

Міністерство освіти і науки України
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ТУГАН-БАРАНОВСЬКОГО

ЗАТВЕРДЖУЮ:

В.о. ректора ДонНУЕТ



О.Б. Чернега

2018 р.

ПРОГРАМА
фахового вступного випробування зі спеціальності
073 «Менеджмент»
для вступу на навчання для здобуття ступеня бакалавра
на основі ОКР молодшого спеціаліста

Програма затверджена на засіданні кафедри
маркетингу, менеджменту та публічного
адміністрування
Протокол від «26» березня 2018 р. № 15

Схвалено
на засіданні Приймальної комісії ДонНУЕТ,
Протокол від «28» березня 2018 р. № 5

Затверджено
Вченою радою ДонНУЕТ,
Протокол від «29» березня 2018 р. № 10

Кривий Ріг – 2018

Розробник:
Булгакова О.В., к.е.н., доцент

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

1. Загальні положення	2
2. Перелік питань	3
3. Критерії оцінювання	5
4. Список рекомендованої літератури	6

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Метою фахових вступних випробувань для вступу на навчання за ступенем бакалавр на основі ОКР молодшого спеціаліста є визначення рівня підготовки вступників, які бажають навчатись у ДонНУЕТ за спеціальністю 073 «Менеджмент».

Для успішного засвоєння освітньої програми бакалавра вступники повинні мати диплом ОКР молодшого спеціаліста, здобутого за даною, спорідненою, або іншою спеціальністю; здібності до оволодіння знаннями, уміннями і навичками в галузі гуманітарних дисциплін, дисциплін циклу гуманітарної, природничо-наукової, загальноекономічної та практичної підготовки.

Програма з фахового вступного випробування базується на випускних програмах вищих навчальних закладів I-II рівнів акредитації з організації виробництва і забезпечує основу теоретичної та практичної підготовки до виконання кваліфікаційних обов'язків фахівця в області менеджменту.

Програма фахового вступного випробування має міжпредметний синтетичний характер, що досягається об'єднанням завдань за кількома дисциплінами: «Маркетинг», «Менеджмент», «Управління персоналом».

Формою фахового вступного випробування зі спеціальності 073 «Менеджмент» є тестові завдання, що складаються у письмовій формі.

До програми фахового вступного випробування включено теми і основні питання, які вступник повинен опрацювати для успішного його складання.

2. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ

Розділ 1. Маркетинг

- 1.1. Історичні передумови виникнення та розвитку маркетингу.
- 1.2. Теоретичні основи маркетингу: сутність і концепції розвитку.
- 1.3. Принципи та функції маркетингу.
- 1.4. Маркетингове середовище: поняття, склад, характеристика.
- 1.5. Цілі, завдання та види маркетингу.
- 1.6. Маркетингова інформація: поняття, вимоги, значення для прийняття маркетингових рішень.
- 1.7. Маркетингова інформаційна система (МІС): поняття, склад, значення.
- 1.8. Сутність, види, методи маркетингових досліджень.
- 1.9. Процес маркетингових досліджень: сутність і характеристика етапів.
- 1.10. Потреби та попит у системі маркетингу: сутність, класифікація, методи оцінки.
- 1.11. Моделювання поведінки покупців на ринку.
- 1.12. Сутність, мета, завдання сегментації ринку. Процес сегментації ринку. Стратегії охоплення ринку.
- 1.13. Товар і його характеристики при маркетинговому підході. Положення про штрихове кодування товарів.
- 1.14. Конкурентоспроможність товарів: поняття, показники та методи її оцінки.
- 1.15. Концепція життєвого циклу товару (ЖЦТ): поняття, характеристика його стадій.
- 1.16. Нові товари в маркетингу: поняття товарів ринкової новизни, типи нововведень, етапи розробки нових товарів.
- 1.17. Товарна марка, упаковка, сервіс у маркетингу.
- 1.18. Ціна як елемент комплексу маркетингу. Фактори, що впливають на ціну та їх характеристика.
- 1.19. Цінові стратегії: сутність та їх диференціація, удосконалених, традиційних товарів.
- 1.20. Методи розрахунку рівня цін та їх характеристика.
- 1.21. Розподіл у системі маркетингу. Поняття, мета, принципи розподілу.
- 1.22. Сутність, типи, рівні каналів розподілу та їх вибір.
- 1.23. Типи підприємств оптової і роздрібною торгівлі.
- 1.24. Поняття, функції, види просування.
- 1.25. Реклама в системі маркетингу: поняття, мета, завдання. Класифікація реклами.
- 1.26. Зв'язки з громадськістю: поняття, цілі, функції. Інструменти заходів зв'язків з громадськістю.

