

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Чорноморський національний університет**  
**імені Петра Могили**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Ректор ЧНУ імені Петра Могили



Л.П. КЛИМЕНКО

*Л.П. Клименко*  
\_\_\_\_\_ 2020 р.

**ПРОГРАМА**

**фахового вступного випробування зі спеціальності**  
**для вступу на 5 курс для здобуття ступеня магістра**  
**за спеціальністю**  
**«073 Менеджмент»**

**Миколаїв - 2020**

## ЗМІСТ

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА.....	3
1. ХАРАКТЕРИСТИКА ЗМІСТУ ПРОГРАМИ.....	5
1.1. Модуль 1. «Менеджмент».....	5
1.2. Модуль 2 «Маркетинг».....	9
1.3. Модуль 3 «Інноваційний менеджмент».....	12
1.4. Модуль 4 «Стратегічний менеджмент».....	16
2. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ВСТУПНОГО ФАХОВОГО ВИПРОБУВАННЯ.....	20
3. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНОГО ФАХОВОГО ВИПРОБУВАННЯ.....	20
4. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА.....	21

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Програма розроблена для вступних фахових випробувань на навчання рівня вищої освіти магістр за спеціальністю 073 «Менеджмент».

Майбутній фахівець повинен мати систему знань щодо теоретичних основ менеджменту, маркетингу, а також володіти основами культури і мистецтвом управління колективом, у тому числі й вмінням ставити загальну й конкретну мету та завдання діяльності організації; вмінням творчого пошуку резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємства; розробляти стратегію управління з урахуванням інтересів зацікавлених суб'єктів, контролювати процес її реалізації.

**Мета** фахового вступного випробування полягає у з'ясуванні рівня теоретичних знань та практичних навичок абітурієнтів, яких вони набули під час навчання за рівнем вищої освіти «бакалавр», з метою формування рейтингового списку та конкурсного відбору вступників на навчання за рівнем вищої освіти магістр спеціальності 073 «Менеджмент» в межах ліцензованого обсягу.

Головні **завдання** фахового вступного випробування полягають у тому, щоб оцінити рівень теоретичної та практичної підготовки вступників з дисциплін, передбачених навчальними планами рівня вищої освіти «бакалавр» спеціальності 073 «Менеджмент».

### **Вступник повинен знати:**

- сутність основних понять та категорій менеджменту;
- принципи та функції менеджменту;
- прийняття рішень у менеджменті;
- місце маркетингу структур управління та функціонування маркетингового середовища;
- процес управління маркетингом;
- сучасні теоретичні основи управління інноваційними процесами;
- процес формування системи стратегій організації;

– переваги і недоліки різних організаційних структур управління підприємствами.

**Вступник повинен вміти:**

– з'ясовувати причинно-наслідкові зв'язки в організаціях, аналізувати й узагальнювати матеріал у певній системі, порівнювати факти на основі здобутих з різних джерел знань;

– проводити сегментацію ринків;

– розробляти комплекс маркетингу: товар, його три рівні, асортимент; розробляти цінову політику підприємства;

– визначати вплив інновацій на внутрішньоорганізаційні процеси підприємства;

– застосовувати методи генерування ідей, активізації творчого пошуку, оцінювати результативність цих методів;

– застосовувати методи оцінки ефективності інновацій, визначати джерела фінансування інноваційних проектів;

– здійснювати стратегічний аналіз зовнішнього середовища організації;

– здійснювати стратегічний аналіз внутрішнього середовища організації;

– здійснювати стратегічне керівництво процесом реалізації стратегії.

Фахове вступне випробування включає такі модулі дисциплін:

1. Модуль 1 «Менеджмент»;

2. Модуль 2 «Маркетинг»;

3. Модуль 3 «Інноваційний менеджмент»;

4. Модуль 4 «Стратегічний менеджмент».

Модулі характеризують загальнотеоретичні знання зі спеціальності 073 «Менеджмент» галузі 07 «Управління та адміністрування».

Фахове вступне випробування сприяє виявленню здібностей у майбутніх фахівців у галузі управління та адміністрування, економіки та менеджменту, споріднених наук.

