

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ОСТРОГРАДСЬКОГО

СХВАЛЕНО

Вченою радою КрНУ
від 25 березня 2021 року
протокол № 7

ЗАТВЕРДЖЕНО

наказом ректора КрНУ
від 26 березня 2021 р. № 52-1

ПРОГРАМА

додакового вступного випробування
при вступі за освітнім ступенем доктора філософії
за спеціальністю 073 «Менеджмент»



2021 рік

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО: робочою групою зі спеціальності
073 «Менеджмент» Кременчуцького національного університету імені Михайла
Остроградського

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: проф. Труніна І. М.,
проф. Загірняк Д. М.

Розглянуто на засіданні кафедри бізнесу адміністрування, маркетингу і туризму
«26» січня 2021 року, протокол № 6

Обговорено та затверджено вченою радою факультету економіки і управління
«25» лютого 2021 року, протокол № 5

Розглянуто на засіданні Приймальної комісії
«25» березня 2021 року, протокол № 3

ВСТУП

Додаткове вступне випробування при вступі на навчання для здобуття ступеня доктора філософії спеціальності 073 «Менеджмент» складають вступники на основі ступеня магістра (освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста), здобутого за іншою спеціальністю.

Додаткове вступне випробування проводиться в КрНУ та оцінюється за 2-бальною шкалою («зараховано» або «не зараховано»). Особи, які за результатами складання додаткового вступного випробування отримали «не зараховано», до участі в подальших вступних випробуваннях та конкурсному відборі не допускаються.

Програму розроблено на основі дисциплін навчального плану підготовки магістра за спеціальністю 073 «Менеджмент» в КрНУ.

МЕТА ДОДАТКОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Метою додаткового вступного випробування є оцінювання ступеня підготовленості вступників для здобуття освітнього ступеня доктора філософії за спеціальністю 073 «Менеджмент».

ВИМОГИ ДО РІВНЯ ПІДГОТОВКИ ВСТУПНИКІВ

Вступник має виявити базові знання з теорії та практики дисциплін, що виносяться на вступне випробування: менеджмент, економіка, маркетинг. Має знати сутність процесів організації виробничо-господарської діяльності на підприємствах різних форм власності, методи їх дослідження; уміти здійснювати вибір відповідних розрахункових методик, застосовуючи при цьому методичний апарат та інструментарій зазначених дисциплін. Повинен продемонструвати навички творчого, критичного погляду на поставлені практичні завдання та розробки обґрунтованих пропозицій щодо їх розв'язання.

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ОБСЯГ ДОДАТКОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

1. ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ
2. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ
3. МАРКЕТИНГ

ПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ»

1. Поняття «менеджмент» і необхідність управління організаціями..
2. Поняття «менеджер» та суть його діяльності.
3. Рівні менеджменту.
4. Характеристика управління та організацій до 1900 року.
5. Підходи до управління на основі виділення різних шкіл.
6. Сучасні підходи до управління: процесний підхід, системний підхід, ситуаційний підхід.
7. Сучасний стан розвитку менеджменту в Україні.
8. Внутрішнє середовище організації.
9. Значення та визначення зовнішнього середовища в бізнесі.
10. Характеристика факторів зовнішнього середовища.
11. Суть стратегічного планування та його складові.
12. Місія організації. Цінності та цілі вищого керівництва.
13. Використання SWOT-аналізу для формулювання стратегії.
14. Управління реалізацією стратегічного плану.
15. Формування стратегії бізнесу.
16. Природа організаційних змін.
17. Управління змінами в організації.
18. Опір організаційними змінами.
19. Проведення організаційних змін.
20. Поняття мотивації.
21. Змістовні процеси підходу до мотивації.
22. Сутність процесного підходу до мотивації.
23. Суть контролю та його види.
24. Етапи процесу контролю.
25. Рекомендації щодо проведення ефективного контролю.