Розділ 2. Менеджмент

- 2.1. Менеджмент як специфічна сфера людської діяльності.
- 2.2. Менеджер і підприємець: поняття і основні відмінності.
- 2.3. Управлінська праця: сутність і специфіка.
- 2.4. Сутність і роль принципів менеджменту в досягненні мети організації.

- 2.5. Історичні передумови виникнення наукового управління.
- 2.6. Характеристика підходу на основі виділення різних шкіл в менеджменті.
- 2.7. Процесний, системний і ситуаційний підходи.
- 2.8. Розвиток управлінської науки в Україні.
- 2.9. Організація як закрита і відкрита система.
- 2.10. Внутрішнє середовище організації.
- 2.11. Зовнішнє середовище організації.
- 2.12. Функції менеджменту, їх класифікація і взаємозв'язок.
- 2.13. Процес управління організацією.
- 2.14. Технологія процесу управління.
- 2.15. Сутність і зміст планування як функції менеджменту.
- 2.16. Стратегічне планування. Процес стратегічного планування.
- 2.17. Сутність і специфіка організаційної діяльності. Основні складові організаційної діяльності.
- 2.18. Повноваження, обов'язки та відповідальність в менеджменті. Делегування повноважень.
- 2.19. Сутність, основні елементи і види організаційних структур.
- 2.20. Поняття мотивації і її значення в менеджменті. Взаємозв'язок потреб, мотивів стимулів і винагороди працівників в процесі мотивації.
- 2.21. Змістовні теорії мотивації: сутність, критика, застосовність в практиці управління.
- 2.21. Процесуальні теорії мотивації: сутність, критика, застосовність в практиці управління.
- 2.22. Стимулювання праці: цілі, принципи, види і форми.
- 2.23. Поняття, цілі та принципи контролю.
- 2.24. Класифікація контролю як функції менеджменту.
- 2.25. Сутність та етапи процесу контролю.
- 2.26. Поняття, цілі та принципи функції регулювання.
- 2.27. Види регулювання та їх характеристика.
- 2.28. Процес регулювання та характеристика його етапів.
- 2.29. Сутність і класифікація методів менеджменту.
- 2.30. Економічні методи менеджменту: їх види, сутність і взаємозв'язок з економічними важелями.
- 2.31. Організаційно-розпорядчі методи: види та характеристика.
- 2.32. Соціально-психологічні методи менеджменту: сутність і значення.
- 2.33. Управлінське рішення та вимоги, що подаються до його вироблення.
- 2.34. Умови прийняття управлінських рішень та фактори, що впливають на процес прийняття управлінських рішень.
- 2.35. Процес прийняття управлінського рішення.

Розділ 3. Управління персоналом

- 3.1. Сутність, етапи і функції управління персоналом.
- 3.2. Трудові ресурси, трудовий колектив, людські ресурси, кадровий потенціал.
- 3.3. Система управління персоналом.

- 3.4. Методи управління персоналом.
- 3.5. Аспекти і принципи управління персоналом.
- 3.6. Підходи до управління персоналом.
- 3.7. Структура персоналу підприємства: сутність, види.
- 3.8. Професія, спеціальність, професійна придатність, кваліфікація.
- 3.9. Характеристика кваліфікаційних груп персоналу підприємства.
- 3.10. Показники, що характеризують кваліфікацію персоналу.
- 3.11. Компетентність працівника: сутність, види.
- 3.12. Колектив: сутність, елементи, ознаки.
- 3.13. Процес створення трудового колективу.
- 3.14. Формальні і неформальні групи в трудовому колективі.
- 3.15. Корпоративна культура в системі управління персоналом підприємства.
- 3.16. Соціально-психологічні особливості колективу як об'єкту управління.
- 3.17. Методи колективної роботи.
- 3.18. Кадрова політика підприємства: сутність, цілі, принципи.
- 3.19. Система чинників, що визначають кадрову політику підприємства.