# **I. ХАРАКТЕРИСТИКА ЗМІСТУ ПРОГРАМИ**

## **1.1. МОДУЛЬ 1 «МЕНЕДЖМЕНТ»**

### **Тема 1. Поняття і сутність менеджменту.**

Предмет, об'єкт і суб'єкт менеджменту. Основні риси та характеристики менеджменту. Види менеджменту. Організація як соціотехнічна система. Види організацій. Характеристики організацій. Функції менеджменту. Управління як процес. Особливості управлінської діяльності. Ролі та завдання менеджерів.

### **Тема 2. Історія розвитку менеджменту.**

Розвиток практики управління. Виникнення управління як галузі знань. Виникнення управління як науки. Школи управління. Сучасні концепції менеджменту. Розвиток вітчизняної науки управління

### **Тема 3. Принципи і методи управління.**

Загальні принципи управління. Принципи управління за планово-адміністративної системи господарювання. Сучасні принципи управління і методологія їх розроблення. Методи управління, їх сутність і особливості

### **Тема 4. Внутрішнє середовище організації.**

Складові внутрішнього середовища організації. Цілі як засоби формування і розвитку організації. Структура організації. Система технологій організації. Людські ресурси організації. Організаційна культура як об'єднуючий елемент внутрішнього середовища організації. Взаємозалежність внутрішніх складових організації.

### **Тема 5. Зовнішнє середовище організації.**

Сутність і характеристики зовнішнього середовища організації. Середовище прямої дії (мікросередовище) організації. Середовище непрямой дії (макросередовище) організації. Міжнародне середовище організації.

### **Тема 6. Організування комунікаційного процесу.**

Комунікація як засіб інформаційного забезпечення процесу управління. Види комунікацій в організації. Комунікаційний процес, його елементи та

етапи. Способи комунікації в організації. Комунікаційні канали. Особливості міжособистістних комунікацій і умови їх ефективного здійснення. Комунікаційні перешкоди і засоби їх подолання. Комунікаційні мережі. Технічне забезпечення комунікаційного процесу в організації. Інформаційні системи.

### **Тема 7. Процес прийняття управлінських рішень.**

Місце управлінських рішень у процесі управління Типи управлінських рішень і вимоги до їх прийняття Технологія прийняття управлінського рішення Загальні підходи до розв'язання управлінських проблем Методи обґрунтування управлінських рішень.

### **Тема 8. Функція менеджменту «планування».**

Сутність, завдання і принципи планування. Види внутріорганізаційного планування. Система планів в організації. Методологія і етапи стратегічного планування. Види функціональних стратегій і чинники їх вибору. Управління реалізацією стратегічного плану. Проблеми й особливості застосування стратегічного планування у вітчизняних організаціях.

### **Тема 9. Функція менеджменту «організування».**

Сутність функції «організування». Організаційна структура і принципи її побудови. Формування підрозділів організації. Централізація і децентралізація у побудові організації. Повноваження і обов'язки. Чинники, що впливають на побудову організаційної структури. Види організаційних структур Організаційний розвиток. Стратегія організаційних змін

### **Тема 10. Функція менеджменту «мотивування»**

Сутність і роль мотивування Типи мотиваційних теорій. Проблеми формування ефективного мотиваційного механізму на підприємстві.

### **Тема 11. Функція менеджменту «контролювання»**

Місце контролювання у системі управління. Види управлінського контролю.

Сутність і етапи процесу контролювання. Система контролю і умови її ефективного функціонування. Основні види управлінського контролю.

Контролювання поведінки працівників.

### **Тема 12. Формування і розвиток колективу**

Людина та організаційне оточення Сутність, види і характеристика колективів (груп). Чинники, що впливають на ефективність роботи групи. Формування і розвиток колективу. Міжособистісні та міжгрупові конфлікти.

### **Тема 13. Керівництво і лідерство.**

Сутність керівництва і лідерства. Влада, її форми та джерела. Теорії лідерства.

#### *Питання для підготовки до модулю 1«Менеджмент»*

1. Поняття і сутність менеджменту.
2. Основні риси та характеристики менеджменту.
3. Види організацій.
4. Особливості управлінської діяльності.
5. Ролі та завдання менеджерів.
6. Виникнення управління як галузі знань.
7. Виникнення управління як науки.
8. Школи управління.
9. Охарактеризуйте розвиток менеджменту в Україні.
10. Розкрийте сутність та особливості управлінської діяльності.
11. Охарактеризуйте основні категорії управлінських працівників.
12. Загальні принципи управління.
13. Принципи управління за планово-адміністративної системи господарювання.
14. Сучасні принципи управління і методологія їх розроблення.
15. Методи управління, їх сутність і особливості
16. Складові внутрішнього середовища організації.
17. Цілі як засоби формування і розвитку організації.
18. Структура організації.
19. Система технологій організації.
20. Людські ресурси організації.

