мети, єдність інтересів, організаційна оформленість, постійне спілкування у процесі роботи, соціально-психологічна спільність. Функції та повно-важення трудових колективів.

Різновиди колективів: за видами діяльності, тривалістю існування. Рівні об'єднання працівників у колективи. Особливості первинних трудових колективів.

Структура трудового колективу. Реальна структура: виробничо-функціональна, соціально-психологічна. Умовна структура: професійно-кваліфікаційна, соціально-демографічна. Специфіка жіночих колективів.

Розвиток трудового колективу: стадія формування, диференціації та інтеграції. Особливості менеджменту на різних стадіях розвитку трудового колективу.

Згуртованість колективу: суть, стадії та рівні. Колективи згуртовані, розчленовані й роз'єднані. Показники згуртованості. Фактори, що впливають на згуртованість (загальні та специфічні), роль менеджера.

Соціально-психологічний клімат трудового колективу, його суть і формування. Формальні та неформальні стосунки у колективі. Ефективне керівництво неформальними групами. Сумісність у колективі.

9. Управління конфліктами, змінами і стресами

Конфлікт, сутність, об'єктивні та суб'єктивні передумови його виникнення. Можливі стратегії поведінки у конфлікті. Функціональні й дисфункціональні наслідки конфлікту.

Причини виникнення конфліктів, їх види та профілактика конфліктів.

Модель процесу конфлікту. Аналіз конфліктної ситуації. Розрізнення причин і приводів. Виявлення інтересів опонентів.

Конструктивне вирішення конфліктів. Структурні та міжособистісні методи вирішення конфліктів. Стреси в управлінні.

Причини і прояви опору змінам. Типи психологічних бар'єрів. Передумови позитивного ставлення до нововведень. Подолання індивідуального та групового опору змінам (інформування, навчання, співучасть, особистий вплив, стимулювання, звільнення).

Науково-технічне співробітництво: конкуренція і кооперація у сфері сучасних технологій.

10. Керівництво та лідерство. Культура управління

Керівництво в організації. Особистий вплив і влада. Необхідність влади в управлінні. Баланс влади. Форми влади та впливу. Класифікація основ влади: заснована на примусі, винагороді, законна влада, влада прикладу, влада експертних знань, влада через переконання. Порівняльна характеристика різних методів впливу на підлеглих.

Вплив через переконання і вплив через участь. Лідерство як соціально-психологічне явище. Роль лідера в управлінні колективом. Формальне й неформальне лідерство.

Огляд теорій лідерства. Підхід з позицій особистих якостей. Поведінський підхід: стилі керівництва, теорія Х та У. Ситуаційний підхід – модель Фідлера, підхід «шлях-ціль», теорія життєвого циклу, модель Врума–Йеттона. Лідерство і стиль керівництва.

Стилі керівництва: автократичний, демократичний, ліберальний. Культура управління та її складові елементи. Культура управлінських працівників. Культура трудового процесу: культура організації праці, спілкування, процесу управління, документування тощо. Соціальна відповідальність керівника, її сутність і складові.

11. Управління персоналом

Менеджмент персоналу як соціальна система. Трудові ресурси, робоча сила, персонал, кадри організації. Людина як об'єкт менеджменту персоналу.

Різновиди соціальних груп, поведінка людей у групах. Формальні й неформальні групи. Різновиди колективів, їх структура та динаміка. Згуртованість колективу, соціально-психологічний клімат. Громадські організації, стосунки з профспілками. Колективне управління та його форми. Методи збирання соціальної інформації у колективі. Соціальний розвиток колективу.

Кадрова політика організації. Служби персоналу, їх різновиди та функції. Кадрове планування. Професія, спеціальність, посада. Проф-орієнтація. Добір кадрів, наймання персоналу, трудова адаптація. Оцінювання й атестація персоналу. Психологічний аналіз особи працівника. Управління мобільністю кадрів, трудова кар'єра. Розвиток персоналу, формування резерву. Вивільнення персоналу, плинність кадрів.