Напрямки кадрової політики підприємства.

- 3.20. Стратегії управління персоналом підприємства.
- 3.21. Діловодство в роботі кадрової служби підприємства.
- 3.22. Кадрове планування у підприємстві: сутність, значення, цілі, задачі.
- 3.23. Визначення потреби підприємства в персоналі.
- 3.24. Наймання персоналу у підприємство.
- 3.25. Професійна орієнтація в системі управління персоналом.
- 3.26. Трудова адаптація працівників: сутність, цілі, напрямки.
- 3.27. Ділове оцінювання персоналу підприємства: сутність, задачі, вимоги.
- 3.28. Атестація персоналу підприємства.
- 3.29. Кар'єра: сутність, види, моделі, етапи.
- 3.30. Навчання персоналу підприємства: види, етапи, методи.
- 3.31. Кадровий резерв: сутність, типи.
- 3.32. Плинність кадрів. Процес формування стабільного колективу.
- 3.33. Система регулювання соціально-трудових відносин у підприємстві.
- 3.34. Економічна ефективність управління персоналом підприємства.
- 3.35. Соціальна ефективність управління персоналом підприємства.
- 3.36. Організаційна ефективність управління персоналом підприємства.

3. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Фахове випробування містить 30 тестових завдань закритого типу, що стосуються програмних питань, які наведені в розділі 2.

Тестові завдання з вибором варіанта вірної відповіді (закриті тести), оцінюються в 3 бали. Підсумкова оцінка за випробування підраховується за 200-бальною шкалою шляхом додавання 110 балів до суми балів за вірні відповіді на тестові завдання.

Кількісні співвідношення між балами 4-бальної шкали показує таблиця:

Діапазон балів	Бали 4-бальної шкали
0-139	2
140-159	3
160-179	4
180-200	5

4. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Дисципліна «Маркетинг»

Основна література

1. Балабанова Л.В. Маркетинг: [підручник] / Л.В. Балабанова. – К.: Знання, 2011. – 652 с.
2. Балабанова Л.В. Стратегічний маркетинг: [підручник] / Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. – 652 с.
3. Гірченко Т.Д. Маркетинг: [навч. посіб.] / Т.Д. Гірченко, О.В. Дубовик. – К.: ЦНЛ, 2007. – 255 с.
4. Куденко Н.В. Маркетингові стратегії фірми: [монографія] / Н.В. Куденко. – К.: КНЕУ, 2002. – 245 с.
5. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: [навч. посіб.] / Т.І. Лук'янець. – К.: КНЕУ, 2000. – 380 с.
6. Пелішенко В.П. Маркетинговий менеджмент / В.П. Пелішенко. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 200 с.
7. Петруня Ю.Є. Маркетинг: [навч. посіб.] / Ю.Є. Петруня. – К.: Знання, 2007. – 325 с.
8. Телетов О.С. Маркетингові дослідження: [навч. посіб.] / О.С. Телетов. – К.: Знання України, 2010. – 299 с.
9. Холод В.В. Стратегічний маркетинг: [навч. посіб.] / В. Холод. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. – 110 с.
10. О'Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход / пер. с англ. под ред. Д.О. Ямпольской. – СПб.: Питер, 2001. – 864 с.

Додаткова література

1. Бойко И.И. Маркетинговые исследования (маркетинговый эксперимент): [учеб. пособ.] / И.И. Бойко. – К.: Кондор, 2009. – 280 с.
2. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика: [навч. посіб.] / Т.Г. Діброва. – К.: Професіонал, 2009. – 320 с.
3. Норіцина Н.І. Маркетингова політика комунікацій / Н.І. Норіцина. – К.: МАУП, 2003. – 120 с.
4. Примак Т.О. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством / Т.О. Примак. – К.: ООО «Експорт», 2001. – 389 с.

