


Міністерство освіти і науки України
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

ПОГОДЖЕНО

Директор
навчально-наукового інституту
фінансів, економіки та менеджменту
д.е.н., доцент

І.В. Черниш
« 31 » Серпень 2021 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО

Голова приймальної комісії
ректор університету
д.е.н., професор

« 5 » Вересень



ПРОГРАМА

ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
галузь знань 07 «Управління та адміністрування»,
освітній рівень «бакалавр»
(нормативний термін навчання, 3-й курс)

Програма затверджена на засіданні Вченої ради навчально-наукового інституту
фінансів економіки та менеджменту « 31 » Серпень 2021 року протокол № 33

Полтава 2021

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Програма складена відповідно до стандарту вищої освіти України галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» для здобуття освітнього рівня «бакалавр».

Фахове вступне випробування проводиться на підставі оцінки рівня професійних знань, умінь та навичок молодших спеціалістів, передбачених стандартом вищої освіти України з використанням загальнодержавних методів комплексної діагностики (складення комплексного кваліфікаційного державного екзамену).

Метою вступних випробувань є комплексна перевірка знань вступників, які вони отримали в результаті вивчення циклу дисциплін, передбачених освітньо-професійною програмою та навчальними планами у відповідності з освітньо-кваліфікаційним рівнем «молодший спеціаліст». Вступник повинен продемонструвати фундаментальні та професійно-орієнтовані знання та уміння щодо узагальненого об'єкта і здатність вирішувати типові професійні завдання, передбачені для відповідного рівня.

Фахове вступне випробування зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», проводиться Фаховою екзаменаційною комісією, яка затверджується наказом ректора Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», на підставі програми, затвердженої на засіданні приймальної комісії.

Склад комісії визначається з урахуванням специфіки спеціальності. В роботі комісії беруть участь спеціалісти і провідні викладачі з дисциплін, що включені до складу екзамену. Екзамен проводиться шляхом виконання та подальшої оцінки комплексного кваліфікаційного завдання.

2. ЕТАПИ ТА ЗМІСТ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБОВУВАННЯ.

Вступне випробування складаються з тестової перевірки знань абітурієнтів. Тестова перевірка знань, складається з наступних дисциплін:

- економіка підприємства;
- менеджмент;
- маркетинг.

Проведення вступного комплексного фахового випробування ґрунтується на наступних принципах:

- уніфікація методики та умов проведення фахового випробування;
- забезпечення інформаційної та психологічної підготовки абітурієнтів до фахового випробування;
- зв'язок внутрішньовузівського контролю з галузевою системою атестації та ліцензування фахівців;
- дотримання вимог секретності при використанні чи зберіганні матеріалів діагностики.

3. ВИМОГИ ДО ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ

Тестові завдання повинні бути закритої форми, мати чотири варіанти відповідей, серед яких вірна тільки одна відповідь.

Кількість тестових завдань з кожної дисципліни визначається в залежності від кількості відведених годин на її вивчення. Загальна кількість тестових завдань складає 40.

4. ПРОЦЕДУРА ПРОВЕДЕННЯ ВСТУПНОГО ІСПИТУ

Протягом однієї астрономічної години здійснюється тестування з використанням стандартних білетів.

Кожний студент вносить в бланк для відповідей свої реквізити і на протязі 60 хвилин відповідає на тестові завдання.

5. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

Фахові випробування оцінюються за стобальною шкалою (від 100 до 200). Вступник допускається до участі у конкурсному відборі для зарахування на навчання, якщо результати фахового вступного випробування складають не менше ніж 150 балів. Перевірка тестових завдань здійснюється за ключем.

Загальна оцінка знань вступників визначається сукупністю правильних відповідей. Вагомість одного тестового завдання 2,5 бала. Максимальна кількість балів, яку може набрати вступник – 200.

Таблиця критеріїв оцінювання знань:

Кількість правильних відповідей	Бали	Кількість правильних відповідей	Бали
1	102,5	21	152,5
2	105	22	155
3	107,5	23	157,2
4	110	24	160
5	112,5	25	162,5
6	115	26	165
7	117,5	27	167,5
8	120	28	170
9	122,5	29	172,5
10	125	30	175
11	127,5	31	177,5
12	130	32	180

13	132,5	33	182,5
14	135	34	185
15	137,5	35	187,5
16	140	36	190
17	142,5	37	192,5
18	145	38	195
19	147,5	39	197,5
20	150	40	200

6. ПРОГРАМНІ ПИТАННЯ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ФАХОВЕ ВСТУПЕ ВИПРОБУВАННЯ

1. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА: вивчення даного курсу дає майбутнім фахівцям з економіки спеціальні знання і практичні навички щодо порядку створення та функціонування підприємства в умовах ринкових відносин; складу виробничих ресурсів підприємства та шляхів підвищення ефективності їх використання; механізму формування доходів та витрат підприємства; критеріїв та показників оцінювання ефективності діяльності підприємства.

Підприємство як суб'єкт підприємницької діяльності. Поняття “підприємство”, цілі та завдання його створення. Ознаки підприємства та принципи його діяльності. Засновники підприємства, установчі документи та статутний фонд. Порядок створення і реєстрації підприємства. Ліцензування окремих видів діяльності підприємства. Причини та порядок ліквідації підприємства. Класифікація підприємств та види підприємств.

Персонал підприємства. Поняття, класифікація, склад та структура персоналу. Визначення чисельності персоналу. Показники руху персоналу. Система показників оцінювання персоналу.

Основи фонди підприємства. Ресурси засобів труда. Поняття та склад виробничих фондів, їх призначення і економічні особливості функціонування. Склад і структура основних фондів підприємства. Оцінка основних фондів. Поняття зносу та амортизації основних фондів. Методи нарахування амортизаційних відрахувань. Показники, які характеризують наявність основних виробничих фондів на підприємстві. Показники стану та руху основних фондів. Показники використання основних виробничих фондів підприємства. Шляхи підвищення ефективності використання основних виробничих фондів підприємства.

Оборотні засоби підприємства. Ресурси предметів труда. Економічна суть, склад і структура оборотних засобів; оборотні виробничі фонди та фонди обігу, їх роль у виробничому циклі. Характеристика наявності та використання оборотних засобів. Джерела формування оборотних засобів підприємства. Резерви покращення використання оборотних засобів в умовах ринкової економіки.

Натурально-речові та вартісні результати діяльності підприємств. Поняття “продукція”, “роботи”, “послуги”. Види продукції, що використовуються для обліку

результатів виробництва. Товарна, валова, реалізована продукція. Види продукції за ступенем готовності. Незавершене виробництво, залишки нереалізованої продукції.

Витрати підприємства. Собівартість продукції (робіт, послуг). Види діяльності підприємства. Поняття витрат підприємства. Класифікація витрат підприємства за способом розрахунку на одиницю продукції, за зв'язком з обсягом виробництва. Класифікація витрат підприємства за місцем виникнення, за видами продукції, робіт, послуг, за календарними періодами. Класифікація витрат підприємства за видами (сферами) діяльності та за економічною однорідністю. Поняття собівартості продукції (робіт), склад витрат, що входять до собівартості продукції (робіт). Джерела та фактори зниження витрат підприємства.

Доходи та прибуток підприємства. Поняття доходів. Види доходів та їх зміст. Прибуток як економічна категорія, роль прибутку в умовах ринкової економіки. Види прибутку, формування прибутку. Фактори зростання прибутку підприємства.

Ефективність діяльності підприємства. Поняття та види ефективності виробництва (діяльності підприємства). Система показників економічної ефективності діяльності підприємства.

2. МЕНЕДЖМЕНТ вивчає загальні та окремі закономірності формування, функціонування та розвитку систем управління організацією; умови і фактори, що визначають успішність її діяльності, та ефективність роботи окремого працівника і керівника.

Організації та особливості їх функціонування. Поняття організації та її загальні характеристики. Класифікація організацій. Підприємство - особливості, мета і складові діяльності та критерії успіху. Середовище підприємства та його вплив на умови і результат діяльності. Внутрішнє середовище підприємства та його складові. Зовнішнє середовище підприємства, його особливості та складові. Людина в організації. Соціальна відповідальність підприємства. Підприємство як система. .

Поняття і сутність менеджменту. Суть та мета управління. Управління і менеджмент. Об'єкт і суб'єкт менеджменту. Необхідність координації в діяльності організації. Розподіл праці. Різні підходи до управління: емпіричний, міжособових стосунків, групової поведінки, як процесу функціонування кооперованої системи, з точки зору прийняття рішень, з позицій інформаційного центру, математичних методів, операційний підхід. Суть і особливості управлінської діяльності. Складові управління як процесу. Функції керівників та рівні управління. Сфери менеджменту. Рівні менеджменту. Менеджери і їх ролі.

Історичний розвиток науки і практики менеджменту. Передумови виникнення менеджменту. Управління в стародавніх організаціях. Розвиток теорії управління. Теорія організації праці та управління Ф. У. Тейлора. Класична теорія менеджменту: школа наукового управління і адміністративна школа людських відносин. Кількісна теорія управління. Управління з точки зору кількісного підходу; психології та фізіології. Сучасна теорія управління - системний та ситуаційний підходи. Управління, менеджмент, маркетинг.

Побудова організацій. Організація як система. Система та її властивості. Підприємство як виробнича система. Класифікація систем. Компоненти систем.

Виробнича система. Управління організацією як система. Підсистеми та елементи системи управління. Співвідношення понять "система", "структура", "організація" та процес управління. Механізм взаємодії елементів підсистеми. Процеси в виробничих системах. Ефективність виробничої системи, її надійність. Резерви ефективності. Опис та моделювання систем. Класифікація моделей. Економіко-математичні моделі. Система моделювання. Зміст системно-ситуаційного підходу до моделювання.

Процеси та функції менеджменту. Триєдина сутність менеджменту: з точки зору змісту, структури і технології. Співвідношення організації і управління. Процес управління, зміст, елементи та етапи. Аналіз процесу управління з боку його складових частин. Поняття процесу та функції управління. Класифікація процесів та функцій управління. Загальні та специфічні функції управління.

Комунікаційні процеси. Комунікації в управлінні. Поняття комунікацій та інформації. Управлінська інформація та її види. Службові контакти. Способи одержання, обробки та аналізу і підготовки управлінської інформації. Комунікаційний процес та його елементи. Перешкоди в комунікаційних процесах. Правила ефективних комунікацій. Сучасні інформаційні технології. Інформаційна система підприємства.

Управлінські рішення. Поняття, роль та особливості управлінського рішення. Класифікація управлінських рішень. Вимоги до управлінських рішень. Моделі теорії прийняття управлінських рішень: ірраціональна, поведінкова, класична. Технології прийняття управлінських рішень. Фактори, що впливають на процес прийняття рішень. Обґрунтування управлінських рішень: кількісні та якісні методи. Платіжна матриця, дерево рішень. Обґрунтування рішень в умовах невизначеності. Ризик у менеджменті.

Функція планування. Поняття й місце планування серед функцій менеджменту. Мета та характер планування. Класифікація планів. Загальні вимоги до планів. Планування як процес, його етапи та елементи. Ситуаційні фактори планування. Мета та цілі підприємства. Формування цілей організації. Дерево цілей. Управління за цілями: зміст етапів, переваги і недоліки. Стратегічне планування. Поняття, елементи та рівні стратегії. Місія підприємства та процес її формування. Аналіз та оцінка середовища і власних можливостей підприємства. Загальні та функціональні стратегічні плани. Формування і вибір альтернатив. Тактичне і оперативне планування. Тактика. Програми. Політика. Процедури. Правила. Процедури. Правила. Бюджети. Планування дій. Оцінка стратегічних планів.+

Функція організації взаємодії. Зміст і мета організаційної діяльності. Організаційна діяльність як процес, його елементи і етапи. Повноваження та відповідальність. Лінійні, апаратні, рекомендаційні та паралельні повноваження. Делегування повноважень. Взаємозв'язки повноважень. Перешкоди ефективному делегуванню повноважень. Організація управління - зміст, мета, задачі. Організація розподілу повноважень. Організаційна структура як результат розподілу повноважень. Теорії формування організаційних структур. Класифікація організаційних структур та оцінка їх сильних та слабких сторін. Принципи формування організаційних структур. Організаційні зміни: сутність, процес, моделі. Етапи процесу організаційних змін. Методи подолання опору організаційним

змінам. Вибір тактики проведення організаційних змін.

Функція мотивації. Підприємство як соціальна система. Людський фактор в управлінні та виробництві. Поняття мотивації. Функція мотивації. Поняття та розвиток терміну "мотивація". Початкові концепції мотивації: політика "батога і пряника", "достатнього виробітку", психологічні теорії мотивації. Сучасні теорії мотивації: змістовна і процесуальна. Змістовні теорії мотивації. Потреби людей і їх поведінка. Компенсація і винагорода. Закон результату. Теорія мотивації А.Маслоу. Теорія мотивації Герцберга. Процесуальні теорії мотивації. Теорія сподівань. Теорія справедливості. Теорія Портера-Леулера. Практика використання рівних теорій мотивації. Практика стимулювання праці на підприємствах.

