

Міністерство освіти і науки України
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Голова Приймальної комісії



ПРОГРАМА

фахового випробування з
управління та адміністрування

для зарахування на навчання на перший рік навчання за освітнім рівнем
магістра за спеціальністю

075 «Маркетинг»

(освітньо-професійна програма Маркетинг)

на основі освітнього на основі освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст,
освітнього рівня магістр у 2023 році

Розглянуто та схвалено
на засіданні Приймальної комісії
Прикарпатського національного
університету імені Василя Стефаника
Протокол № 1 від 24.04.2023 р.

Івано-Франківськ – 2023

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Метою вступного випробування з “Управління та адміністрування” є перевірка знань і відбір вступників для зарахування на навчання за освітнім рівнем магістра за спеціальністю 075 Маркетинг при прийомі на навчання на основі освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст, освітнього рівня магістр до Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника у 2023 році.

Програма містить основні питання в розрізі дисциплін: «Менеджмент», «Маркетинг», «Підприємництво», та перелік рекомендованої літератури.

Наведений перелік питань, які виносяться на вступне випробування дасть можливість вступнику систематизувати свої знання та допоможе зорієнтуватися, на які питання треба звернути увагу при підготовці до вступного випробування.

Перелік рекомендованої літератури сприятиме у пошуку і підборі джерел підготовки для вступного випробування.

ОСНОВНІ ПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ

МЕНЕДЖМЕНТ

1. Сутність та функціональні сфери менеджменту.
2. Організація та її середовище в менеджменті.
3. Рівні менеджменту в організації.
4. Методи менеджменту.
5. Сутнісна характеристика процесного, системного та ситуаційного підходів у менеджменті.
6. Визначення планування та його завдання.
7. Система планів організації, етапи процесу планування за Р.Акоффом.
8. Визначення і функціональне призначення стратегічного планування.
9. Етапи стратегічного планування.
10. Управління реалізацією стратегічного плану.
11. Функція організування та її місце в системі менеджменту.
12. Організування та організаційна діяльність.
13. Делегування повноважень у менеджменті: поняття, елементи процесу делегування, типи повноважень (лінійні, штабні, функціональні).
14. Організаційна структура як результат організаційної діяльності: рівні складності, централізації та децентралізації.
16. Основні елементи та склад організаційної структури управління.
17. Типи організаційних структур управління: лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, дивізіональна, матрична, мережева.

18. Мотивування як процес спонукання себе й інших до діяльності шляхом використання мотивів людини для досягнення особистих цілей або цілей організації.

19. Головні поняття мотивування: потреба, мотив ,спонукання, стимул, винагорода, цінність.

21. Види мотивування.

22. Змістові та процесуальні теорії мотивування.

23. Контролювання як процес виявлення можливих відхилень запланованих показників, встановлення причин цих відхилень і розроблення заходів щодо їх усунення.

24. Основні види контролювання.

25. Етапи процесу контролювання.

26. Інформація та її види.

27. Вимоги до управлінської інформації.

28. Поняття комунікації, її види та засоби.

29. Перешкоди в комунікаціях.

30. Комунікаційний процес.

31. Управлінські рішення в менеджменті.

32. Чинники впливу на процес прийняття управлінських рішень.

33. Зміст основних етапів прийняття управлінських рішень (за М. Месконом).

34. Методи обґрунтування та прийняття управлінських рішень.

35. Вплив як будь-яка поведінка однієї людини, яка змінює поведінку, відносини або відчуття іншої людини.

36. Форми впливу у менеджменті.

37. Типи влади у менеджменті, влада примусу; влада винагороди; законна (традиційна) влада; влада експерта; еталонна влада (влада прикладу).

38. Лідерство як здатність через особисті якості впливати на поведінку окремих осіб чи груп працівників у процесі спрямування їх діяльності на досягнення цілей організації.

39. Підходи до лідерства.

40. Стиль керівництва як звична манера поведінки керівника щодо підлеглих для здійснення на них впливу та спонукання до досягнення цілей організації.

41. Класифікація стилів керівництва (за Куртом Левіним): авторитарний, демократичний, ліберальний.

ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Микитюк, Петро Петрович, et al. "Інноваційний менеджмент." (2019). URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/36441/3/%D0%9C%D0%B8%D0%BA%D0%B8%D1%82%D1%8E%D0%BA%20%281%29.pdf>

2. Сумець, О. М. "Стратегічний менеджмент: підручник." (2021). URL:

https://dspace.univd.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/10134/Stratehichnyi%20menedzhment_Sumets_2021.pdf?sequence=1

3. Верланов, Ю. Ю. "Фінансовий менеджмент." (2021). URL: <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/505/1/%d0%92%d0%b5%d1%80%d0%bb%d0%b0%d0%bd%d0%be%d0%b2%20%d0%ae.%20%d0%ae.%20%d0%a4%d1%96%d0%bd%d0%b0%d0%bd%d1%81%d0%be%d0%b2%d0%b8%d0%b9%20%d0%bc%d0%b5%d0%bd%d0%b5%d0%b4%d0%b6%d0%bc%d0%b5%d0%bd%d1%82.pdf>