12. Організація управлінської праці

Особливості управлінської праці, її складові. Принципи й напрями наукової організації управлінської праці. Час як ресурс. Планування особистої праці, організація робочого місця менеджера. Робота з текстовими матеріалами. Організація та проведення нарад і зборів. Ділові зустрічі, переговори. Управління потоком відвідувачів. Раціоналізація телефонних контактів. Основи взаємодії керівника і секретаря. Використання технічних засобів управління.

Документи, їх функції та різновиди, система документації. Види потоків документів. Порядок проходження й виконання документів.

13. Ефективність менеджменту

Ефективність менеджменту: економічні й соціальні аспекти. Критерії та показники оцінки.

Співвідношення результатів діяльності та витрат. Система показників. Загальний процес управління ефективністю.

Критерій результативності й розвитку організаційної системи. Пріоритетність продуктивності. Взаємозв'язок факторів: розмір підприємства, цілі та функції, технологічні процеси, стадії розвитку, ступінь адаптованості.

14. Підприємство в соціально орієнтованій ринковій економіці

Підприємство як суб'єкт господарювання. Підприємство як об'єкт ринкових відносин. Організаційно-економічні умови функціонування підприємств.

Зовнішнє середовище функціонування підприємства, його характеристика. Ринок та його інфраструктура. Державний регуляторний механізм діяльності підприємства.

Види підприємства та їх класифікація. Економічні особливості різних видів підприємств. Об'єднання підприємств.

Управління підприємством, основні функції процесу управління. Організаційна структура управління підприємством.

15. Напрями діяльності підприємства

Напрями та види діяльності підприємства.

Операційна діяльність підприємства. Основні положення теорії організації виробництва. Виробничий процес, типи його організації. Виробничий цикл, його структура, методи розрахунку. Методи організації виробництва.

Мета, функції та завдання матеріально-технічного забезпечення підприємства. Виробнича логістика на підприємстві.

Маркетингова діяльність підприємства, її завдання та функції. Інноваційна діяльність підприємства: зміст, види і напрями. Поняття й види інвестиційної діяльності підприємства.

Сутність фінансової діяльності підприємства. Принципи та особливості організації фінансової діяльності підприємства. Фінансовий механізм підприємства і характеристика його основних елементів.

16. Планування діяльності підприємства

Зміст та основні принципи планування діяльності підприємства. Поняття і види планів, систематизація планів підприємства.

Технологія планування діяльності підприємства. Цільові характеристики діяльності підприємства, їх класифікація, вимоги до формування. Залежність цілей господарювання від стадій життєвого циклу підприємства. Дерево цілей та його побудова.

Стратегічне планування діяльності підприємства. Види стратегій діяльності. Розробка варіантів стратегій. Діагностика поточної реалізації обраної стратегії.

Тактичне й оперативне планування. Система планів економічного та соціального розвитку підприємства.

Методи планування показників діяльності. Оцінювання якості планів підприємства.

17. Продукція підприємства

Загальна характеристика, систематизація та методи вимірювання продукції, що виробляє і реалізує підприємство.

Сутність, показники й методи вимірювання якості продукції. Конкурентоспроможність продукції (послуг): сутність та чинники, що її визначають. Методика оцінювання конкурентоспроможності продукції.

Стандартизація продукції, принципи і сфера застосування. Сертифікація продукції (послуг), її організаційні основи. Товарна політика підприємства і механізм її здійснення. Життєвий цикл товару та його значення для розробки товарної політики підприємства.

18. Виробнича програма і матеріально-технічне забезпечення підприємства

Зміст, завдання та місце виробничої програми в системі господарських планів підприємства.

Інформаційне забезпечення обґрунтування виробничої програми підприємства. Методичні інструменти аналізу виконання виробничої програми. Маркетинговий аналіз як передумова формування програми випуску продукції.