21. Організаційна культура як об'єднуючий елемент внутрішнього середовища організації
22. З якою метою будують «дерево цілей»?
23. Сутність і характеристики зовнішнього середовища організації.
24. Комунікація як засіб інформаційного забезпечення процесу управління.
25. Види комунікацій в організації.
26. Комунікаційний процес, його елементи та етапи.
27. Способи комунікації в організації. Комунікаційні канали.
28. Комунікаційні перешкоди і засоби їх подолання. Комунікаційні мережі.
29. Типи управлінських рішень і вимоги до їх прийняття
30. Технологія прийняття управлінського рішення
31. Сутність, завдання і принципи планування. Система планів в організації.
32. Методологія і етапи стратегічного планування.
33. Сутність функції «організування».
34. Організаційна структура і принципи її побудови.
35. Формування підрозділів організації.
36. Види організаційних структур
37. Сутність і роль мотивування
38. Типи мотиваційних теорій.
40. Види управлінського контролю.
41. Формування і розвиток колективу.
42. Міжособистісні та міжгрупові конфлікти.
43. Сутність керівництва і лідерства.
44. Влада, її форми та джерела.
45. Теорії лідерства.



## **1.2. МОДУЛЬ 2 «МАРКЕТИНГ»**

### **Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція**

Сутність маркетингу та його визначення. Основні підходи до визначення маркетингу. Основні передумови виникнення маркетингової діяльності. Еволюція концепцій маркетингу. Основні функції маркетингу. Потреба як основна ідея маркетингу. Ієрархія потреб А. Маслоу. Цінності, основні види. Запити. Попит. Основні види попиту. Товар. Класифікація товарів. Вартість і задоволення. Функціональне задоволення. Психологічне задоволення. Маркетингова комунікація, розподіл і ринок. Концепція сучасного маркетингу. Послідовність: потреба – бажання – попит – обмін. Суб'єкти маркетингу. Їх класифікація.

### **Тема 2. Класифікація маркетингу.**

Основні види маркетингу: за цілями обміну, сферами застосування, територіальними ознаками, ступенями ринкової орієнтованості, видами діяльності, особливостями суб'єктів, охоплення сегменту, видами попиту (конверсійний, стимулюючий, креативний, ремаркетинг, синхромаркетинг, підтримуючий, демаркетинг, протидіючий).

### **Тема 3. Маркетингові дослідження**

Сутність маркетингових досліджень. Мета маркетингових досліджень. Об'єкти маркетингового дослідження. Основні напрями маркетингових досліджень. Вимоги до маркетингових досліджень. Процедура маркетингових досліджень. Сегментування споживчого ринку. Оцінювання привабливості сегменту. Маркетингові інформаційні системи. Класифікація маркетингової інформації. Загальна оцінка вторинної та первинної інформації. Маркетингова інформаційна система. Елементи цієї системи. Види маркетингових досліджень. Кабінетні та польові дослідження. Групи маркетингових методів дослідження.

### **Тема 4. Маркетингова товарна політика.**

Комплекс маркетингу. Товар. Ціна. Розподіл товару. Просування товару. Поняття маркетингової товарної політики. Основні рішення в межах товарної політики. Поняття товару. Класифікація товарів. Послуга як товар. Особливості

маркетингу послуг. Якість товару. Чотири рівні якості товару. Упаковка товару. Упаковка внутрішня, зовнішня. Тара. Конкурентоспроможність товару. Показники якості товару. Поняття асортименту товарів. Формування асортименту. Асортиментна концепція. Товарна номенклатура підприємства. Виробничий асортимент. Торговий асортимент.

### **Тема 5. Маркетингова цінова політика.**

Сутність маркетингової цінової політики. Основні цілі ціноутворення. Основні функції ціни. Види цін. Залежність цін від обороту. Залежність цін від впливу держави. Залежність цін від особливостей комерційного контракту. Залежність цін від сфери діяльності. Залежність цін від порядку відшкодування споживачем транспортних витрат. Вибір методу ціноутворення залежно від ринкового стану.

