

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ І ЗВ'ЯЗКУ

Факультет бізнесу та соціальних комунікацій

ЗАТВЕРДЖУЮ



В.о. ректора ДУІТЗ

проф. Т.П. Воробієнко

« 23 » 03

2021 р.



ПРОГРАМА

*вступних випробувань для осіб,
що мають ступінь бакалавра
та виявили бажання продовжити навчання
для здобуття ступеня магістра*

Ступінь: *Магістр*

Галузь знань: *07 Управління та адміністрування*

Спеціальність: *073 Менеджмент*

Одеса 2021

Програма вступних випробувань для осіб, що здобули ступінь бакалавра та проходять вступні випробування для подальшого навчання на здобуття ступеня магістра за спеціальністю 073 «Менеджмент».

Програму розроблено кафедрами: Економіки підприємства та корпоративного управління, Менеджменту та маркетингу

ПЕРЕДМОВА

Мета вступного іспиту полягає в комплексній перевірці знань студентів, отриманих ними в результаті вивчення циклу дисциплін, передбачених освітньо-професійною програмою та навчальним планом відповідної спеціальності 073 «Менеджмент».

Студент повинен продемонструвати фундаментальні та професійно-орієнтовані уміння та знання щодо узагальненого об'єкта дослідження і здатність вирішувати типові професійні завдання, передбачені для відповідних посад.

Фаховий вступний іспит базується на матеріалах з дисциплін «Менеджмент», «Маркетинг», «Економіка та фінанси підприємства».

МЕТА ІСПИТУ

Визначення рівня підготовки абітурієнтів з метою проведення конкурсного відбору для навчання в Державному університеті інтелектуальних технологій і зв'язку (далі: Університет) за відповідною спеціальністю.

ФОРМА ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Згідно з чинними «Правилами прийому до Державного університету інтелектуальних технологій і зв'язку у 2021р.» (затверджено на засіданні Вченої ради ДУІТЗ від 25.02.2021 р.), для охочих продовжити навчання за ступенем магістра на основі базової вищої освіти передбачено обов'язкове складання комплексного вступного іспиту з фахових дисциплін. Нижче наведена структура даного іспиту та навчальні матеріали, які рекомендовані для опрацювання в ході підготовки до нього. Іспит складається з трьох теоретичних питань (Додатки 1-3).

1. Абітурієнт відповідає на три теоретичні запитання, що зазначені в екзаменаційному білеті, які взято з відповідних навчальних програм дисциплін «Менеджмент», «Маркетинг», «Економіка та фінанси підприємства» відповідно до програм підготовки бакалаврів спеціальності 073 «Менеджмент».

2. Перелік запитань, покладених в основу вступного іспиту з фахових дисциплін, наведено в Додатках 1-3 та представлено у відповідному розділі на сайті Університету (www.suitt.edu.ua).

3. При оцінюванні знань абітурієнта під час вступного іспиту з фахових дисциплін згідно чинних «Правил прийому до Державного університету інтелектуальних технологій і зв'язку у 2021р.» використовується 200-бальна система оцінки, за якою оцінка «відмінно» відповідає 175-200 балам, оцінка «добре» – 135-173 балам, оцінка «задовільно» – 100-133 балам, при отриманні менш ніж 100 балів абітурієнт отримує оцінку «незадовільно».

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

При оцінюванні знань абітурієнта вихідними критеріями є такі:

- оцінку «відмінно» (175-200 балів) абітурієнт отримує, якщо він, після підготовки відповідей в межах встановленого для цього часу, правильно виразив власну думку, що не суперечить теоретичному матеріалу з відповідної дисципліни; не зробив жодної помилки при формулюванні усних відповідей; зв'язано, логічно, тематично адекватно і зрозуміло побудував свої відповіді, а також може невимушено, без жодних складнощів, вільно дати пояснення представнику комісії під час іспиту (реагувати на пропозиції та запитання, ставити запитання в разі виникнення непорозуміння щодо отриманого завдання або зазначеного в білеті запитання);

- оцінку «добре» (135-173 балів) абітурієнт отримує, якщо він, після підготовки відповідей в межах встановленого для цього часу, виразив власну думку, що не суперечить теоретичному матеріалу з відповідної дисципліни; зробив незначні помилки при формулюванні усних відповідей; не завжди зв'язано, логічно, тематично адекватно і зрозуміло будував свої відповіді, але певною мірою може невимушено, без жодних складнощів, вільно дати пояснення представнику комісії під час іспиту (реагувати на пропозиції та запитання, ставити запитання в разі виникнення непорозуміння щодо отриманого завдання або зазначеного в білеті запитання);