Фактори, що визначають обсяги виробництва та реалізації продукції. Планування параметрів виробничої програми: послідовність, методи.

Умови й критерії оптимізації обсягів випуску продукції у конкурентному середовищі.

Суть і завдання матеріально-технічного забезпечення підприємства. Зміст плану матеріально-технічного забезпечення.

Планування матеріально-технічного забезпечення підприємства. Визначення потреби підприємства у матеріальних ресурсах.

Обґрунтування оптимальної партії постачання матеріальних ресурсів. Методи розробки норм витрат матеріальних ресурсів.

Аналіз та планування обсягів реалізації продукції підприємства. Оперативне виробниче планування обсягів, ритмічності виробництва і сезонності реалізації продукції.

Резерви зростання обсягів виробництва й реалізації продукції.

19. Виробнича потужність підприємства

Поняття виробничої потужності підприємства, виробничої потужності структурних підрозділів, окремих ланок виробництва, основного виду обладнання. Інформаційна база і послідовність розрахунку виробничої потужності підприємства. Методика визначення корисного фонду робочого часу.

Системи й методи визначення потужності підприємства. Баланс виробничої потужності підприємства. Взаємозв'язок виробничої потужності та пропускну здатності підприємства.

Фактори, що впливають на ефективність використання виробничої потужності, їх класифікація і характеристика. Резерви зростання виробничої потужності підприємства.

20. Ресурсний потенціал підприємства

Поняття та види економічних ресурсів.

Поняття потенціалу, ресурсного потенціалу підприємства, їх взаємозв'язок. Складові ресурсного потенціалу. Особливості ресурсного потенціалу підприємств різних видів економічної діяльності.

Взаємозв'язок окремих елементів ресурсного потенціалу підприємства. Критерії оптимізації структури ресурсного потенціалу.

Чинники, що зумовлюють рівень використання ресурсного потенціалу. Основні напрями підвищення ефективності ресурсного потенціалу підприємства.

21. Трудові ресурси підприємства

Трудові ресурси підприємства і характеристика їх видів. Принципи й завдання формування трудових ресурсів в умовах ринкової економіки. Фактори, що впливають на формування трудових ресурсів.

Продуктивність праці робітників: поняття і методи оцінки. Фактори, що впливають на продуктивність праці та їх класифікація. Основні напрями підвищення продуктивності праці й ефективності трудових ресурсів підприємства. Методи нормування витрат праці на підприємстві.

Форми мотивації праці робітників. Системи оплати праці та їх характеристика.

Тарифна система, її зміст, призначення та використання на підприємстві. Мінімальна заробітна плата і фактори, що її визначають. Державне регулювання оплати праці.

Форми додаткової заробітної плати. Форми й системи преміювання на підприємстві. Соціальні виплати та пільги як стимулюючий фактор продуктивності.

Методичні інструменти аналізу чисельності та фонду оплати праці підприємства.

Зміст плану з праці та порядок його розробки. Обґрунтування потреби підприємства у трудових ресурсах. Штатний розпис, його призначення і порядок складання. Методи планування фонду оплати праці.

22. Майнові ресурси (активи) підприємства

Сутність активів підприємства та їх місце в системі ресурсного забезпечення діяльності. Класифікація активів підприємства. Характеристики підприємства, що визначають особливості формування його активів.

Поняття, склад і класифікація необоротних активів підприємства. Особливості необоротних активів підприємства як складової його ресурсів.

Сутність, класифікація та особливості відтворення основних засобів підприємства. Амортизація як інструмент відтворення основних засобів та джерело формування фінансових ресурсів: поняття, методи нарахування. Методичні інструменти оцінки стану, руху й ефективності використання основних засобів підприємства.

Нематеріальні активи підприємства: сутність, класифікація, призначення, особливості формування та відтворення.

Довгострокові фінансові інвестиції підприємства: поняття, класифікація, методи оцінки.