Дисципліна «Менеджмент»

Основна література

1. Веснин В.Р. Менеджмент: [учеб. пособ.] / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2010. – 504 с.
2. Дяченко Т.О. Основи менеджменту: [навч. посіб.] / Т.О. Дяченко. – К.: Кондор, 2010. – 176 с.
3. Мазаракі А.А. Менеджмент: теорія і практика: [навч. посіб.] / А. Мазаракі, Г.С. Мошек, Л.А. Гомба. – К.: Атіка, 2007. – 564 с.
4. Менеджмент для бакалаврів: [підручник] / за ред. О.Ф. Балацького, О.М. Теліженка. – Суми: Рута, 2009. – 605 с.
5. Мошек Г.Є. Менеджмент: [навч. посіб.] / Г.Є. Мошек. – К.: Кондор, 2009. – 392 с.
6. Мильнер Б. Теория организации: [учебник] / Б. Мильнер. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 864 с.
7. Монастирський Г.Л. Теорія організації: [навч. посіб.] / Г. Монастирський. – К.: Знання, 2008. – 319 с.
8. Осовська Г.В. Основи менеджменту: [навч. посіб.] / Г.В. Осовська, О.А. Осовський. – К.: Кондор, 2010. – 368 с.
9. Рудьєв В.А. Менеджмент: [навч. посіб.] / В.А. Рудьєв, С.О. Гуткевич. – К.: ЦУЛ, 2011. - 312 с.
10. Тарнавська Н. Стратегічний менеджмент: практикум: [навч. посіб.] / Н. Тарнавська. – К.: Кондор, 2012. – 287 с.

Додаткова література

1. Виханский О.С. Менеджмент: [учебник] / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М.: Гардарики, 2013. – 285 с.
2. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: теория и практика: [учеб. пособ.] / А.Т. Зуб. – М.: Аспект Пресс, 2013. – 415 с.
3. Мартиненко М.М. Стратегічний менеджмент / М.М. Мартиненко, І.А. Ігнатієва. – К.: Каравела, 2012. – 320 с.
4. Шершньова З.Є. Стратегічне управління / З.Є. Шершньова. – К.: КНЕУ, 2013. – 699 с.

Дисципліна «Управління персоналом»

Основна література

1. Беляцкий Н.П. Управление персоналом: [учеб. пособ.] / Н.П. Беляцкий, С.Е. Велесько, П. Ройш. – Мн.: Интерпрессервис, 2003. – 352 с.
2. Веснин В.Р. Управление персоналом: теория и практика: [учебник] / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2007. – 688 с.

3. Коваленко М. Менеджмент трудової активності працівників підприємства / М.А. Коваленко, І.І. Грузнов, Л.Є. Сухомлин. – Херсон: Олди-плюс, 2006. – 288 с.
4. Крушельницька О.В. Управління персоналом: / О.В. Крушельницька, Д.П. Мельничук. – К.: Кондор, 2003. – 453 с.
5. Мерманн Э. Мотивация персонала. Инструменты мотивации для успеха организации / Э. Мерманн. – Харьков: Гуманитарный центр, 2010. – 384 с.
6. Савельєва В.С. Управління персоналом: [навч. посіб.] / В.С. Савельєва. – К.: Професіонал, 2005. – 336 с.
7. Травин В.В. Основы кадрового менеджмента / В.В. Травин, В.А. Дятлов. – М.: Дело, 2005. – 333 с.
8. Управління персоналом фірми: [навч. посіб.] / під ред. В.І. Крамаренко, Б.І. Холода. – К.: ЦУЛ, 2003. – 272 с.

Додаткова література

1. Борисова Е.А. Управление персоналом для современных руководителей / Е.А. Борисова. – СПб.: Питер, 2003. – 445 с.
2. Притула О. Мотиваційні механізми і використання їх у сфері підприємництва / О.В. Притула. – Львів: ІРД НАН України, 2003. – 213 с.
3. Управління потенціалом підприємства / І.З. Должанський, Т.О. Загорна, В.М. Ращупкіна. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 362 с.

Голова фахової атестаційної комісії



Н.С. Іванова