

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖНАРОДНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Голова приймальної комісії
професор А. Ф. Крижановський

« 05 » _____ 2018 р.



ПРОГРАМА
ВСТУПНОГО МІЖДИСЦИПЛІНАРНОГО ВИПРОБУВАННЯ
для вступників на основі освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»
для вступу на освітньо-кваліфікаційний рівень «бакалавр»
з напрямку „Менеджмент”

ОДЕСА – 2018

ЗМІСТ

1. Загальні положення.
2. Анотації та ключові питання з дисциплін, що виносяться на вступне випробування
3. Приклад завдань тестової частини
4. Критерії оцінки виконання завдань вступного випробування
5. Список рекомендованої літератури

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ.

Фахові вступні випробування на навчання за освітньо-професійними програмами підготовки бакалаврів з напрямку „Менеджмент” проводяться з метою визначення можливості вступників засвоювати навчальні програми підготовки бакалавра. Фахові вступні випробування здійснюються шляхом оцінки рівня професійних знань, умінь та навичок вступників, передбачених Галузевим стандартом вищої освіти Міністерства освіти і науки України (ГСВО МОН).

2. АНОТАЦІЇ ТА КЛЮЧОВІ ПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІН,

ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ІСПИТ

- а) назва дисципліни;
- б) зміст дисципліни (коротка характеристика);
- в) перелік питань, що виносяться на іспит.

2.1. «ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ»

Зміст дисципліни

Цілі спільної діяльності, суб'єкт та об'єкт управління, управлінські відносини. Розвиток теорії та практики менеджменту, сучасні парадигми. Рівні та сфери менеджменту. Ознаки та загальні риси організацій, їх різновиди. Закони організації, організаційні процеси. Організація як відкрита система. Внутрішнє та зовнішнє середовище організації, етапи життєвого циклу. Принципи та функції менеджменту. Функція планування. Місія та цілі дерево цілей. Процес стратегічного планування. Мотивація та її основні компоненти. Змістовні та процесуальні теорії мотивації. Сутність, елементи та процес управлінського контролю, його різновиди. Етапи регулювання: зворотний зв'язок, оцінка виконання рішень, корегування рішень. Елементи організації: обов'язки, повноваження, відповідальність. Делегування діяльності. Побудова організації, організаційне проектування. Елементи організаційних структур, макро- і мікроструктури. Класифікація організаційних структур управління. Принципи та процес побудови структур управління. Технологія менеджменту. Система методів: адміністративні, економічні, соціально-психологічні. Сутність і складові процесу управління. Класифікація управлінських рішень, вимоги до їх якості. Етапи процесу вироблення рішень, фактори, що впливають на процес. Методи та моделі приймання рішень. Ризик. Інформаційне забезпечення управління. Види комунікацій, організація комунікаційного процесу. Керівництво в організації, форми влади та впливу. Теорії лідерства. Формальне та неформальне лідерство. Стилі управління. Адаптивне керівництво. Конфліктні ситуації: різновиди та причини виникнення. Модель і стадії розвитку конфлікту. Управлінський вплив на конфлікт. Природа організаційних змін, різновиди нововведень. Управління змінами, подолання опору. Організаційний розвиток. Природа стресу та управління ним. Модель сучасного менеджера, його самовдосконалення. Ролі менеджера в організації.

Соціальна відповідальність у менеджменті. Етика бізнесу. Культура організації. Ефективність управління.