Оборотні активи підприємства: економічна сутність і класифікація. Відмітні характеристики оборотних активів як складової ресурсів підприємства.

Поняття й особливості кругообороту оборотних активів підприємства. Сутність і методика оцінки виробничого, операційного та фінансового циклів підприємства.

Запаси як складова ресурсного забезпечення підприємства: сутність, класифікація, види вартості та методи оцінювання вибуття.

Дебіторська заборгованість підприємства як складова економічних ресурсів підприємства: сутність, склад, види вартості, призначення та класифікація.

Сутність і класифікація грошових активів підприємства та їх еквівалентів. Відмітні особливості грошових активів як складової майнових ресурсів підприємства. Особливості кругообороту грошових активів підприємства та інструменти його забезпечення.

Методичні інструменти аналізу активів підприємства. Обґрунтування планового обсягу активів підприємства: завдання, етапи та методи.

Резерви прискорення оборотності активів підприємства.

23. Капітал підприємства

Фінансові ресурси підприємства: сутність, склад, класифікація і джерела формування. Місце фінансових ресурсів у складі ресурсів підприємства. Відмітні характеристики підприємства, що визначають особливості формування його фінансових ресурсів. Кругооборот фінансових ресурсів підприємства в перебігу формування його капіталу. Капітал як складова ресурсів підприємства: характеристика сутності з позицій різних підходів та принципи його формування. Класифікація капіталу підприємства.

Власний капітал підприємства: сутність, склад, класифікація, функції, відмітні особливості. Особливості формування в залежності від основних характеристик підприємства.

Позиковий капітал підприємства: сутність, склад, класифікація, функції, відмітні особливості. Особливості формування в залежності від основних характеристик підприємства.

Кредитування як механізм формування позикового капіталу підприємства: поняття, принципи, завдання. Особливості, форми та інструменти банківського і небанківського кредитування підприємства.

Поняття структури й вартості капіталу підприємства. Методичні підходи до оцінки ефекту фінансового важеля та середньозваженої вартості капіталу підприємства.

Методичні інструменти аналізу капіталу підприємства: поняття, завдання, етапи та основні методи.

Планування обсягу і структури капіталу підприємства: сутність, етапи та методи.

Резерви зростання капіталу підприємства.

24. Поточні витрати підприємства і собівартість продукції

Сутність понять витрати, поточні й капітальні витрати підприємства, виробнича собівартість продукції, послуг та робіт. Взаємозв'язок і взаємообумовленість ресурсів та поточних витрат підприємства.

Класифікація поточних витрат.

Показники собівартості продукції та порядок їх обчислення. Поняття калькулювання продукції підприємства. Вибір калькуляційних одиниць. Методи калькулювання собівартості. Управління поточними витратами за системою директ-костинг. Особливості калькулювання собівартості продукції на підприємствах окремих галузей.

Методичні інструменти аналізу поточних витрат підприємства. Зміст та механізм дії виробничого лівериджу. Фактори, що впливають на формування поточних витрат підприємства. Шляхи раціоналізації складу витрат підприємства.

Методи планування поточних витрат підприємства. Кошторис витрат виробництва: поняття, склад і методика складання.

Резерви раціоналізації поточних витрат підприємства.

25. Доходи та цінова політика підприємства

Доходи підприємства в системі економічних показників його діяльності. Класифікація доходів підприємства.

Сутність, механізм формування доходів від операційної діяльності підприємства. Особливості формування доходів від операційної діяльності в окремих галузях господарювання. Фактори, що впливають на доходи від операційної діяльності.

Цінова політика підприємства як фактор формування його доходів від реалізації продукції: сутність та етапи розроблення. Характеристика ціноутворювальних факторів. Методи ціноутворення. Напрями забезпечення ефективності цінової політики.

Методичні інструменти та послідовність аналізу доходів підприємства.