### **Тема 6. Маркетингова політика продажу (розподілу)**

Сутність політики розподілу. Мета та завдання політики розподілу. Канал розподілу. Рівень каналу розподілу. Довжина каналу розподілу. Ширина каналу розподілу. Функції каналів розподілу. Посередники. Класифікація посередників. Прямий збут. Опосередкований збут. Фактори впливу на вибір посередника. Оптова торгівля. Форми оптових торговців. Роздрібна торгівля. Форми роздрібною торгівлі. Маркетингові системи розподілу. Традиційна система розподілу.

### **Тема 7. Маркетингова політика комунікацій (просування).**

Сутність маркетингової політики комунікації. Основні функції маркетингової комунікації. Цілі маркетингової комунікаційної політики. Просування товару. Створення і підтримка постійних зв'язків. Комунікаційні засоби, їх класифікація. Основні та синтетичні комунікаційні засоби. Процес маркетингової комунікації. Основні елементи процесу маркетингової комунікації. Рівні декодування. Важливість зворотного зв'язку у процесі комунікацій. Поняття перешкод, основні типи.

*Питання для підготовки з модулю 2 «Маркетинг»:*

1. Історія виникнення та розвитку маркетингу.
2. Еволюція концепції маркетингу.
3. Виробничий, товарний, збутовий та соціально-етичний маркетинг
4. Основні поняття маркетингу.
5. Принципи маркетингу.
6. Функції маркетингу.
7. Класифікація видів маркетингу
8. Задачі і зміст маркетингових досліджень.
9. Види маркетингових досліджень.
10. Методи проведення маркетингових досліджень.
11. Види інформації.
12. Сутність маркетингової товарної політики підприємства.
13. Товар, види товару.
14. Етапи життєвого циклу товару.
15. Конкурентоспроможність товару на ринку.
16. Управління товарним асортиментом і номенклатурою товарів підприємства.
17. Товарні марки. Класифікації товарних марок.
18. Маркетингова цінова політика підприємства та її види.
19. Алгоритм маркетингового розрахунку ціни.
20. Управління цінами підприємства.
21. Методи ціноутворення.
22. Сутність маркетингової політики продажу.
23. Канали розподілу та їх функції.
24. Основні типи каналів розподілу та їх характеристика.
25. Оцінка збутової діяльності та її критерії.
26. Ліквідація конфліктів у каналах розподілу.
27. Сутність маркетингової політики просування.
28. Реклама та її завдання.
29. Стимулювання збуту та його основні засоби.
30. Персональний продаж та його типи.
31. Мотивування покупця.
32. Прямий маркетинг.

### **1.3. МОДУЛЬ 3 «ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**

#### **Тема 1. Основні поняття і сутність теорії інноватики**

Визначення інноватики як науки. Сутність понять «інновація», «нововведення», «новація». «Життєвий цикл» інновацій. Інноваційна діяльність. Інноваційна інфраструктура. Технологія та технологічні уклади.

#### **Тема 2. Становлення теорії інноваційного розвитку та її сучасні концепції.**

Циклічність розвитку. Теорія довгих хвиль М. Д. Кондратьєва. Класична теорія нововведень. Неокласична теорія нововведень. Теорія прискорення. Соціально-психологічна модель.

#### **Тема 3. Інноваційний процес як об'єкт інноваційного менеджменту.**

Загальна характеристика інноваційного процесу: поняття, сутність, зміст. Структура інноваційного процесу. Моделі поширення інновацій. Причини та джерела інноваційних ідей. Чинники успішності та невдач нововведень.

#### **Тема 4. Державне регулювання інноваційної діяльності.**

Роль держави у створенні механізму регулювання інноваційного процесу та інноваційної діяльності. Державна інноваційна політика. Методи реалізації інноваційної політики.

#### **Тема 5. Основи інноваційного менеджменту.**

Сутність та зміст інноваційного менеджменту. Функції інноваційного менеджменту. Менеджери в інноваційній сфері. Рішення в інноваційному менеджменті та методи їх прийняття. Інноваційний менеджмент у фірмах Японії та США.