26. Характеристики ефективного контролю.
27. Основні закони менеджменту.
28. Поняття та еволюція принципів менеджменту.
29. Економічні методи управління в менеджменті.
30. Адміністративні методи менеджменту.
31. Соціально-психологічні методи менеджменту.
32. Огляд теорії лідерства.
33. Підхід з позиції поведінки до лідерства.
34. Ситуаційний підхід до лідерства.
35. Форми влади та впливу.
36. Поняття комунікаційного процесу.
37. Елементи та етапи комунікативного процесу.
38. Міжособисті комунікації.
39. Організаційні комунікації.
40. Суть процесу прийняття рішення.
41. Підходи до прийняття рішень.
42. Етапи раціонального вирішення проблеми.
43. Фактори, що впливають на процес прийняття управлінських рішень.
44. Методи прийняття рішень.
45. Прямі та зворотні зв'язки між суспільством і менеджментом.
46. Поняття соціальної відповідальності та основні підходи до її інтерпретації.
47. Етичні виміри менеджменту.

ПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ»

1. Поняття підприємства та його ознаки.
2. Виробнича та загальна структура підприємства.
3. Класифікація підприємств за різними ознаками.
4. Ринок як сфера функціонування підприємств, його склад та види.
5. Персонал підприємства, його склад, структура і класифікація.
6. Кадрова політика підприємства і управління персоналом.
7. Поняття капіталу.
8. Поняття і класифікація основних фондів підприємства.
9. Поняття амортизації.

10. Поняття та матеріальний склад оборотних фондів підприємства.
11. Інвестиції та інвестиційна діяльність підприємства.
12. Поняття виробничих інвестицій та їх склад.
13. Оборотні кошти підприємства, їх структура.
14. Суть і основні процедури стратегічного планування на підприємстві.
15. Прогнозування як процедура стратегічного планування, його сутність та зміст.
16. Поняття, принципи і методи планування.
17. Типи виробництва та їх характеристика.
18. Методи організації виробничих процесів.
19. Поняття якості продукції, необхідність та значення її підвищення.
20. Показники та методи оцінки якості.
21. Конкурентоспроможність продукції: чинники забезпечення та методика оцінки їх рівня.
22. Сертифікація та стандартизація.
23. Продуктивність праці: сутність і значення.
24. Показники і методи вимірювання продуктивності.
25. Поняття мотивації, моделі і методи.
26. Сутність, функції та принципи заробітної плати.
27. Поняття і характеристика витрат на виробництво продукції.
28. Класифікація витрат.
29. Поняття і види содівартості продукції.
30. Економічний зміст і функції ціни. Види цін.
31. Суть і основні завдання фінансової діяльності підприємства.
32. Форми фінансової звітності.
33. Поняття і види прибутку підприємства.
34. Суть і характеристика загальної ефективності діяльності підприємства.
35. Показники ефективності виробництва.

ПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ»

1. Розуміння маркетингу.
2. Походження та еволюція концепції маркетингу.
3. Основні питання маркетингу.