Планування доходів підприємства: поняття, завдання та послідовність. Етапи планування доходів підприємства. Методи планування доходів підприємства: особливості й умови їх застосування.

Поняття і класифікація резервів зростання доходів підприємства.

26. Фінансові результати діяльності підприємства

Поняття, види і класифікація фінансових результатів діяльності підприємства. Місце прибутку в системі економічних показників діяльності підприємства. Сутність, функції та значення прибутку, джерела його утворення. Механізм формування чистого прибутку підприємства у взаємозв'язку з основними видами його діяльності.

Показники рентабельності підприємства і фактори, що їх визначають.

Методичні інструменти та послідовність аналізу прибутку підприємства.

Обґрунтування прибутку на плановий період: завдання й методичний інструментарій.

Резерви зростання прибутку підприємства: поняття, класифікація, методика оцінки.

Використання чистого прибутку підприємства.

27. Конкурентоспроможність підприємства

Сутність конкурентоспроможності підприємства. Класифікація видів та параметри конкурентоспроможності підприємства. Систематизація факторів, що визначають конкурентоспроможності підприємства.

Визначення підприємств-конкурентів. Особливості формування інформаційної бази оцінки конкурентоспроможності підприємства. Поняття і класифікація методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємства. Методи оцінки поточної конкурентоспроможності підприємства: основні характеристики й особливості застосування в перебігу оцінки статичної та динамічної конкурентоспроможності.

Оцінка стратегічної конкурентоспроможності підприємства: основні методичні підходи й особливості їх застосування.

Обґрунтування заходів щодо зміцнення конкурентоспроможності підприємства.

28. Фінансово-майновий стан підприємства і методи його оцінювання

Поняття фінансово-майнового стану підприємства, мета і завдання його дослідження. Основні елементи, що визначають фінансово-майновий стан підприємства.

Поняття й методи оцінки фінансово-майнового стану підприємства. Горизонтальний (трендовий) аналіз. Вертикальний (структурний) аналіз. Порівняльний (просторовий) аналіз. Аналіз фінансових коефіцієнтів (R-аналіз). Факторний аналіз. Експрес-метод діагностики фінансово-майнового стану.

Сутність понять ліквідності та платоспроможності підприємства. Показники оцінки ліквідності та платоспроможності підприємства. Сутність поняття фінансової стійкості підприємства. Класифікація фінансової стійкості підприємства. Показники оцінки фінансової стійкості підприємства. Сутність рентабельності діяльності підприємства. Показники оцінки рентабельності діяльності підприємства. Показники оцінки ділової активності підприємства. Комплексне оцінювання фінансово-майнового стану підприємства.

Інтегральне оцінювання фінансово-майнового стану підприємства. Вимоги до інтегральної оцінки фінансово-майнового стану підприємства. Послідовність етапів здійснення інтегрального оцінювання фінансово-майнового стану підприємства.

29. Ефективність діяльності та методичні засади її оцінювання

Поняття ефекту як результату діяльності підприємства, аналітичного показника і критерію оцінювання діяльності підприємства. Види ефекту. Ефективність діяльності підприємства: сутність та основні характеристики. Методичні засади оцінки ефективності діяльності підприємства. Поняття й систематизація показників ефективності діяльності підприємства.

Особливості оцінки ефективності основних видів діяльності підприємства: операційної, інвестиційної та фінансової. Оцінка ефективності інвестиційних та інноваційних проектів підприємства.

Методи інтегральної оцінки ефективності діяльності підприємства. Напрями підвищення ефективності діяльності підприємства.

30. Сучасні теорії та моделі розвитку підприємства. Трансформація (реструктуризація) підприємств у процесі розвитку

Поняття «розвиток», його роль, місце і значення в господарській діяльності. Видова класифікація процесів розвитку. Еволюційна та революційна концепції розвитку підприємств. Основні форми розвитку підприємства.