#### **Тема 6. Підприємство як основний суб'єкт реалізації нововведення.**

Взаємодія організації та нововведень. Особливості взаємодії організації та нововведень. Сприйнятливість організації до нововведень. Інноваційний потенціал та його оцінка. Причини успіху та краху організацій.

#### **Тема 7. Інноваційні стратегії.**

Поняття та особливість інноваційної стратегії. Типи інноваційних

стратегій. Розроблення і обґрунтування інноваційної стратегії. Процес розроблення нового продукту. Стратегічне планування як елемент стратегічного управління та метод реалізації інноваційної стратегії.

**Тема 8. Методи організації забезпечення інноваційних процесів на підприємстві.**

Особливості побудови організаційних структур НДДКР. Основні види організаційних структур НДДКР. Основні методи організації інноваційного процесу. Організація роботи «змішаних бригад».

**Тема 9. Організаційні форми, які забезпечують розвиток інноваційних процесів.**

Виникнення нових організаційних форм управління інноваційним процесом. Технопарки. Технополіси. Регіональні науково-промислові комплекси. Інноваційні центри - інкубатори. Консультативні фірми. Венчурні фірми. Науково-технічна кооперація. Стратегічні альянси.

**Тема 10. Система мотивації інноваційної діяльності в організації.**

Сутність мотивації в системі управління персоналом, який здійснює інноваційну діяльність. Методи стимулювання творчої активності персоналу. Організація винахідницької діяльності. Стиль керівництва і формування інноваційної культури в організації.

**Тема 11. Оцінка ефективності інновацій.**

Тенденція розвитку науково-технічного прогресу і його взаємодія з природним і соціальним середовищем. Сутність проблеми оцінки ефективності інновацій. Види ефективності (ефектів). Методи оцінки економічної ефективності інноваційної діяльності.

***Питання для підготовки з модулю 3 «Інноваційний менеджмент»:***

1. Визначення інноватики як науки.
2. Сутність понять «інновація», «нововведення», «новація».
3. «Життєвий цикл» інновацій.
4. Інноваційна діяльність. Інноваційна інфраструктура.

5. Технологія та технологічні уклади.
6. Циклічність розвитку. Теорія довгих хвиль М. Д. Кондратьєва.
7. Класична теорія нововведень. Неокласична теорія нововведень. Теорія прискорення.
8. Загальна характеристика інноваційного процесу: поняття, сутність, зміст.
9. Структура інноваційного процесу.
10. Моделі поширення інновацій.
11. Причини та джерела інноваційних ідей.
12. Чинники успішності та невдач нововведень.
13. Сутність та зміст інноваційного менеджменту.
14. Функції інноваційного менеджменту.
15. Менеджери в інноваційній сфері.
16. Рішення в інноваційному менеджменті та методи їх прийняття.
17. Сприйнятливість організації до нововведень.
18. Інноваційний потенціал та його оцінка.
19. Поняття та особливості інноваційної стратегії.
20. Типи інноваційних стратегій.
21. Розроблення і обґрунтування інноваційної стратегії.
22. Процес розроблення нового продукту.
23. Стратегічне планування як елемент стратегічного управління та метод реалізації інноваційної стратегії.
24. Основні види організаційних структур НДДКР.
25. Основні методи організації інноваційного процесу.
26. Виникнення нових організаційних форм управління інноваційним процесом.
27. Сутність мотивації в системі управління персоналом, який здійснює інноваційну діяльність.
28. Методи стимулювання творчої активності персоналу.
29. Стиль керівництва і формування інноваційної культури в організації.

30. Роль держави у створенні механізму регулювання інноваційного процесу та інноваційної діяльності.

31. Державна інноваційна політика. Методи реалізації інноваційної політики.

32. Поняття інноваційного проекту. Класифікація інноваційних проектів.

33. Механізм реалізації інноваційного проекту.

34. Види ефекту від реалізації інновацій. Ефект і ефективність інноваційної діяльності.

35. Система показників ефективності інноваційного проекту.

## **1.4. МОДУЛЬ 4 «СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**

### **Тема 1. Концептуальні засади теорії стратегічного управління**

Передумови розвитку теорії стратегічного управління. Концепція стратегічного управління. Предмет та об'єкт стратегічного управління підприємством. Поняття «стратегія підприємства». Стратегічні рішення на підприємствах та фактори впливу на їх прийняття. Моделі стратегічного управління.