- оцінку «задовільно» (100-133 балів) абітурієнт отримує, якщо він, після підготовки відповідей в межах встановленого для цього часу, намагався виразити власну думку, що не суперечить теоретичному матеріалу з відповідної дисципліни; зробив певною мірою некритичні помилки при формулюванні усних відповідей; не завжди зв'язано, логічно, тематично адекватно і зрозуміло будував свої відповіді, але певною мірою може дати пояснення своїх відповідей на запитання представнику комісії під час іспиту (реагувати на пропозиції та запитання, ставити запитання в разі виникнення непорозуміння щодо отриманого завдання або зазначеного в білеті запитання);

- оцінку «незадовільно» (менше 100 балів) абітурієнт отримує, якщо він не може дати відповіді після їх підготовки в межах встановленого для цього часу; припускає грубі помилки у відповідях, які не відповідають змісту теоретичного матеріалу з відповідної дисципліни та не дає представнику комісії відповідей на жодне з додаткових запитань.

**Перелік запитань до вступних випробувань для осіб, що виявили бажання
продовжити навчання для здобуття ступеня магістра**

За спеціальністю: 073 «Менеджмент»

1. Характеристика класичних теорій менеджменту: школа наукового управління, класична школа управління, школа людських відносин.
2. Розкрийте сутність терміна «менеджмент» і вкажіть його відмінність від терміна «управління». Наведіть класифікацію менеджменту за ознакою напрямів реалізації та охарактеризуйте кожен із видів менеджменту.
3. Які основні функції менеджерів та підприємців? Охарактеризуйте їх. Сформууйте портрет сучасного менеджера: риси, якості, функції, ролі.
4. Поясніть дію законів, закономірностей та принципів менеджменту на прикладі конкретної організації.
5. У чому полягає необхідність поділу управлінської праці? Що зумовлює вертикальний та горизонтальний поділи?
6. Сутність та класифікація методів менеджменту: економічні, адміністративні та соціально-психологічні методи менеджменту.
7. Організація як соціум. Основні види організацій: формальна й неформальна організація. Класифікація організацій за ознаками.
8. Процес управління як сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих функцій, методів, управлінських рішень.
9. Поняття функцій менеджменту. Класифікація і характеристика функцій менеджменту.
10. Сутність організаційної структури управління та їх роль у досягненні мети. Види організаційних структур управління.
11. Зовнішнє середовище організації: фактори прямої та непрямой дії.
12. Характеристика внутрішнього середовища організації.
13. Взаємозв'язок факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.
14. Характеристика інтегрованих підходів до управління: процесний підхід, системний підхід, ситуаційний підхід.
15. Формування якостей ефективного менеджера.
16. Сутність управлінських рішень. Управлінське рішення як результат управлінської діяльності.
17. Характеристика класичних теорій школа людських відносин, школа поведінських наук, емпірична школа.
18. Роль керівників низової, середньої та вищої ланки.
19. Комунікаційний процес, елементи та етапи процесу. Організація комунікаційного процесу.
20. Загальна характеристика моделі сучасного менеджера.
21. Поняття мотивування. Взаємозв'язок потреб, спонукань, цілей і заохочень працівників у процесі мотивації.
22. Поняття контролю та його місце в системі управління. Принципи і цілі функції контролювання.
23. Сутність і зміст планування як функції менеджменту, його види та їхній взаємозв'язок.
24. Сутність організаційної діяльності та її місце в системі управління. Поняття та складові організаційної діяльності.
25. Поняття місії в управлінні та класифікація цілей організації.
26. Цілі та завдання менеджменту. Підвищення ролі та значення менеджменту в сучасних умовах.
27. Змістові та процесуальні теорії мотивації.
28. Делегування діяльності: лінійні та функціональні повноваження.
29. Методи дослідження внутрішнього середовища організації: аналітичні методи, діагностування, внутрішній моніторинг.
30. Методи дослідження зовнішнього середовища: зовнішнє спостереження, цільове спостереження, неформальний пошук, формальний пошук.