Концепції розвитку підприємств. Сучасні моделі розвитку підприємств. Методичний інструментарій аналізу процесів розвитку на підприємстві. Особливості управління підприємством за кожною моделлю розвитку.

Сутнісна характеристика й організаційні форми трансформації підприємств (організацій) та об'єднань.

Розроблення і реалізація програми (бізнес-проекту) трансформації підприємств. Методичні підходи до визначення ефективності трансформації господарюючих суб'єктів. Вітчизняний і зарубіжний досвід трансформації та реструктуризації.

31. Економічна безпека підприємства та його антикризова діяльність

Сутність і фази розгортання кризи. Фактори, що зумовлюють виникнення кризи. Банкрутство підприємства як результат розвитку кризових явищ у його діяльності. Фінансово-економічні передумови й наслідки виникнення ситуації банкрутства. Види банкрутства підприємства. Методичні підходи до визначення ймовірності банкрутства на підприємстві. Інститут банкрутства: сутність, цілі та завдання. Процедура розгляду й прийняття рішення у справі про банкрутство підприємства.

Загальна характеристика процесу ліквідації збанкрутілого суб'єкта господарювання. Оцінювання і продаж майна підприємства-банкрута. Черговість задоволення вимог кредиторів у процесі ліквідаційної процедури.

Цілі та форми санації. Відмітні особливості досудової та судової санації (фінансового оздоровлення). Зміст плану санації. Класифікація санаційних заходів.

Генезис формування й сучасне розуміння економічної безпеки підприємств, її місце і роль у системі управління підприємством. Система показників економічної безпеки підприємства. Оцінювання рівня економічної безпеки підприємства.

Методи моніторингу економічної безпеки підприємства. Механізми забезпечення економічної безпеки підприємства.

32. 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 і функції маркетингу на макро- та мікрорівнях. Види маркетингу.

33. Маркетингове середовище

Поняття і структура маркетингового середовища. Макро- й мікросередовище маркетингу. Зовнішнє та внутрішнє середовище 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.

34. Маркетингове поняття ринку та його основні характеристики

Маркетингове поняття ринку як сукупності реальних і потенційних покупців товарів та послуг. Функції ринку. Потенційний, доступний, кваліфікований, цільовий та опанований ринок. Місткість і частка ринку. Поняття ринкового попиту. Способи оцінки й 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 й сегментації ринку. Критерії сегментації ділових і споживчих ринків. Вибір цільових сегментів та формування цільового ринку. Позиціонування товару на цільовому ринку.

35. Товар у системі маркетингу

Маркетингова товарна політика в системі маркетингу підприємства, її зміст та завдання.

Товар як ключовий елемент комплексу маркетингу. Маркетингове поняття товару. Рівні товару. Класифікація товарів. Поняття номен-клатури товарів та товарного асортименту. Стратегії управління асортиментом: інновація, модифікація, елімінація.

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, гарантії та сервіс як складові маркетингової товарної політики.

36. 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 і 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, врахування умов постачання). Тактика ціноутворення.

37. 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 й опосередкованого збуту. Служба збуту на підприємстві. Організаційна структура служби збуту. Етапи управління створенням і функціонуванням служби збуту. Поняття про канал розподілу. Характеристики каналів розподілу. Місія торгових посередників. Типи і характеристика посередників. Умови вибору каналів розподілу. Маркетингові системи розподілу: вертикальні (адміністративні, договірні, корпоративні) та горизонтальні. Етапи управління створенням і функціонуванням системи каналів розподілу.

Оптова торгівля: функції, форми, сучасні особливості. Маркетингові рішення оптових торговців. Роздрібна торгівля: функції, форми, сучасні особливості. Маркетингові рішення роздрібних торговців.

38. 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 і класифікація маркетингових комунікацій. Етапи управління маркетинговими комунікаціями. Наукові підходи до оцінювання ефективності комунікацій.

Поняття й 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 і завдання зв'язків з громадськістю (PR). Основні інструменти зв'язків з громадськістю. Способи співпраці із засобами масової інформації.