### **Тема 2. Види стратегічного управління**

Девіантний та превентивний характер системи управління. Системи управління в умовах стабільного, динамічного зовнішнього оточення та в умовах кризової ситуації.

Поняття «сильних» і «слабких» сигналів зовнішнього середовища в процесі стратегічного управління підприємством. Ранжування управлінських завдань за ступенем терміновості рішення. Інформаційні компоненти системи стратегічного управління підприємством.

### **Тема 3. Зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства**

Системний підхід до підприємства. Зовнішнє середовище. Проміжне середовище. Внутрішнє середовище. Ключові фактори успіху. Сутність та об'єкти стратегічного аналізу в процесі прийняття стратегічних рішень. Специфіка загального, галузевого, операційного та внутрішнього середовища підприємства. Типи зовнішнього середовища підприємства: змінне або нестабільне; вороже; різноманітне; технічно складне. Фактори впливу на нестабільність зовнішнього середовища.

### **Тема 4. Стратегії та стратегічний набір підприємства**

Сутність та основні елементи стратегії. «Стратегічний набір» як система стратегій підприємства. Види стратегій та їх класифікація.

### **Тема 5. Стратегічне планування на підприємстві**

Принципи стратегічного планування. Значення стратегічного планування діяльності підприємства в умовах нестабільності зовнішнього оточення.



Підходи до організації стратегічного планування у підприємстві.

Процес стратегічного планування. Характеристика етапу цілеутворення. Вибір місії та правила її формування. Значення місії для підприємства з орієнтацією на стратегічний розвиток. Девіз та кредо підприємства. Класифікація стратегічних цілей. Фактори, які впливають на вибір стратегічних цілей. Сфери встановлення стратегічних цілей підприємства.

### **Тема 6. Матричні методи у формуванні корпоративної стратегії підприємства**

Поняття про матричні методи в проведенні портфельного аналізу та його етапи. Матриця Бостонської консультативної групи (БКГ) «зростання-частина ринку». Багатофакторна портфельна матриця «Мак-Кінсі», «привабливість-конкурентоспроможність», матриця АДЛ (фірми Артура Д.Літла), інші матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства

### **Тема 7. Стратегічний потенціал підприємства та формування його конкурентних переваг**

Поняття «стратегічний потенціал підприємства». Елементи стратегічного потенціалу підприємства та фактори впливу на його формування і розвиток. Методи та показники оцінювання стратегічного потенціалу підприємства. Розриви між стратегічними цілями та потенціалом підприємства. Особливості управління стратегічним потенціалом підприємств різних сфер економічної діяльності.

### **Тема 8. Стратегічний контроль та оцінка реалізації стратегій**

Мета та завдання стратегічного контролю в управлінні діяльністю підприємства в ринкових умовах господарювання. Методи оцінювання обраних підприємством стратегій. Критерії та показники ефективності стратегій. Оцінювання доцільності впровадження стратегічних змін на підприємстві в процесі реалізації стратегії.

### **Тема 9. Соціально-психологічне забезпечення стратегічного управління**

Поняття організаційної культури. Фактори, які впливають на

організаційну культуру. Культура і персонал підприємства. Формальні та неформальні відносини. Соціально-психологічне забезпечення. Система соціально-психологічної регуляції організаційної діяльності. Соціальний аудит.

***Питання для підготовки з модулю «Стратегічний менеджмент»:***

1. Дайте визначення стратегічному менеджменту.
2. Які існують наукові підходи щодо визначення змісту стратегічного менеджменту?
3. Чому представники навчального підходу до стратегічного менеджменту не підтримують ідеї побудови стратегії ?
4. Що є результатом стратегічного менеджменту ?
5. Назвіть об'єкт та суб'єкт стратегічного менеджменту.
6. Наведіть принципи стратегічної діяльності підприємства.
7. В чому полягає основна відмінність стратегічного менеджменту від оперативного ?
8. Дайте визначення «стратегічної прогалини».
9. Яка з моделей стратегічного управління пов'язана з використанням результатів SWOT-аналізу ?
10. Які основні проблеми стратегічного менеджменту Вам відомі?
11. Якими факторами характеризується зовнішнє середовище організації?
12. Якими чинниками визначається загальний стан зовнішнього середовища?
13. Якими способами спостережується зовнішнє середовище?
14. Які головні елементи середовища безпосереднього впливу на організацію?
15. За допомогою яких факторів визначається попит споживачів?
16. Якими факторами визначається торгова сила впливу покупця?
17. Який вплив здійснюють постачальники на діяльність підприємства?
18. Яку роботу здійснює підприємство щодо постачальників?

