

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖНАРОДНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ, ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ ТА
ТУРИЗМУ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Голова приймальної комісії

Міжнародного гуманітарного університету

Ректор, професор

Костянтин ГРОМОВЕНКО

(ім'я та прізвище)



2023 р.

ПРОГРАМА
ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

для вступу на здобуття другого рівня вищої освіти – магістр
на основі раніше здобутого першого (бакалаврського) рівня, другого (магістерського)
рівня освіти або освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	<u>07 Управління та адміністрування</u> (шифр і назва галузі)
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	<u>073 «Менеджмент»</u> (шифр і назва спеціальності)
ОСВІТНЯ ПРОГРАМА	<u>Менеджмент</u> (шифр освітньої програми)

Розглянуто та схвалено:

на засідання кафедри менеджменту
протокол № 6 від 24 березня 2023 р.

Розглянуто та схвалено Вченою радою:

Міжнародного гуманітарного університету
протокол № 6/1 від 07 квітня 2023 р.

Введено в дію наказом Міжнародного гуманітарного університету
№ 574 а від 7 квітня 2023 р.

Розробники:

Ольга КАЛАМАН, доктор економічних наук, професор кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

Анатолій ГОНЧАРУК, доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

До участі у конкурсі на навчання здобувачів вищої освіти ступеня «Магістр» за спеціальністю 073 «Менеджмент» допускаються особи, які мають документ державного зразка про здобутий освітній рівень вищої освіти бакалавр, магістр або спеціаліст.

Мета фахового вступного випробування – перевірка відповідності знань, умінь та навичок абітурієнтів програмним вимогам, з'ясування компетентності та оцінка ступеня підготовленості вступників для отримання освітнього ступеня «Магістр».

Вступник повинен володіти сукупністю видів діяльності, які передбачені освітньо-кваліфікаційною характеристикою спеціальності 073 «Менеджмент».

Вступник повинен:

- **виявити** базові знання з теорії та практики дисциплін, що виносяться на вступне випробування: менеджмент, маркетинг, підприємництво.
- **знати** законодавство у сфері управління підприємствами, принципи управління, вміти здійснювати вибір і застосовувати відповідні методи управління, застосовуючи при цьому методичний апарат та інструментарій зазначених дисциплін.

ДЕТАЛІЗОВАНА СТРУКТУРА ПРЕДМЕТНОГО ТЕСТУ

№	Найменування розділу/теми та її зміст	Питома вага, %	Когнітивний рівень
1.	РОЗДІЛ 1. МЕНЕДЖМЕНТ	33-35	
1.1.	<i>Теоретичні основи менеджменту</i>	4-6	В
	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Сутнісна характеристика ситуаційного підходу у менеджменті: Спрямованість ситуаційного підходу на взаємозв'язок конкретних прийомів і концепцій менеджменту з реальними ситуаціями для досягнення цілей організації найбільш ефективним шляхом.</p> <p>Ситуація як конкретний набір обставин, що впливають на організацію впродовж певного часу.</p> <p>Головне припущення ситуаційного підходу: універсальні теорії не можна застосувати щодо діяльності організацій через їх унікальність.</p>		
1.2.	<i>Функції планування в менеджменті</i>	4-6	В
	<p>Стратегічний аспект в управлінні підприємством. Роль і вигоди стратегічного управління. Система стратегічного управління. Принципи управління стратегічними змінами. Причини та сутність бар'єрів в управлінні стратегічними змінами. Підходи до подолання бар'єрів. Сутність стратегічних змін та їх роль в управлінському процесі. Стратегічне рішення і концепція стратегічного управління підприємством. Класифікація та характеристики стратегічних змін.</p> <p>Визначення рівня та послідовності стратегічних змін.</p>		

	Значення мети у стратегічному управлінні. Сутність та місце мети у стратегічному управлінні. Класифікація цілей у стратегічному управлінні. Сутність стратегічних змін та їх роль в управлінському процесі. Класифікація та характеристики стратегічних змін. Визначення рівня стратегічних змін. Причини опору змінам. Поведінкові аспекти опору змінам. Механізм та послідовність здійснення стратегічних змін. Програма управління стратегічними змінами.		
1.3.	<i>Функція організування в менеджменті</i>	4-6	В
	<p>Функція організування (за М. Месконом) як процес створення структури організації, що дає можливість людям працювати разом задля досягнення її цілей.</p> <p>Організування та організаційна діяльність.</p> <p>Делегування повноважень у менеджменті: поняття, елементи процесу делегування, типи повноважень (лінійні, штабні, функціональні).</p> <p>Організаційна структура як результат організаційної діяльності: рівні складності, централізації та децентралізації.</p> <p>Основні елементи та склад організаційної структури управління.</p> <p>Типи організаційних структур управління: лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, дивізійна, матрична, мережева.</p>		
1.4.	<i>Мотивування як функція менеджменту</i>	3,5-4,5	В
	<p>Головні поняття мотивування: потреба, мотив, спонукання, стимул, винагорода, цінність.</p> <p>Види мотивування: внутрішнє мотивування, зовнішнє мотивування.</p> <p>Змістові та процесуальні теорії мотивування.</p>		
1.5.	<i>Контролювання як функція менеджменту</i>	2,5-3,5	В
	<p>Основні види контролювання: попередній, поточний, завершальний.</p> <p>Етапи процесу контролювання: формування контрольованих показників, вимірювання досягнутих результатів, регулювання.</p>		
1.6.	<i>Інформація і комунікації в менеджменті</i>	3,5-4,5	В