39. Управління маркетинговою діяльністю

Поняття управління маркетинговою діяльністю. Функції управління маркетингом: інформаційне забезпечення, планування, організація та контроль маркетингової діяльності.

Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності. Поняття й структура маркетингової інформаційної системи. Зовнішня та внутрішня, первинна і вторинна маркетингова інформація.

Маркетингові дослідження: сутність та основні етапи. Цілі й 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 й етапи. Класифікація маркетингового планування. Методи планування. Призначення, основні розділи та порядок розробки плану маркетингу підприємства. Маркетингові стратегії: сутність і 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.

3. КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ

Тест	Оцінка за 12-бальною системою оцінювання	Оцінка за 100-бальною системою оцінювання	Оцінка за 200-бальною системою оцінювання
1	0	2	4
2	0	4	8
3	0	6	12
4	1	8	16
5	1	10	20
6	1	12	24
7	2	14	28
8	2	16	32
9	2	18	36
10	2	20	40
11	3	22	44
12	3	24	48
13	3	26	52
14	3	28	56
15	4	30	60
16	4	32	64
17	4	34	68
18	4	36	72
19	5	38	76
20	5	40	80
21	5	42	84
22	5	44	88
23	6	46	92
24	6	48	96
25	6	50	100
26	6	52	104
27	7	54	108
28	7	56	112
29	7	58	116
30	7	60	120
31	8	62	124
32	8	64	128
33	8	66	132
34	8	68	136
35	9	70	140
36	9	72	144
37	9	74	148
38	9	76	152
39	10	78	156
40	10	80	160
41	10	82	164
42	10	84	168
43	11	86	172
44	11	88	176
45	11	90	180
46	11	92	184
47	12	94	188
48	12	96	192
49	12	98	196
50	12	100	200

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баєва О.В. Основи менеджменту: практикум: Навч. Посібник / Баєва О.В., Ковальська Н.І., Згалат-Лозинська Л.О. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 524 с.
2. Балабанова Л.В. Маркетинг : підручник / Л.В. Балабанова. – Вид. 3-тє, перероб. і допов. – Київ : КНЕУ, 2011. – 543 с.
3. Басовский Л. Е. Менеджмент: учеб. пособ. / Л. Е. Басовский. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 216 с.
4. Бєсєдін М.О. Основи менеджменту: оцінно-ситуаційний підхід (модульний варіант): підручник / М.О. Бєсєдін, В.М. Нагаєв. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 496 с.
5. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента : у 2 т. / И.А. Бланк. – Київ : Ника-центр, Эльга, 2004.
6. Василенко В. О. Інноваційний менеджмент / В. О. Василенко, В. Г. Шматько. – К. : Центр навчальної літератури, 2005.
7. Василенко В.А. Менеджмент устойчивого развития предприятий: Монография / В.А. Василенко. – Киев: Центр учебной литературы, 2005 – 648 с.
8. Виноградський М. Д. Менеджмент в організації / Виноградський М. Д., Виноградська А. М., Шканова О. М. – К.: Кондор, 2004.
9. Виханський О.С. Менеджмент. Учебник. – 3-е изд. / О.С. Виханський, А.И. Наумов. – М.: Гардарики, 2000. – 528 с.
10. Воронкова В. Г. Регіонально-адміністративний менеджмент / Воронкова В. Г., Катаєв С.Л., Кіндратець О. М., Зуєва, В.О., Беліченко А. Г. – К.: ЦУЛ; Професіонал, 2010.
11. Гірняк О. М. Менеджмент. Теоретичні основи і практикум: навчальний посібник для студентів вищих закладів освіти / О. М. Гірняк, П. П. Лазановський. – К. : Магнолія плюс, Львів : Новий світ – 2000, 2003. – 336 с.
12. Дикань Н. В. Менеджмент / Н. В. Дикань, І. І. Борисенко. – К.: Знання, 2008.
13. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. Г.О. Швиданенко. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 816 с.
14. Економіка підприємства : підручник / І.О. Чаюн, Г.М. Богославець, Л.Л. Стасюк [та ін.] ; за заг. ред. Н.М. Ушакової. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 569 с.
15. Завадський, Й. С. Менеджмент: підручник для студентів економ. спец. вищих закладів : у 2 т. / Й. С. Завадський. – К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2003. – Т. 2. – 640 с.
16. Задихайло Д. В. Корпоративне управління : навчальний посібник / Д. В. Задихайло, О. Р. Кібенко, Г. В. Назаров. – Харків : Еспада, 2003. – 688 с.
17. Котлер Ф. Основы маркетинга : краткий курс / Ф. Котлер ; пер. с англ. – М. ; СПб. ; Київ : Вільямс, 2011. – 488 с.
18. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту. Підручник / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. – К.: Академ-видав. 2003. – 416 с.
19. Маркетинг : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / В. Руделіус, О.М.