19. Які основні етапи формування стратегії підприємства?
20. Поясніть відмінності між корпоративною, бізнес- і конкурентними стратегіями та їх взаємозв'язок?
21. Яке призначення конкурентної стратегії підприємства?
22. Охарактеризуйте базові конкурентні стратегії М. Портера?
23. Охарактеризуйте базові конкурентні стратегії Ф. Котлера?
24. Охарактеризуйте стратегії підприємства за І. Ансофмом?
25. Розкрийте поняття матричних методів в проведенні портфельного аналізу та його етапи
26. Надайте характеристику матриці Бостонської консультативної групи (БКГ) «зростання-частина ринку»
27. Розгляньте багатofакторну портфельну матрицю «Мак-Кінсі» «привабливість-конкурентоспроможність»
28. Визначте мету та завдання стратегічного контролю в управлінні діяльністю підприємства.
29. Розгляньте заходи оцінки доцільності впровадження стратегічних змін на підприємстві
30. Поділ цілей на економічні, організаційні, технічні, соціальні, наукові, політичні –це їх класифікація за ознакою:.

## II. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ВСТУПНОГО ФАХОВОГО ВИПРОБУВАННЯ

Вступні випробування охоплюють чотири модуля фахових дисциплін, які передбаченні навчальними планами рівня вищої освіти «бакалавр» спеціальності 073 «Менеджмент» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Вступне випробування проводяться у вигляді письмового екзамену загальною тривалістю 1 година.

## III. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНОГО ФАХОВОГО ВИПРОБУВАННЯ

Екзаменаційне завдання містить 30 тестових питань, що охоплюють всі теми, наведені в тематичному змісті даної програми. Кожне тестове питання оцінюється у 6,66 балів. Таким чином, правильна відповідь на 30 запитань оцінюється у 200 балів:

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
6,66	13,32	19,98	26,64	33,3	39,96	46,62	53,28	59,94	66,6
<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>
73,26	79,92	86,58	93,24	100	106,66	113,32	119,98	126,64	133,36
<b>21</b>	<b>22</b>	<b>23</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>27</b>	<b>28</b>	<b>29</b>	<b>30</b>
139,96	146,62	153,28	159,94	166,6	173,2	179,92	186,58	193,24	200

#### IV. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

##### ***РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО МОДУЛЮ 1***

1. Бардась А.В. Менеджмент : навч. посіб. / А.В. Бардась, М.В. Бойченко, А.В. Дудник. – Д. : Національний гірничий університет, 2012 – <http://www.twirpx.com/file/2391920/>
2. Бирман Л.А. Общий менеджмент. М.: 2013. – 544 с. – <http://www.twirpx.com/file/2003796/>
3. Друкер П., Макьярелло Дж. А. Менеджмент. – М.: ООО "И.Д. Вильямс", 2010. – 704 с.
4. Кравченко В.О. Основи менеджменту: Навчальний посібник. – Одеса: Атлант, 2012 р. – 211 с. - <http://kist.ntu.edu.ua/textDZ/Kravchenko%20V.A..pdf>
5. Менеджмент: навч. посіб./ Л.С. Шевченко, О.А. Гриценко, С.М. Макуха та ін.; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф.Л.С. Шевченко. – Х. : Право, 2013. – 216 с. - [http://library.nlu.edu.ua/POLN\\_TEXT/POSIBNIKI\\_2013/Menedgment\\_2013.pdf](http://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/POSIBNIKI_2013/Menedgment_2013.pdf)
6. Стадник В.В., Йохна М.А. Менеджмент: Підручник. – 2-е видання., доп.– К.: Академвидав, 2010. – 472 с.

##### ***РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО МОДУЛЮ 2***

1. Котлер Ф. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе / Ф. Котлер, Х. Картаджайя, И. Сетиаван; [пер. с англ. А Заякина]. – М.: Эксмо, 2012. – 240 с.
2. Лирик І. В., Кудирко О. В. Маркетингові дослідження: кейси та ситуаційні вправи. Практикум. – К.: КНЕУ, 2010. – 313 с.
3. Маркетинг: Підручник / В. Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко та ін.; Ред.. – упор. О.І. Сидоренко, Л.С. Макарова. – 4-те вид. – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2009. – 648 с.