Перелік запитань до вступних випробувань для осіб, що виявили бажання продовжити навчання для здобуття ступеня магістра

За спеціальністю: 073 «Менеджмент»

1. Наведіть декілька основних повних визначень маркетингу й обґрунтуйте їх.
2. Назвіть етапи сегментування ринку .
3. Як класифікуються маркетингові стратегії залежно від ступеня охоплення ринку ?

Визначте переваги та недоліки кожної з них.

4. Що є зовнішнім середовищем підприємства? Назвіть його складові.
5. Назвіть цілі маркетингових досліджень.
6. Які напрями дослідження ринку вам відомі?
7. Поясніть сутність методів оцінки загальної та територіальної місткості ринку.
8. У чому полягає сутність методу експертних оцінок?
9. Як може змінюватись крива життєвого циклу товарів?
10. У чому полягає відмінність між ціноутворенням й ціною?
11. Охарактеризуйте деякі підходи до встановлення ціни на наявні на ринку товари й послуги.
12. Назвіть основні підходи до ціноутворення в межах товарної номенклатури.

Охарактеризуйте кожний з них.

13. Які існують підходи до ціноутворення за географічним принципом?
14. Визначити сутність процесу встановлення цін для стимулювання збуту. Назвіть підходи до встановлення цін.
15. Поясніть сутність методу встановлення ціни на основі торгів.
16. Проаналізуйте сутність методу встановлення ціни за рівнем конкурентоспроможності й методу розрахунку ціни за комерційними умовами.
17. Наведіть етапи розроблення програми маркетингових комунікацій.
18. У чому сутність маркетингової політики розподілу?
19. Охарактеризуйте основні завдання маркетингової політики розподілу на стратегічному та тактичному рівнях.
20. Поясніть поняття “ канал розподілу “. Проаналізуйте його функції та завдання.
21. Які існують види каналів розподілу?
22. Охарактеризуйте ексклюзивний, селективний та інтенсивний розподіли товарів.
23. Дайте визначення оптовій торгівлі та охарактеризуйте її функції.
24. Дайте визначення роздрібній торгівлі та наведіть її функції.
25. Які існують організаційні структури управління маркетинговими службами?

Визначте їх переваги і недоліки.

26. Проаналізуйте основні проблеми формування маркетингових служб на підприємствах України.
27. У чому сутність визначення стратегічного плану підприємства?
28. Охарактеризуйте етапи стратегічного планування.
29. Назвіть види генеральної стратегії підприємства .Поясніть, коли їх застосовують .
30. Наведіть типи маркетингового контролю .Дайте їх характеристику.

Перелік запитань до вступних випробувань для осіб, що виявили бажання продовжити навчання для здобуття ступеня магістра

За спеціальністю: 073 «Менеджмент»

1. Оподаткування діяльності підприємства: сутність та види. Податки та їх види.
2. Система фінансових коефіцієнтів підприємства.
3. Фінансове планування на підприємстві.
4. Фінансова діяльність та зміст фінансової роботи на підприємстві.
5. Фінансовий стан підприємства та складові його підтримки.
6. Інформаційне забезпечення аналізу фінансів підприємства.
7. Необхідність, сутність та види кредитування підприємства.
8. Сутність та функції фінансів підприємства.
9. Поняття та склад фінансових ресурсів підприємства.
10. Капітальні інвестиції підприємства: сутність та призначення, порядок фінансування.
11. Фінансовий план підприємства та порядок його складання.
12. Фінансові ринки та їх учасники.
13. Зміст, завдання та методи фінансового планування.
14. Фінансова стійкість підприємства.
15. Управління позиковим капіталом підприємства.
16. Конкурентоспроможність підприємства. Фактори, що визначають конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність послуги.
17. Сутність і значення управління підприємством. Організаційна структура управління підприємством: поняття і види.
18. Інноваційна діяльність підприємства. Фактори, що обумовлюють необхідність інноваційного розвитку підприємства.
19. Сутність економічної ефективності та оцінка ефективності діяльності підприємства.
20. Інвестиційна діяльність на підприємстві. Поділ інвестицій за видами. Склад і напрямки використання капітальних інвестицій.
21. Сутність і функції прибутку. Рентабельність.
22. Доходи підприємства: сутність, формування. Чисті доходи. Планування доходів на підприємстві.
23. Оплата праці на підприємствах: форми і системи; шляхи вдосконалення.
24. Склад і структура працівників підприємства, облік їх чисельності на підприємстві. Показники використання трудових ресурсів підприємства.
25. Оборотні засоби підприємства: цикл обігу; поділ за видами; показники використання.
26. Економічна сутність зношуваності основних виробничих фондів. Амортизація основних виробничих фондів: сутність, значення, методи нарахування амортизації.
27. Основні виробничі фонди підприємства: поділ за видами, облік в натуральній і вартісній формах. Показники використання.
28. Організаційно-правові форми господарювання, економічні особливості за видами ведення господарювання.
29. Підприємницьке середовище: внутрішнє і зовнішнє середовище підприємства. Характеристика факторів зовнішнього мікросередовища і макросередовища підприємства.
30. Сутність витрат. Склад витрат, поділ за ознаками.

ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Економіка поштового зв'язку: навч. посіб.; 2-ге вид. перероб. і допов. / [В.М. Орлов, Н.Ю.Потапова-Сінько, Н.П.Спільна та ін.]. Одеса: ВМВ, 2012.-547 с.
2. Економіка галузі зв'язку. У 2-х т.: Підруч. для вузів і фах. зв'язку/ За зач. ред. В. М. Орлов, Ф. З. Мардаровського, Н. Ю. Потапова-Сінько, 2-ге вид., перероб і доп. – Одеса: ОНАЗ ім. О. С. Попова, 1999 – 280с.
3. Іванілов О. С. Економіка підприємства: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / О. С. Іванілов — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 728 с.
4. Экономика предприятия : учебник / Под ред. С.Ф. Покропивного. – К.: КНЕУ, 2003. – 608 с.
5. Экономика предприятия (фирмы) : учебник/ Под ред. проф. О.И. Волкова и доц. О.В. Девяткина. – 3-е изд., перераб. и доп. — М.:ИНФРА-М, 2007. – 601 с.
6. Экономика связи: Учебник для студ. вузов связи/ Е. А. Голубицкая, Г. М. Жигульская. – М.: Радио и связь, 2000 – 392с.
7. Экономика предприятия: Учебник для вузов / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. В.А. Швандара. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2007. – 670 с. – (Серия «Золотой фонд российских учебников»).
14. Савчук В.П. Финансовый менеджмента предприятия: прикладные вопросы с анализом деловых ситуаций. – К.: Изд. дом "Максимум", 2001. – 600 с.
16. Суровцев М.Е. Финансовый менеджмент. Практикум / М.Е. Суровцев, Л.В. Воронова. – М.: Эксмо, 2009. – 144 с.
17. Терехин В.И. Финансовое управление фирмой. – М.: Экономика, 1998. – 350 с.
18. Ткачук М.И. Финансовый менеджер: Справочное пособие. – Мн.: ООО «Мисанта», 1995. – 108 с.
19. Тренев Н.Н. Управление финансами. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 496 с.
20. Абчук В.А. Менеджмент: Учеб. пособие для студ. вузов. – 2-е изд. – СПб: Издательство Михайлова В.А., 2004. – 463 с.
21. Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Экономика, 1991. – 519 с.
22. Бєсєдін М.О., Нагаєв В.М. Основи менеджменту: оцінно-ситуаційний підхід (модульний варіант): Підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 496 с.
23. Большаков А.С. Менеджмент: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2000. – 160 с.
24. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління: Навч. посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 396 с.
25. Веснин В.Р. Менеджмент: Учебник для студ.вузов. – М.: Элит-2000, 2003. – 546 с.

26. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник. – 3-е изд. – М.: Гардарики, 2002. – 528 с.
27. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 511 с.
28. Гріфін Р.В., Яцура В. Основи менеджменту: Підручник. – Л.: БаК, 2001. – 624 с.
29. Богатирьев А.М. Основи підприємництва, менеджменту та маркетингу в галузі зв'язку: навчальний посібник / Богатирьев А.М., Богатирьова Л.Д., Редькін О.С., Тардаскіна Т.М. – Одеса, 2007. – 212 с.
30. Князева Н.О. Маркетинг поштового зв'язку. – К.: ТОВ „Видавництво „Аспект-Поліграф”, 2003. – 264 с.
31. Котлер Ф. Основы маркетинга / Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В.: пер. с англ. – [2-е европ. изд.] – М.:СПб:К.: Издательский дом „Вильямс”, 2003. – 944 с.
32. Фінанси підприємства зв'язку: Навч.посіб./[А.Д.Петрашевська, С.С. Новицька, В.М. Орлов та ін.] Одеса – Фенікс, 2009. – 116с.