Перелік питань, що виносяться на іспит

1. Сутність і зміст поняття «менеджмент».
2. Менеджмент як наука та практика управління.
3. Провідні наукові школи менеджменту.
4. Основні принципи менеджменту.
5. Система класифікації фірм у менеджменті.
6. Методика вивчення фірм.
7. Джерела інформації про фірми.
8. Основи економічного аналізу господарської діяльності фірми.
9. Материнська компанія як організаційно-економічний центр управління.
10. Найважливіші рівні апарата управління та їх функції.
11. Зміст і стадії прийняття управлінських рішень.
12. Зміст централізованої та децентралізованої форми управління фірмою.
13. Демократизація управління.
14. Делегування повноважень в управлінні фірмою.
15. Суть і зміст основних функцій управління.
16. Зміст, мета та види внутріфірмового планування.
17. Суть і зміст функції організації.
18. Класифікація організаційних структур у внутріфірмовому управлінні.
19. Основні принципи організаційної побудови фірми.
20. Основні види організаційних структур фірми.
21. Організаційна структура великої промислової фірми.
22. Внутріфірмовий контроль.
23. Форми та засоби реалізації внутріфірмового контролю.
24. Система внутріфірмового обліку і звітності.
25. Комерційний і внутріфірмовий розрахунок в управлінні фірмою.
26. Управління науково-технічним розвитком фірми.
27. Управління асортиментною та інноваційною діяльністю фірми.
28. Управління матеріально-технічним забезпеченням фірми.
29. Управління персоналом фірми.
30. Системи мотивації та стимулювання праці працівників фірми.
31. Планування кар'єри співробітників фірми.

2.2. «ОРГАНІЗАЦІЯ ПРАЦІ МЕНЕДЖЕРА»

Зміст дисципліни

Особливості управлінської праці, її складові. Принципи та 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 та секретаря. Використання технічних засобів управління. Документи, їх функції та різновиди, система документації. Вимоги до складання та оформлення документів, реквізити та бланки. Організаційно-розпорядчі документи. Документація з особового складу. Документи з господарської діяльності. Документування зовнішньоекономічної діяльності. Види потоків документів. Порядок проходження та виконання документів. Механізація процесів діловодства. Побудова служби діловодства.

Перелік питань, що виносяться на іспит

1. Поняття менеджменту із процесуальної та функціональної позицій.
2. Сутність праці менеджера.
3. Вимоги до ділових та персональних якостей менеджера.
4. Класифікація видів праці менеджера.
5. Сутність принципу Парето в роботі менеджера.
6. Роль інформації в організації праці менеджера.
7. Що таке економічна інформація?
8. Економічні, організаційно-розпорядчі та соціально-психологічні методи менеджменту.
9. Управлінський вплив та його рівні.
10. Теорії лідерства: підхід з позиції особистих якостей.
11. Теорії лідерства: біхевіористичний підхід до лідерства.
12. Теорії лідерства: ситуаційний підхід.
13. Форми ділового спілкування менеджера.
14. Етапи ділової співбесіди.
15. Фактори, що зумовлюють вибір того чи іншого стилю керівництва.
16. Поняття протоколу.
17. Поняття та зміст акту.
18. Поняття та зміст доповідної.
19. Сутність статуту організації.
20. Поняття та правила оформлення наказу.
21. Поняття та правила оформлення розпорядження.
22. Основні правила делегування обов'язків.
23. Стадії проходження стресу.
24. Поняття кризи професійного становлення менеджера.

2.3. «ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ»