	<p>Інформація та її види. Управлінська інформація як відомості про стан і процеси у внутрішньому та зовнішньому середовищі організації для прийняття управлінських рішень.</p> <p>Види інформації за функціональним призначенням: планова, нормативно-правова, облікова, звітна, масова, інформація про особу, довідково-енциклопедична, соціологічна.</p> <p>Вимоги до управлінської інформації.</p> <p>Поняття комунікації, її види та засоби. Перешкоди в комунікаціях.</p> <p>Комунікаційний процес як обмін інформацією між відправником та одержувачем.</p>		
1.7.	Управлінські рішення	4-6	В
	<p>Управлінські рішення в менеджменті.</p> <p>Чинники впливу на процес прийняття управлінських рішень.</p> <p>Методи обґрунтування та прийняття управлінських рішень</p>		
1.8.	Вплив, влада і лідерство в менеджменті. Стилі керівництва	2,5-3,5	В
	Класифікація стилів керівництва (за Куртом Левінім): авторитарний, демократичний, ліберальний.		
2.	РОЗДІЛ 2. МАРКЕТИНГ		
2.1.	Теоретичні основи маркетингу	5-7	В
	<p>Формування системи знань про сутність і зміст маркетингу як філософію підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки і конкуренції.</p> <p>Вивчення основних понять, систем і алгоритмів маркетингу: набуття практичних навичок розв'язання конкретних маркетингових завдань; формування вмій творчого пошуку резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємства.</p> <p>Процеси й методи вивчення та задоволення потреб споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку.</p>		
2.2.	Аналіз маркетингового середовища	5-7	В
	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.		
2.3.	Маркетингова товарна політика	5-7	B
	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.		
2.4.	Маркетингова цінова політика	4-6	B
	Залежність змісту маркетингової діяльності від стадії життєвого циклу. Ціноутворення на різних типах ринків. Розроблення цінової політики підприємства. Система товароруху. Види посередників.		
2.5.	Маркетингова політика розподілу	4-6	B
	Чинники, що впливають на структуру каналів збуту. Функції виробників, оптових, роздрібних підприємств у розповсюдженні товарів. Методи збуту товарів. Види посередників.		
2.6.	Маркетингова політика комунікацій	4-6	B
	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.		
3.	РОЗДІЛ 3. ПІДПРИЄМНИЦТВО	32-34	
3.1.	Теоретичні засади підприємництва	1,5-2,5	B
	Сутність підприємництва. Основні принципи та функції підприємницькою діяльністю.		
3.2.	Види підприємництва	3,5-4,5	B
	Виробниче підприємництво: торговельне (комерційне) підприємництво, біржове підприємництво,		

	підприємництво у сфері послуг		
3.3	Підприємництво як форма організації підприємницької діяльності. Види підприємств	3,5-4,5	В
	<p>Види підприємств за метою й характером діяльності: комерційні (з одержанням прибутку) та некомерційні (без одержання прибутку).</p> <p>Види підприємств за способом створення (заснування) та формування статутного капіталу, за формами власності майна, за національною належністю капіталу.</p>		
3.4.	Організація підприємницької діяльності	2,5-3,5	В
	Способи створення бізнесу: створення нового підприємства; придбання функціонуючого бізнесу; заснування на основі франчайзингу. Переваги та недоліки.		
3.5.	Планування підприємницької діяльності	6-8	В
	Бізнес-планування. Функції бізнес-планування (аналітична, прогностична, інформаційна, мотиваційна); принципи (гнучкість, багатоваріантність, інтерактивність, безперервність, комунікаційність).		
3.6.	Ресурсне забезпечення підприємницької діяльності	5-7	В
	<p>Матеріальні ресурси як засоби та предмети праці, що використовуються у підприємницькій діяльності. Види ресурсів.</p> <p>Нематеріальні ресурси як частина ресурсів підприємства, у яких відсутня матеріальна основа отримання доходу та невизначений розмір майбутнього прибутку від їх використання.</p> <p>Трудові ресурси. Категорії персоналу (керівники, фахівці, службовці, робітники).</p>		
3.7.	Ефективність підприємницької діяльності	5-7	В
	<p>Результати підприємницької діяльності.</p> <p>Показники ефективності використання основних засобів, трудових ресурсів. Рентабельність.</p> <p>Шляхи підвищення ефективності підприємницької діяльності.</p>		
3.8.	Соціальна відповідальність бізнесу та ділова етика	0,8-1,2	В
	<p>Складові соціальної відповідальності: Економічна (відповідальність за економічні результати діяльності); екологічна (відповідальність за вплив на стан довкілля); соціальна (відповідальність за вирішення соціальних проблем).</p> <p>Ділова етика підприємця як система норм і правил моральної поведінки в діловому середовищі.</p>		