4. Принципи маркетингу.
5. Завдання та функції маркетингу.
6. Система засобів маркетингу.
7. Основні питання маркетингу.
8. Мета, принципи та завдання маркетингових досліджень.
9. Види маркетингових досліджень.
10. Алгоритм процесу маркетингових досліджень.
11. Маркетингова інформація.
12. Методи збору первинної інформації.
13. Дослідження навколишнього середовища маркетингу.
14. Маркетингові дослідження ринку.
15. Аналіз конкурентного середовища.
16. Маркетингові дослідження підприємства.
17. Суть маркетингової товарної політики.
18. Маркетингова концепція товару.
19. Життєвий цикл товару.
20. Конкурентоспроможність товару та методи її визначення.
21. Управління товарним асортиментом і номенклатурою товарів підприємства.
22. Сутність маркетингової цінової політики.
23. Алгоритм маркетингового розрахунку цін.
24. Управління цінами підприємства.
25. Сутність маркетингової політики комунікацій.
26. Алгоритм формування комплексу маркетингових комунікацій.
27. Суть маркетингової політики розподілу.
28. Формування каналів розподілу.
29. Методика вибору структури каналів розподілу.
30. Організація маркетингової діяльності на підприємстві.
31. Контроль маркетингової діяльності підприємства.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Белоус О.П., Панченко Е.Г. Менеджмент: конкурентоспособность и эффективность. - К.: "Знание Украины", 1992. – 403с.
2. Бідняк М.Н. Організація управління: Навч. посібник. - К.: А.С.К., 2006.
3. Горфинкель В.Я., Купряков З.Н. Экономика предприятия. — М.: ЮНИТИ, 1996.
4. Гріфін Р., Яцура В. Основи менеджменту: Підручник /наук. Ред. В.Яцура, Д.Олесевич. – Львів: БаК, 2001. – 624 с.
5. Карлик Е.М. Экономика машиностроения. – Ленинград: Машиностроение, 1985.-265с.
6. Киреев А.П. Международная экономика. В 2-х ч. – М.: Международные отношения, 1979. – 264с.
7. Коробов М. Я. Фінансово-економічний аналіз підприємств: Навч Посіб. – К.: «Знання», 2000. – 378 с.
8. Котлер Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. – М.: Ростинтер, 1996. – 704с.
9. Крылов И.В. Маркетинг. – М.: Центр, 1998.
- 10.Линдерг П. Экономика мирохозяйственных связей. – М.: Прогресс, 1992. – 520с.
- 11.Маджаро С. Международный маркетинг: Сокр. пер. с англ. – М.: Международные отношения, 1979. – 264с.
- 12.Мескон М.Х., Альберт М., Хедоурі Ф. Основы менеджменту. Пер с англ. – М.: Діло, 1995. – 702с.
- 13.Организация и планирование машиностроительного производства./ М.И. Ипатов и др. : -М.: Высшая школа, 1987.
- 14.Перерва П.Г. Управління збутом продукції в системі маркетингу. М.: НПО "РИМ", 1991.
- 15.Устинова Информационные системы менеджмента: Учебное пособие.-СПб: «ДиаСофтЮП», 2000. – 368с.

СТРУКТУРА ОЦІНКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ВСТУПНИКІВ

Екзаменаційний білет додаткового вступного випробування включає 24 тестових завдання закритої форми з вибором однієї правильної відповіді (варіанти відповіді подані українським буквеним списком: А; Б; В; Г). На роботу з цими завданнями відведена одна година.

Максимальна оцінка кожного з цих завдань – один бал.

Наявність у бланку відповідей більше однієї відмітки, виправлення варіанту відповіді або відсутність відмітки визначається як неправильна відповідь і оцінюється в нуль балів.

Кількість балів (0 або 1) за кожне завдання проставляється вище поля для зазначення варіанту відповіді (див. приклад).

Приклад:

	<i>1</i>		<i>0</i>		<i>1</i>									
	А	Б	В	Г	А	Б	В	Г						
1.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Оцінки, виставлені за кожне завдання додаткового вступного випробування, сумуються.

Максимальна сума балів за всі завдання додаткового вступного випробування – двадцять чотири бали.

Бали, отримані за виконання завдань додаткового вступного випробування, переводяться в 2- бальну шкалу за таблицею 1.

Таблиця 1 – Таблиця переведення балів додаткового вступного випробування в 2- бальну шкалу

Сумарна кількість балів	0-4	5-24
Оцінка за випробування	не зараховано	зараховано

На бланку відповідей (нижче останнього запису вступника) проставляється (цифрами та прописом) сумарна кількість балів та оцінка за додаткове вступне випробування, яка засвідчується підписами членів фахової атестаційної комісії, які перевіряли роботу. Роботи, оцінені «не зараховано» додатково перевіряються головою фахової атестаційної комісії та засвідчуються його підписом.

Приклад оформлення

Сумарна кількість балів 11 (одинадцять)

Оцінка за випробування зараховано

Члени комісії _____