Азарян, Н.О. Бабенко, Е.Н. Берковіць ; ред.-упоряд. : О.І. Сидо-ренко, Л.С. Макарова. – 4-те вид. – Київ : Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні, 2009. – 646 с.

20.Маркетинг : підручник / Єрмошенко М.М. [та ін.] ; за заг. ред. М.М. Єрмошенка, С.А. Єрохіна. – Київ : Нац. акад. упр., 2011. – 631 с.

21.Менеджмент організацій : учебное пособие / Л. А. Киржнер, Л. П. Киенко, Т. И. Лепейко, А. М. Тимонин. – К. : КНТ, 2006. – 688 с.

22.Микитюк П. П. Інноваційний менеджмент / П.П. Микитюк. – К.: Центр навчальної літератури, 2007

23.Мошек Г.Є. Менеджмент підприємства : підручник / Г.Є. Мошек. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. – 391 с.

24.Осовська Г.В. Менеджмент організацій : навч. посіб. / Г.В. Осовська, О.А. Осовський. – Київ : Кондор, 2009. – 860 с.

25.Пилипенко С.М. Менеджмент: навчальний посібник / Пилипенко С.М., Пилипенко А.А., Оленко В.І. – Харків: Вид. ХДЕУ. 2002. – 208 с.

26.Райченко А.В. Общий менеджмент: Ученик / А.В. Радченко. – М.: ИНФРА – М. 2005. – 384 с.

27.Рудінська, О. В. Менеджмент: навч. посіб. / О. В. Рудінська, С. Л. Яроміч, І. О. Молоткова. – Ніка-Центр, 2002. – 320 с.

28.Сахно Е. Ю. Менеджмент сервісу. Теорія та практика / Е. Ю. Сахно. – К.: ЦУЛ, 2010.

29.Спивак В. А. Современные бизнес-коммуникации / В. А. Спивак. – Питер, 2001. – 448 с.

30.Сухарський В. С. Менеджмент (загальний з основами спеціального) / В. С. Сухарський. – Тернопіль : Астон, 2004. – 528 с.

31.Туленков М. В. Сучасні теорії менеджменту : навч. посіб. / М. В. Туленков. – К. : Каравела, 2007. – 304 с.

32.Фінанси підприємств : підручник / кер. авт. кол. і наук. ред. А.М. Поддєрьогін. – Вид. 6-те, перероб. та допов. – Київ : Київ. нац. екон. ун-т, 2006.

33.Фінанси підприємства : підручник / Л.О. Лігоненко, Н.М. Гуляєва, Н.А. Гринюк [та ін.]. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 491 с.

34.Хміль Ф. І. Основи менеджменту : підручник / Ф. І. Хміль. – К. : Академвидав, 2003. – 608 с.

35.Шегда А. В. Менеджмент: навч. посіб. / А. В. Шегда. – К.: Знання, КОО, 2002. – 583 с.