4. Терлецька, Наталія, et al. "Менеджмент і адміністрування: підручник для бакалаврів." (2022). URL: <https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/4882>

МАРКЕТИНГ

1. Основні поняття та класифікація маркетингу.
2. Підходи комерційних організацій до управління маркетингом.
3. Поведінка споживача.
4. Поняття маркетингового середовища.
5. Система маркетингової інформації.
6. Комплекс маркетингу.
7. Система організації служби маркетингу.
8. Класифікація товарів.
9. Концепція життєвого циклу товару.
10. Розроблення товару.
11. Процес ціноутворення.
12. Підходи до ціноутворення.
13. Визначення каналів розподілу.
14. Функції каналів розподілу: стимулювання збуту, встановлення контактів, пристосування товарів, проведення перемовин, організація товароруху, фінансування, прийняття ризиків.
15. Рівні каналів розподілу: нульовий, однорівневий, дворівневий, трирівневий канали.
16. Показники каналів розподілу: довжина, ширина.
17. Визначення стратегії розподілу: інтенсивний маркетинг, вибіркове проникнення, широке проникнення, пасивний маркетинг.
18. Комплекс маркетингових комунікацій.
19. Характеристика моделі AIDA (модель ефективного звернення до цільової аудиторії): звернення має привернути увагу,
20. Чинники, що визначають структуру комплексу стимулювання: тип товару чи ринку; тип стратегії проштовхування товару та стратегія залучення споживача до товару; ступінь готовності покупця; етап життєвого циклу товару.

ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. URL: https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/MARKETING_NAVCH.POSIBNYK_SENYSHYN-KRYVESHKO_FINAL_ALL.pdf
2. Летуновська, Наталія Євгенівна, Лілія Миколаївна Хоменко, and Олексій Валентинович Люльов. "Маркетинг у цифровому середовищі." (2021). URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/download/123456789/83910/3/Letunovska_marketynh.pdf
3. Павлов, Костянтин Володимирович, Алла Миколаївна Лялюк, and Олена Миколаївна Павлова. "Маркетинг: теорія і практика." (2022). URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/21558/1/%d0%9f%d0%86%d0%94%d0%a0 %d0%9c%d0%b0%d1%80%d0%ba%d0%b5%d1%82%d0%b8%d0%bd%d0%b3 %d0%94%d0%a0%d0%a3%d0%9a%d0%20%d0%92%d0%90%d0%a0_01.11.2022.pdf

ПІДПРИЄМНИЦТВО

1. Сутність підприємництва.
2. Основні принципи та функції підприємницької діяльності.
3. Виробниче підприємництво.
4. Торговельне (комерційне) підприємництво.
5. Біржове підприємництво.
6. Підприємництво у сфері послуг.
7. Види підприємств за метою й характером діяльності.
8. Види підприємств за способом створення (заснування) та формування статутного капіталу.
9. Види підприємств за формами власності майна.
10. Види підприємств за національною належністю капіталу.
11. Види підприємств за технологічною цілісністю і ступенем підпорядкування.
12. Види підприємств за розмірами'.
13. Обґрунтування і вибір ідеї підприємницької діяльності.
14. Способи створення бізнесу.
15. Реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності.
16. Бізнес планування.
17. Розроблення бізнес-плану.
18. Склад основних розділів бізнес-плану.
19. Основні показники ефективності проекту.
20. Матеріальні ресурси.
21. Нематеріальні ресурси.
22. Трудові ресурси.
23. Фінансові ресурси.
24. Інвестиції в підприємницькій діяльності.
25. Результати підприємницької діяльності.

26. Показники ефективності використання основних засобів.
27. Показники ефективності використання трудових ресурсів.
28. Рентабельність.
29. Шляхи підвищення ефективності підприємницької діяльності.
30. Соціальна відповідальність бізнесу.
31. Складові соціальної відповідальності.
32. Ділова етика підприємця.

ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Підприємництво [Текст] : підручник / С. В. Панченко, В. Л. Дикань, О. В. Шраменко [та ін.]. – Харків : УкрДУЗТ, 2018. – Ч. 1. Теоретичні основи організації підприємницької діяльності. – 241 с. URL: <http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/2426/1/%D0%9F%D1%96%D0%B4%D1%80%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%BA.pdf>
2. Сотник, І. М., Таранюк, Л. М., Бабій, Т. В., Біловодська, О. А., Шкарупа, О. В., Ярова, І. Є., ... & Валенкевич, Л. П. (2018). Підприємництво, торгівля та біржова діяльність. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/80114/1/Sotnik_torgivlja.pdf
3. Рогач, С. М., Балановська, Т. І., Ткачук, В. А., Гуцул, Т. А., Гогуля, О. П., & Балан, О. Д. (2018). Економіка і підприємництво, менеджмент: навчальний посібник. URL: http://dglip.nubip.edu.ua/bitstream/123456789/5805/1/Rogach_E%D1%96P_M_2018.pdf

КРИТЕРІЙ ОЦІНЮВАННЯ

Порядок проведення та критерії оцінювання вступних випробувань регулюється Положенням про організацію вступних випробувань у Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника.