

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Приймальна комісія

ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор університету

д.і.н., професор _____ О.О. Нестуля
_____» _____ 2018 р.

ПРОГРАМА
фахових випробувань

для вступу на навчання

за ступенем «Магістр»

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітня програма «Бізнес-адміністрування»

Рекомендовано до затвердження

на засіданні приймальної комісії

протокол № __ від «__» _____ 2018 р.

Відповідальний секретар

приймальної комісії

_____ О.С. Куцевол

Упорядники: Шимановська-Діанич Л.М. – завідувач кафедри менеджменту ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», професор, д.е.н.

Рецензенти: Шкурупій О.В. завідувач кафедри міжнародної економіки ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», професор, д.е.н.

Костишина Т.А., завідувач кафедри управління персоналом та економіки праці ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», професор, д.е.н.

Розглянуто на засіданні кафедри
менеджменту
«05» лютого 2018 р., протокол № 7

Зав. кафедри _____ Л.М.Шимановська-Діанич

Зміст

1. Пояснювальна записка.....	4
2. Перелік питань, що виносяться на вступне випробування.....	5
3. Критерії оцінювання.....	9
4. Список рекомендованої літератури.....	10

Пояснювальна записка

Освітньо-професійною програмою підготовки магістрів за спеціальністю 073 «Менеджмент» освітньої програми «Бізнес-адміністрування» при вступі на навчання за ступенем для випускників, що мають диплом бакалавра галузі знань 07 «Управління та адміністрування» та 05 «Соціальні та поведінкові науки», передбачається складання вступного іспиту.

Перелік питань для підготовки до іспиту базується на навчальному матеріалі фундаментальних та спеціальних дисциплін «Економічна теорія», «Менеджмент», «Маркетинг», що вивчались за ступенем бакалавра.

Мета фахових вступних випробувань. Вступ на навчання за ступенем магістра полягає у визначенні рівня підготовленості вступників, які бажають навчатись у Полтавському університеті економіки і торгівлі за спеціальністю 073 «Менеджмент» освітньої програми «Бізнес-адміністрування».

Вимоги до здібностей і підготовленості абітурієнтів. Для успішного засвоєння освітньо-професійної програми магістра абітурієнти повинні мати базову вищу освіту та здібності до володіння знаннями, уміннями і навичками щодо циклів дисциплін соціально-гуманітарної, фундаментальної, природничо-наукової, загальноекономічної, професійної та практичної підготовки.

Характеристика змісту програми. Програма фахових вступних випробувань спирається на освітньо-кваліфікаційну програму підготовки бакалавра галузі знань «Менеджмент» та «Економіка та підприємництво» й одночасно відображає вимоги до студентів рівня підготовки магістра, визначені у галузевих стандартах вищої освіти даних ступенів.

Порядок проведення фахових вступних випробувань визначається Положенням про приймальну комісію ПУЕТ та Положенням про предметні екзаменаційні та фахові атестаційні комісії з проведення вступних випробувань.

Перелік питань, що виносяться на вступне випробування

Дисципліна «Економічна теорія»

1. Альтернативні теорії формування вартості товарів і послуг.
2. Взаємозв'язок економічної теорії і економічної політики. Кейнсіанська концепція економічної політики.
3. Взаємозв'язок економічної теорії і економічної політики. Неоліберальна та монетаристська концепції економічної політики.
4. Види конкуренції. Цінова та нецінова конкуренція. Економічний закон конкуренції.
5. Грошовий обіг і його закони. Грошовий ринок.
6. Державний бюджет і позабюджетні фонди.
7. Джерела доходів населення. Доходи від власності та рентні доходи. Підприємницький дохід.
8. Економічні категорії, закони та принципи. Система економічних законів.
9. Економічні потреби суспільства, їх суть і структура. Економічний закон зростання потреб. Формування потреб.
10. Загальні форми організації суспільного виробництва: натуральне і товарне, їх суть та основні риси.
11. Зайнятість, її суть і форми. Неповна зайнятість та рівень безробіття.
12. Закон вартості, його сутність та функції.
13. Закон попиту і пропозиції. Попит і пропозиція як елементи ринку.
14. Заробітна плата як ціна товару «робоча сила» та форма розподілу за результатами праці.
15. Концепції виникнення та суті грошей.
16. Матеріальне і нематеріальне виробництво.
17. Моделі ринку й економічної політики.
18. Модель рівноваги товарної і грошової маси І. Фішера.
19. Первісне нагромадження капіталу – початковий фактор формування ринкового підприємництва. Особливості сучасного нагромадження капіталу в Україні.
20. Перехідні економічні системи, їх зміст та основні риси.
21. Проста і розвинена форми товарного виробництва, їх спільні риси та відмінності. Товарне виробництво як основа ринкової економіки та його роль в економічному розвитку суспільства.

22. Складові частини сучасної економічної теорії. Позитивна та нормативна економічна теорія.

23. Становлення і основні етапи розвитку економічної теорії як науки.

24. Сутність доходу як економічної категорії. Доходи населення, їх види та джерела формування.

25. Сутність земельної ренти, її види та механізм створення. Рентні відносини.

26. Сутність, цілі і функції економічної політики.

27. Суть, причини та види інфляції. Стагфляція.

28. Сучасні напрями, школи і течії економічної теорії.

29. Теорії капіталу та їх сучасне трактування.

30. Тіньова економіка та її вплив на соціально-економічний розвиток.

Дисципліна «Менеджмент»

31. Поняття менеджменту, його сутність і характерні ознаки.

32. Шляхи становлення та етапи розвитку теорії та практики управління.

33. Зміст основних функцій менеджменту.

34. Характеристика спеціальних функцій менеджменту.

35. Внутрішнє середовище організації і його роль в забезпеченні ефективного функціонування організації.

36. Зовнішнє середовище організації і його вплив на процес ефективного функціонування організації.

37. Основні типи організаційних структур, їх характеристика.

38. Поняття і роль мотивації в менеджменті.

39. Формування мотиваційного механізму поведінки людей.

40. Сутність функції менеджменту «контроль» і його значення в процесі управління.

41. Види і методи управлінського контролю.

42. Принципи ефективного контролю. Порядок проведення контролю діяльності

43. Вимоги до управлінських рішень

44. Оцінка ефективності управлінських рішень.

45. Організація виконання управлінських рішень.

46. Поняття і суть комунікацій в управлінні

47. Процес комунікацій

48. Групова динаміка та основні показники групи

49. Сутність і поняття колективу, його структура і функції
 50. Поняття влади, її основи і види
 51. Авторитет керівника. Методи підвищення авторитету керівника.
 52. Методи і стилі управління конфліктами.
 53. Ознаки лідерства в діяльності менеджера. Лідер і керівник
 54. Роль і позиція лідера в колективі.
 55. Методика та основні критерії оцінки ефективності управління.
 56. Економічні методи менеджменту.
 57. Організаційно-розпорядчі методи менеджменту.
 58. Соціально-психологічні методи менеджменту.
 59. Комунікаційні бар'єри і шляхи їх подолання. Невербальні комунікації і їх практичне використання в діяльності менеджера
 60. Поняття інформації, її види і значення в процесі управління.
- Вимоги до інформації.

Дисципліна «Маркетинг»

61. Поняття маркетингу та його сутність.
62. Маркетинговий комплекс, його складові.
63. Основні поняття маркетингу.
64. Маркетинг та його основні концепції.
65. Принципи, завдання та функції маркетингу.
66. Види маркетингу.
67. Маркетингове середовище.
68. Маркетингове макросередовище.
69. Маркетингове мікросередовище.
70. Методи збору маркетингової інформації.
71. Сутність та принципи сегментування ринку.
72. Етапи процесу сегментування ринку.
73. Процес маркетингового дослідження.
74. Сутність стратегічного маркетингового планування.
75. Види маркетингових стратегій.
76. Сутність маркетингової товарної політики.
77. Конкурентоспроможність товару.
78. Методика оцінювання конкурентоспроможності товару
79. Життєвий цикл товару.
80. Управління товаром.
81. Сутність маркетингової цінової політики.
82. Фактори ціноутворення.
83. Сутність маркетингової політики розподілу.

84. Характеристика та функції каналів розподілу.
85. Вибір каналів розподілу.
86. Посередники у каналах розподілу.
87. Цілі та засоби комунікаційної політики.
88. Засоби комплексу маркетингових комунікацій.
89. Організація маркетингу на підприємстві
90. Контроль маркетингової діяльності.

Критерії оцінювання знань

Оцінювання знань вступників проводиться за 200-бальною шкалою. При цьому використовуються такі критерії:

180-200 балів	вступник дав правильну, вичерпну відповідь на поставлене питання, продемонстрував глибокі знання понятійного апарату і літературних джерел, уміння аргументувати власне ставлення до відповідних категорій, залежностей, явищ.
160-179 балів	вступник у цілому відповів на поставлене запитання, але не зміг переконливо аргументувати власну відповідь, помилився у використанні понятійного апарату, припустив несуттєву помилку у відповіді.
140-159 балів	вступник отримує за правильну відповідь з двома-трьома суттєвими помилками.
120-139 балів	вступник дав неповну відповідь на запитання, ухилився від аргументації, показав задовільні знання літературних джерел.
100-119 балів	вступник має неповне знання програмного матеріалу, але отримані знання відповідають мінімальним критеріям оцінювання.
0-99 балів	вступник дав неправильну відповідь, показав незадовільні знання понятійного апарату і спеціальної літератури, ухилився від аргументації чи взагалі не відповів.

Екзаменаційний білет містить три питання з основних розділів, приведених у Програмі.

Список рекомендованої літератури

1. Башнянін Г.І. Політична економія: Підручник / Г.І. Башнянін, П.Ю. Лазур, В.С. Медведєв – К.: Ніка-Центр, Ельга, 2000. – 527 с.
2. Бутенко Н.В. Маркетинг: Підручник / Н. В. Бутенко. – К.: Атіка, 2006. – 300 с.
3. Гальчинський А.С., Основи економічних знань: Навч. посіб. / А.С. Гальчинський, П.С. Єщенко, Ю.І. Палкін. – К.: Вища школа, 1998. – 287 с.
4. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник / С.С. Гаркавенко. – Київ: Лібра, 2002. – 712 с.
5. Дзюбик С. Основи економічної теорії / С. Дзюбик, О. Ривак. – К.: Основи, 1994. – 336 с.
6. Дикань Н.В. Менеджмент: навч. посібник / Н.В. Дикань, І. І. Борисенко. – К.: Знання, 2008. – 389 с.
7. Дідковська Л.Г. Менеджмент: навч. посібник / Л.Г. Дідковська, П.Л. Гордієнко. – К.: Алерта : КНТ, 2007. – 516 с.
8. Економічна теорія: політекономія: Підручник / За ред. В.Д.Базилевича. – К.: Знання-Прес, 2001. – 581 с.
9. Мартиненко М.М. Основи менеджменту: підручник / М.М. Мартиненко. – К.: Каравела, 2008. – 496 с.
10. Мошек Г.Є. Менеджмент: навч. посібник / Г.Є. Мошек, Ю.В. Поканєвич, А.С. Соломко, А.В. Семенчук. – К.: Кондор, 2009. – 392 с.
11. Основи економічної теорії: Підруч. у 2-х кн. / За ред. Ю.В. Ніколенко. – К.: Либідь, 1998. – 380 с.
12. Основи економічної теорії: Підручник / За ред. С.В. Мочерного. – К.: Видавництво центр «Академія», 1998. – 464 с.
13. Павленко А.Ф. Маркетинг: Підручник / А.Ф. Павленко, А.В.Войчак. – К.: КНЕУ, 2003. – 246 с.
14. Рульєв В.А. Менеджмент: навч. посібник / В.А. Рульєв. – К.: Центр учб. л-ри, 2011. – 312 с.
15. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: підручник / Ф.І. Хміль. – 2-ге вид., випр. та доп. – К.: Академвидав, 2007. – 576 с.