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Результати складання фахового вступного випробування оцінюються за шкалою 200 балів. За кожну правильну відповідь (з 20 наведених питань) вступник отримує 10 балів.

Кількість правильних відповідей	200-бальна шкала	Оцінка за національною шкалою
1-9	10-90	незадовільно
10-14	100-140	задовільно
15-18	150-180	добре
19-20	190-200	відмінно

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Довгань Л.Є., Малик І.П, Мохонько Г.А., Шкробот М.В. Менеджмент організації. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. 271 с.
2. Дерлоу, Дес. Ключові управлінські рішення. Технологія прийняття рішень: Пер. з англ. Київ: Наукова думка, 2010. 242с.
3. Дзяна С. Р. Дзяний Р. Б. Теоретичні засади управління змінами в сучасних умовах. *Ефективність державного управління*. 2013. Вип. 34. С. 31–40. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/efdu_2013_34_5.pdf.
4. Довгань, Л.Є. Каракай Ю. В. та ін. Стратегічне управління : навчальний посібник. / ред. Л. М. Савчук. 2-ге вид. Київ: ЦУЛ, 2011. 440 с.
5. Жуковська Л. Е. Борисевич Є. Г., Стрельчук Є. М. Теорія організацій: навч. посіб. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова. 2011.
6. Заславська, К. А. Менеджмент підприємств малого бізнесу: навч. посіб. Харків: ХНЕУ, 2011. 200с.
7. Ігнатєва І. А., Паливода О. М., Янковой Р. В.. Менеджмент організацій (малого та середнього бізнесу): підручник . Київ: КНУТД, 2014. 360 с.
8. Керівництво організацією: Навч. Посібник / О.С. Кузьмін, Н.Т. Мала, та ін. Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка». 2010. 50 с.
9. Кучеренко В.Р. Карпов В.А., Карпов А.В. Економічний ризик та методи його вимірювання: Навчальний посібник . Одеса, 2011. 200с.
10. Маркіна І. А. Менеджмент організації: навч. посіб. Київ: «ЦУЛ». 2013. 248 с.
11. Мельников А. М. Основи організації бізнесу: навч. посіб. Київ: «ЦУЛ». 2013. 200 с.
12. Менеджмент та адміністративне управління: навчальний посібник /О.А. Мартинюк, Н.І. Серебряннікова. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2017. 540 с.
13. Менеджмент організацій: Навч. посіб. /За ред. Шморгун Л.Г. Київ: 2010. 452 с.
14. Менеджмент організацій: теоретико-прикладний аспект: навч. посіб. /О. Ю. Амосов, В. В. Мамонова, Д. В. Карамишев; за заг. ред. О. Ю. Амосова, В. В. Мамонової. Харків: ХарПІ НАДУ "Магістр". 2010. 208 с.
15. Назарчук Т. В. Менеджмент організацій: Навчальний посібник. Київ: «Центр учбової літератури». 2016. 560 с.
16. Новак В. О., Мостенська Т. Л. Організаційна поведінка: підручник. Київ: Кондор, 2013. 498 с.
17. Прийняття управлінських рішень. Навч. посіб. / Ю. Є.Петруня, Літовченко Б. В. та ін.; за ред. Ю. Є. Петруні. 2-ге вид. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 216 с.
18. Петков В. П. Менеджмент організації: підручник. Львів: Новий світ-2000. 2011. 488с.
19. Пічугіна Т. С., Ткачова С. С., Ткаченко О. П. Управління змінами: навч. пос. Харків: ХДУХТ, 2017. 226 с.
20. Писаревський І. М. Менеджмент організацій: Навчальний посібник. /Писаревський І. М., Нохріна Л.А., Познякова О.В. Харків: ХНАМГ.2016. 322с.
21. Сватюк О.Р. Основні ділові якості менеджера URL: file:///D:/Documents/ТИМЧАСОВА/vkpruen_2013_8_43.pdf
22. Серіков А. В. Управління організаційними змінами: Навчальний посібник. Харків: Фірма «БУРУН і К». 2013. 264 с.
23. Скібіцький О. М. Організація бізнесу. Менеджмент підприємницької діяльності. Т. 1. : навч. посіб. Київ: Кондор, 2011. 912 с.