Функція контролю. Функція контролю. Поняття і суть контролю. Його об'єктивна необхідність. Види контролю. Суб'єкти і об'єкти контролю. Контроль як процес, його етапи і складові частини. Основні характеристики ефективної системи контролю. Контроль об'єктів. Контроль процесів. Критичні точки контролю. Людський фактор в контролі. Вимоги до здійснення контролю. Модель процесу контролю. Встановлення стандартів та допустимих відхилень. Вимір результатів. Оцінка, передача та розповсюдження інформації про результати контролю. Дії за результатами контролю. Властивості ефективного контролю. Взаємозв'язок функції планування і контролю. Організація контролю.

Керівник в системі управління. Керівництво в організації. Влада, вплив лідерство. Загальне поняття та характеристики групи. Індивід і група. Адаптація людини до організаційного оточення та зміна її поведінки. Фактори, що впливають на ефективність роботи групи. Неформальні групи і управління ними. Природа організаційних змін. Організаційний розвиток: суть та складові. Ефективність організаційного розвитку. Характер і зміст управлінської праці. Єдина номенклатура посадових службовців та посад. Посадові інструкції та положення про підрозділи. Організація робочих місць управлінських працівників. Характер, зміст та особливості праці керівників. Місце і роль керівника в системі управління. Якості, необхідні керівнику. Наукові засади організації праці керівника.

Керівництво і лідерство. Вертикальний поділ праці та необхідність керування. Лідерство - суть, точки зору. Лідерство з позиції поведінки керівника. Теорія та класифікація стилів лідерства. Лідерство з позиції ситуаційних факторів. Моделі та теорії. Стиль лідерства та ефективність діяльності групи. Адаптивне керівництво. Вплив та влада. Баланс влади. Форми реалізації влади і впливу. Традиційна реалізація влади. Сучасні теорії реалізації влади через переконання та участь працівників в управлінні. Стиль керування та особливості різних стилів керування. Природа і зміст лідерства в управлінні організацією. Концепції лідерства. Лідер і менеджер - загальне та окреме.

3. МАРКЕТИНГ: вивчення даного курсу формує у майбутніх економістів сучасну систему поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингу, набуття практичних навичок щодо збуту товарів на ринку з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.

Предмет, цілі та завдання дисципліни „Маркетинг”. Предмет і мета маркетингу. Сутність маркетингу та його сучасна концепція. Класифікація та

характеристики маркетингу. Маркетингові дослідження. Маркетингова товарна політика. Маркетингова цінова політика. Маркетингова політика продажу. Маркетингова політика просування. Організація, планування та контроль маркетингу.

Сутність маркетингу та його сучасна концепція. Сутність маркетингу. Передумови виникнення маркетингу. Основні категорії маркетингу. Основні цілі та принципи маркетингу. Концепції управління маркетинговою діяльністю.

Класифікація та характеристики маркетингу. Види маркетингу. Маркетинг у некомерційній сфері. Характеристика основних етапів маркетингової діяльності. Функції маркетингу: аналітичні, планово-управлінські, виробничо-збутові, контрольні. Контрольовані та неконтрольовані фактори макро- та мікро середовищ. Внутрішнє середовище підприємства.

Маркетингові дослідження. Сутність, значення та класифікація маркетингової інформації. Характеристика первинної та вторинної інформації. Поняття маркетингової інформаційної системи. Види та методи маркетингових досліджень ринку.

Маркетингова товарна політика. Сутність, цілі та завдання маркетингової товарної політики підприємства. Поняття та класифікація товарів. Концепція трьохрівневої структури товару. Концепція життєвого циклу товару. Поняття та методика визначення конкурентоспроможності товару. Торгівельні марки та стратегії їх застосування. Види та функції упаковки.

Маркетингова цінова політика. Сутність та завдання цінової політики в системі маркетингу підприємства. Цілі, фактори та методи ціноутворення. Види цінових стратегій. Методи адаптації ціни до змін ринкового середовища.

Маркетингова політика продажу. Сутність каналу розподілу. Передумови використання посередників. Ширина та довжина каналу збуту. Вертикальні та горизонтальні маркетингові системи розподілу. Критерії вибору каналу збуту та оцінка їх ефективності. Форми організації та класифікація гуртових посередників. Форми організації та класифікація роздрібних посередників. Основи збутової логістики.

Маркетингова політика просування. Значення, місце, цілі та завдання системи маркетингових комунікацій. Складові комплексу просування. Елементи комунікаційної моделі. Методи розрахунку комплексного бюджету на просування.

Організація, планування та контроль маркетингу. Значення та цілі служби маркетингу. Функції служби маркетингу. Суть та система маркетингового планування. Види маркетингового планування. Напрямки та методи контролю маркетингової діяльності. Ревізія маркетингу.

Автор-розробник: к.е.н., професор, зав. кафедри економіки, підприємництва та маркетингу В.Я. Чевганова