Зміст дисципліни

Концепції маркетингу. Види маркетингу залежно від стану ринку, співвідношення попиту та пропозиції, галузі, суб'єктів господарювання. Глобальний маркетинг. Цілі маркетингової діяльності. Структура системи маркетингу. Контрольовані та неконтрольовані елементи макро- та мікросередовищ підприємства. Оцінка кон'юнктури ринку. Отримання та аналіз маркетингової інформації. Маркетингові інформаційні системи. Маркетингові дослідження: аналіз ринку товарів; конкурентів; вивчення потреб існуючих та потенційних споживачів, поведінки покупців, мотивації придбання товарів. Моделювання поведінки споживача. Оцінка місткості ринку. Сегментація ринків. Пошук нових та вибір цільових сегментів ринку. Класифікації товарів. Використання марок, упаковки, сервісних послуг у формуванні товарної політики. Створення та впровадження на ринок нових товарів. Аналіз показників конкурентоспроможності товарів. Концепція життєвого циклу товару. Залежність змісту маркетингової діяльності від стадії життєвого циклу. Ціноутворення на різних типах ринків. Розроблення цінової політики підприємства. Система товароруху. Види посередників. Чинники, що впливають на структуру каналів збуту. Функції виробників, оптових, роздрібних підприємств у розповсюдженні товарів. Методи збуту товарів. Види посередників. Реклама, пропаганда, стимулювання збуту, персональний продаж як складові комплексу маркетингових комунікацій. Етапи здійснення рекламної діяльності. Розроблення комунікаційної програми. Ефективність комунікаційних заходів. Ситуаційний аналіз. Аналіз конкурентоспроможності підприємства. Стратегічне та оперативне планування маркетингу. Бюджети маркетингу. Організація та контроль маркетингу підприємства.

Перелік питань, що виносяться на іспит

1. Маркетинг як концепція управління фірмою: поняття та сутність.
2. Основні види маркетингу та його соціально-економічна критика.
3. Основні принципи маркетингу.
4. Соціально-економічна критика маркетингу.
5. Об'єкти маркетингових досліджень.
6. Зовнішнє та внутрішнє середовище маркетингу.
7. Кабінетні та польові методи маркетингових досліджень.
8. Інформаційне забезпечення маркетингу.
9. Сегментація ринку та диференціація товару в маркетингу.
10. Цільовий ринок і принципи його вибору.
11. Позичування в системі маркетингу.
12. Товарна політика в системі маркетингу.
13. Цінова політика в системі маркетингу.
14. Збутова політика в системі маркетингу.
15. Політика просування в системі маркетингу.
16. Реклама та маркетинг.
17. Маркетингові стратегії та їх класифікація.
18. Маркетингова програма: утримування, види та місце в системі маркетингу.
19. Типи організаційної побудови служб маркетингу в компанії.

3. ПРИКЛАД ЗАВДАНЬ ТЕСТОВОЇ ЧАСТИНИ

Дисципліна «Основи менеджменту»

У чому полягає сутність принципу поєднання галузевого і територіального управління?

- а) управління діяльністю організацій має здійснюватися з урахуванням їх територіального розміщення;
- б) управління діяльністю організацій має здійснюватися з урахуванням тільки їх галузевої належності;
- в) управління діяльністю організацій має здійснюватися з урахуванням як галузевої належності, так і територіального розміщення;
- г) управління діяльністю організацій має здійснюватися з урахуванням розвитку продуктивних сил певного регіону, нових ринків збуту товарів та послуг.

Дисципліна «Основи маркетингу»

Як визначається місткість ринку:

- а) обсяг національного виробництва + експорт + імпорт;
- б) обсяг національного виробництва + експорт – імпорт + різниця обсягу (запаси збільшилися);
- в) обсяг національного виробництва + експорт – імпорт - різниця обсягу запасів (запаси збільшилися);
- г) обсяг національного виробництва - експорт + імпорт - різниця обсягу запасів (запаси збільшилися);
- д) обсяг національного виробництва - експорт + імпорт.

4. КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ВИКОНАННЯ ЗАВДАНЬ ВСТУПНОГО ІСПИТУ

Час ознайомлення з тестовим завданням та відповідями на нього обмежений 120 хвилинами. Тестове завдання складається з сорока тестових питань українською мовою. На кожне з питань в тестовому завданні є чотири відповіді, одна з яких є вірною. Правильна відповідь на кожне з сорока питань тестового завдання оцінюється в 0,3 бала, неправильна відповідь – 0 балів. Максимальна кількість балів, яку можна отримати – 12, що відповідає 12 балам шкільної системи оцінювання знань.