24. Чайка Г. Л. Праця менеджера в системі управління: навч. посіб. / Г. Л. Чайка. Київ: Знання, 2011. 469 с.
25. Шкільняк М.М., Овсянюк-Бердадіна О.Ф., Крисько Ж.Л., Демків І.О. Менеджмент: навчальний посібник. Тернопіль. Крок, 2017. 351с.
26. Ярошевич Н. Б., Берлінг Р. З., Гавриляк А. С. Підприємництво і менеджмент: посібник. Львів: Новий світ-2000. 2014. 176 с.
27. Герберт А., Сайман Р. Адміністративна поведінка: Дослідження процесів прийняття рішень в організаціях, що виконують адміністративні функції: пер. з англ. вид. Київ: Арт ЕК, 2012. 392с.
28. Гевко І. Б. Методи прийняття управлінських рішень : підручник. Київ: Кондор, 2011. 187 с.
29. Сучасний менеджмент у питаннях і відповідях. Навч.посібн. /За ред. Балашова А.М., Мошека Г.Є. Київ: Алерта. 2018. 620 с.
30. Петков С.В., Наливайко Л. Менеджмент у державному управлінні. Загальна частина. Навчальний посібник. Київ: Світ. 2011. 312 с.
31. Левицька І. В. Менеджмент підприємств за кризових умов: посібник. Львів.: Новий світ-2000. 2014.176 с.
32. Сахно Є. Ю. Менеджмент малих та середніх підприємств: навч. посіб. Київ: Кондор, 2013. 342 с.
33. Свидрук І.І. Креативний менеджмент. Навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 224 с
34. Собченко О. М. Психологія управління : навч. посіб. / О. М. Собченко. Л. Д. Подольський. Київ: Кондор, 2013. 196 с.
35. Якубовський О.П., Пахомова Т.І., Драгомирецька Н.М. Управління ризиками та кризами. Навчальний посібник. Київ: Центр дистанційного навчання НАДУ при Президентові України, 2011. 68 с.
36. Гаркавенко С. Маркетинг Київ: Либра, 2010. 720 с.
37. Маркетинг: навч. посібник. В 2-х ч. / Ред. кол. М.П. Сахацький. Одеса: Пальміра, 2010.170 с.
38. Маркетинг для магістрів: навч. посібник / За ред. С.М. Ілляшенка. Суми: Ун. Книга, 2010. 928 с.
39. Маркетинг: підручник / А.О. Старостіна, Н.П. Гончарова, Є.В. Крикавський та ін.; за ред. А.О. Старостіної. Київ:Знання, 2009. 1070 с.
40. Маркетинг: Підручник / В. Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко та ін. 3-тє вид. Київ: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2018. 648 с.
41. Маркетинг: Підручник/ А.Ф. Павленко, І.Л. Решетнікова, А.В. Войчак та ін. Київ: НЕУ, 2018. 600 с.
42. Парсяк В.Н. Маркетинг. Сучасні концепції та технології. Підручник Херсон: Олді-плюс, 2015. 276 с.
43. Маркетинг: підруч. /В. Руделіус, О.М. Азарян, О.А. Виноградов та ін. Київ: Навч.-метод. центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2015. 422 с.
44. Маркетинг: бакалаврський курс: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. Суми: Університетська книга, 2009. 1134 с.
45. Маркетинг: Підручник / А.Ф. Павленко, І.Л. Решетнікова, А.В. Войчак та ін.; За наук. ред. А.Ф.Павленка. Київ: КНЕУ, 2018. 600 с.
46. Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг: підручник. Київ: КНЕУ, 2013. 246 с.
47. Старостіна А.О., Черваньов Д.М., Зозульов О.В. Маркетинг: Навч. посібник. Київ: Знання-Прес, 2012. 191с.
48. Маркетинг: передумови виникнення та суть. URL: <http://www.znannya.org>
49. Маркетинг: Ситуаційні вправи: навч. посіб. /О.І. Сидоренко, П.С. Редько. 2-ге.вид. Київ: Навч.-метод. центр «Консорціум із удоскон. менеджмент-освіти в Україні», 2014. 504 с.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Електронна газета Quality News. URL: <http://ria-stk.ru/electronprint/rassilka.php>
2. Наукова електронна бібліотека. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського
URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
3. Бібліотека економіста URL: <http://library.if.ua/books/>
4. Бібліотека маркетолога. [Електронний ресурс]. – URL:
<http://www.marketing.spb.ru/b/biblio1.htm>