4. Котлер, Ф. Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей [Текст] : пер. с англ. / Ф. Котлер, Ф. Триас де Бес. – М. : Альпина Паблишерз, 2010. – 204 с.

5. Турченко, М. О. Маркетинг [Текст] : підручник / М. О. Турченко, М. Д. Швець. – К. : Знання, 2011. – 318 с. – (Вища освіта ХХІ століття).

6. Череп, А. В. Основи маркетингу [Текст] : навч. посіб. / А. В. Череп, О. С. Богма, О. Г. Череп. – К. : Кондор, 2014. – 225 с.

### ***РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО МОДУЛЮ 3***

1. Алейнікова О.В. Інноваційний та інвестиційний менеджмент. Навчальний посібник. / О.В. Алейнікова, Н.М. Притула – Київ: ДВНЗ «Університет менеджменту освіти», 2018. – 614 с.

2. Микитюк П.П. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2016. – 400 с.

3. Петрова Н. Б. Інноваційний менеджмент у прикладах і завданнях / Петрова Н. Б. – Житомир : Рута, 2017. – 608 с.

4. Полякова Ю.В. Міжнародний інноваційний менеджмент: навч. посіб. / Полякова Ю. В., Макогін З.Я.; Укоопспілка, Львів. комерц. акад. – Львів: Вид-во ЛКА, 2015. – 239 с.

5. Тебекин А. В. Инновационный менеджмент: учебник для бакалавров / А. В. Тебекин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 386 с.

6. Управління інноваціями : навч. посібник / О.І. Гуроров, Л.І. Михайлова, І.О. Шарко, С.Г. Турчіна. – Харків: ХНАУ, 2015. – 260 с.

7. Чайковська М.П. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. / М.П. Чайковська. – Одеса: ОНУ, 2015. – 380 с.

### ***РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО МОДУЛЮ 4***

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Экономика, 2009. – 520 с.

2. Герасимчук В. Г. Розвиток підприємства: діагностика, стратегія, ефективність / В. Г. Герасимчук. – К. : Вицашк., 2005. – 266 с.
3. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання : навч. посіб. / В. Г. Герасимчук. – К. : КНЕУ, 2000. – 360 с.
4. Пономаренко В. С. Стратегічне управління підприємством / В. С. Пономаренко. – Х. : Основа, 2009. – 620 с.
5. Петрова, І. Л. Стратегічне управління людськими ресурсами [Текст] : навч. посібник / І. Л. Петрова. – К. : КНЕУ, 2013. – 466 с.
6. Череп, А. В. Стратегічне планування і управління [Текст] : навч. посібник / А. В. Череп, А. В. Сучков. – К. : Кондор, 2011. – 334 с.
7. Порохня, В. М. Стратегічне управління [Текст] : навч. посіб. / В. М. Порохня, Т. О. Безземельна, Т. А. Кравченко. – К. : Центр учб. л-ри, 2012. – 224 с.
8. Стратегічне управління [Текст] : підручник / О. М. Тищенко, Т. М. Хміль, С. К. Василик, [та ін.]. – Х. : ІНЖЕК, 2009. – 280 с.
9. Довгань Л. Є. Стратегічне управління [Текст] : навч. посібник / Л. Є. Довгань, Ю. В. Каракай, Л. П. Артеменко. – 2-ге вид. – К. : Центр учб. л-ри, 2011. – 440 с.
10. Балабанова, Л. В. Стратегічне управління персоналом підприємства [Текст] : навч. посібник / Л. В. Балабанова, О. В. Стельмашенко. – К. : Знання, 2011. – 236 с.
11. Попович, О. С. Стратегічне управління [Текст] : курс лекцій / О. С. Попович. – К. : НТУУ "КПІ", 2011. – 260 с.

Програма розглянута на засіданні фахової комісії для вступу на здобуття ступеня магістра (протокол № 1 від «24» лютого 2020 року).

Програма розглянута та затверджена на засіданні приймальної комісії університету (протокол № 5 від «26» лютого 2020 року).

Відповідальний секретар  
приймальної комісії



А.О. Алексеева