Оцінювання завдань здійснюється також у відповідності до європейських стандартів за такою шкалою:

- „А” - „відмінно” - 100% - 90% правильно виконаних завдань
- „В” - „дуже добре” - 89% - 80% правильно виконаних завдань
- „С” - „добре” - 79% - 70% правильно виконаних завдань
- „D” - „задовільно” - 69% - 60% правильно виконаних завдань
- „Е” - „зараховано” - 59% - 50% правильно виконаних завдань
- „F” - „незадовільно” - менш ніж 50% правильно виконаних завдань

Максимальна кількість балів – 100, відповідно шкала оцінювання загальних результатів буде такою:

- 90 – 100 балів: „відмінно”
- 80 – 89 балів „дуже добре”
- 79 – 70 балів „добре”
- 69 – 60 балів „задовільно”

5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.

1. Акімова Т.А. Теорія організації: Учеб. посібник для вузів. – М.: ЮНІТИ- ДАНА, 2003. – 367 с.
2. Ансофф І. Стратегічне управління: сокр. пер. с англ. / Науч. ред. и авт. предисл. Л.И. Евенко – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
3. Атаев А.А. Управленческая деятельность: практика и резервы организации – М.: Экономика, 1988. – 252 с.
4. Большаков А.С., Михайлов В.И. Современный менеджмент: теория и практика – СПб: Питер, 2002. – 416 с.: ил.
5. Веснин В.Н. Практический менеджмент персонала : Пособие по кадровой работе. – М.: Юристъ, 1998. – 496 с.
6. Внешнеэкономическая деятельность предприятия. Основы: Учебник для вузов/Г.Д. Гордеев, Л.Я. Иванова, С.К. Казанцев и др. Под ред. проф. Л.Е. Стровского. - М.: Закон и право, ЮНИТИ, 1996. – 408 с.
7. Грачев Ю. Практика внешнеэкономической деятельности. – М.: Прогресс. – 1996. – 180 с.
19. Грачев Ю. Транспортировка товаров при экспортно-импортных операциях. – М.: Прогресс. – 1995 – 124 с.
8. Грейсон Дж.К. мл., Оделл К. Американский менеджмент на пороге века: Пр. с нагл. – М.: Экономика, 1991. – 319 с.
9. Грин Роберт. 48 законов власти. – Пер. с англ. Е.Я. Мигуновой. – М.: Рипол Классик, 2001. – 768 с.
10. Дафт Р.Л. Менеджмент. – СПб: Питер, 2002. – 832 с.: ил.
11. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактики: Пер. С англ. / Под ред. Ю.Н. Каптуревского – СПб: Питер, 1999. – 560 с.
12. Друкер П. Эффективное управление. – М.: ФАИР-пресс, 2003. – 228 с.
13. Кобушко Т.В., Пономарев С.А. Встречная торговля: прошлое или будущее? – М.: Международные отношения. – 1989. – 174 с.
14. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга : Пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М.: Спб.; К.: Издат. дом «Вильямс», 1998 – 1056 с.
15. Кравченко В.О. Основы менеджменту: Навчальний посібник. – Одеса: Атлант, 2012 р. – 211 с.
16. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: Дело , 1994. – 702с.
17. Осовська Г.В. Основы менеджменту: Навч. посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: Кондор, 2003. – 556 с.
18. Осовська Г.В., Осовський О.А. Основы менеджменту. Навчальний посібник / К.: "Кондор", 2006.- 664 с.
19. Фомичев В.И. Международная торговля: Учебник. – М.: ИНФРА-М. – 1998. – 496 с.
20. Шатун В.Т. Основы менеджменту: Навчальний посібник. – Миколаїв: Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2006. – 376 с.
21. Хміль Ф.І. Основы менеджменту: Підручник. – К.: Академвидав, 2003. – 608 с. (Альма-матер).
22. Чейз Р., Эквилайн Н.Дж, Якобс Р.Ф. Производственный и операционный менеджмент, 8-е издание.: Пер с англ.: М.: Издательский дом «Вильямс». – 2001. – 704 с.: ил.