

# УКРКООПСПІЛКА

---

## ВІННИЦЬКА ОБЛАСНА СПІЛКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ ВІННИЦЬКИЙ КООПЕРАТИВНИЙ ІНСТИТУТ

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
Ректор Вінницького  
кооперативного інституту  
\_\_\_\_\_ А.Г. Драбовський  
« 29 » березня 2019 р.

**ПРОГРАМА ФАХОВИХ ВИПРОБУВАНЬ**  
для абітурієнтів, які вступають на денну та заочну форму  
навчання на основі освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого  
спеціаліста для здобуття освітнього ступеня бакалавра за  
спеціальністю:  
**073 «Менеджмент»**

Рекомендовано  
Вченою радою  
Вінницького кооперативного  
інституту  
від «20» березня 2019 р.  
Протокол № 6

Розглянуто та схвалено  
на засіданні кафедри менеджменту  
Вінницького кооперативного  
інституту  
від «13» березня 2019 р.  
Протокол № 8

## 1. ВСТУП

Програма фахових випробувань для абітурієнтів, що вступають на основі освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста для здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю 073 «Менеджмент», охоплює всі основні вимоги до підготовки абітурієнтів. Для вступу на спеціальність «Менеджмент» потрібно мати ґрунтовні і змістовні знання з дисциплін: «Основи менеджменту», «Основи маркетингу», «Етика ділового спілкування».

У запропонованій програмі стисло наведено зміст тем дисциплін, вказано основний понятійний апарат, яким повинен володіти абітурієнт, наводиться перелік основних питань з кожної дисципліни, що виноситься на вступне випробування. Цей перелік дасть можливість абітурієнту систематизувати знання та допоможе зорієнтуватися, на які питання потрібно звернути увагу при підготовці до вступного випробування.

## 2. ОСНОВНІ ВИМОГИ ДО ПІДГОТОВКИ ВСТУПНИКІВ

**З дисципліни «Основи менеджменту» абітурієнт повинен знати:**

- основні категорії та поняття менеджменту;
- основні характеристики історичних етапів розвитку світового та вітчизняного менеджменту;
- зміст і суть основних функцій менеджменту;
- суть, природу конфліктів та шляхів їх вирішення;
- суть керівництва і лідерства;
- умови прийняття управлінських рішень;

**вміти:**

- використовувати різні принципи структурування при плануванні підрозділів організації, групувати роботи, планувати структурні підрозділи підприємства, формувати схеми управління на базі управлінських повноважень;
- визначати цілі та розробляти систему цілей організації, проблеми організації; розробляти рішення різних видів і варіантів відповідно до етапів прийняття рішень;
- організовувати процес контролю відповідно до етапів;
- застосовувати економічні та неекономічні способи мотивації під час розробки управлінських проектів;
- регламентувати посадові права та обов'язки, складати кадрові документи, проводити тестування персоналу й керівників нижчих ланок;
- визначати лідерські якості та відповідність вимогам щодо менеджера;
- визначати типи конфліктів і шляхи їх ефективного попередження та вирішення.

**З дисципліни «Основи маркетингу» абітурієнт повинен знати:**

- сутність маркетингу, його еволюцію та сучасну концепцію.
- види маркетингу, його засоби та сфери застосування; складові маркетингового середовища, його ознаки, види та їх фактори.
- поняття «сегментація» варіанти охоплення, принципи та критерії сегментації ринку;
- види маркетингових досліджень та організацію їх здійснення, основні принципи та завдання, види маркетингової інформації та джерела її отримання; поняття, елементи та мету дослідження кон'юнктури ринку;
- сутність, види цін та методи ціноутворення;
- сутність маркетингової політики розподілу, функції, типи та характеристики каналів розподілу;
- сутність маркетингової товарної політики, її складові;
- сутність і принципи організації управління маркетинговою діяльністю підприємства, особливості та види планування і контролю маркетингової діяльності.
- сутність, процес та основні елементи маркетингових комунікацій;

**вміти:**

- характеризувати основні функції маркетингових служб підприємств;
- визначати вплив факторів середовища на діяльність підприємства;
- оцінювати маркетингові можливості підприємства;
- здійснювати сегментування ринку та позиціонування товару на ринку;
- аналізувати маркетингову інформацію, економічні ситуації на ринку, кон'юнктуру та прогнозування обсягу продажу товарів;
- організувати маркетингові дослідження;
- аналізувати результати маркетингової діяльності підприємства;
- оцінювати ефективність маркетингових заходів;
- розробляти рекомендації щодо покращання товарної, цінової, комунікаційної та розподільної маркетингової політики підприємства.

**З дисципліни «Етика ділового спілкування» абітурієнт повинен**

**знати:**

- суть, принципи та види етики, особливості етики ділового спілкування як прикладної науки;
- суть спілкування;
- особливості вербального та невербального спілкування;
- основні види ділового спілкування та етичні вимоги до них;
- етичні вимоги до відносин між керівниками, підлеглими, споживачами та діловими партнерами, особливості спілкування з іноземцями;
- суть культури професійної діяльності;
- значення позитивного іміджу у професійній діяльності та правила його формування;
- види та правила етикету;
- елементи ділової атрибутики;

**вміти:**

- обирати способи та засоби ділового спілкування відповідно до

психологічних та соціокультурних особливостей співрозмовників і норм етики;

- творчо застосовувати обрані засоби та способи спілкування у професійному середовищі;
- застосовувати правила мовлення та слухання у професійній діяльності, спілкуватися телефоном та способом ділового листування;
- формувати власний імідж, застосовувати правила культури поведінки та етикету у професійній діяльності.

### **3. РОЗДІЛИ ДИСЦИПЛІН, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ФАХОВЕ ВИПРОБУВАННЯ**

#### **З дисципліни «Основи менеджменту»**

1. Вступ до менеджменту.
2. Виникнення та розвиток менеджменту.
3. Організація як об'єкт управління.
4. Планування як загальна функція менеджменту.
5. Організаційна функція менеджменту.
6. Мотивування як функція менеджменту.
7. Контроль та регулювання як функція менеджменту.
8. Принципи і методи менеджменту.
9. Управлінські рішення.
10. Інформація та комунікація у менеджменті.
11. Основні засади керівника.
12. Лідерство.
13. Конфлікт та стрес як об'єкти керівництва.

#### **З дисципліни «Основи маркетингу»**

1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція.
2. Класифікація маркетингу та його основні категорії.
3. Маркетингові дослідження.
4. Сегментація ринку та позиціонування товару на ринку.
5. Маркетингова товарна політика.
6. Маркетингова цінова політика.
7. Маркетингова політика розподілу.
8. Маркетингова політика комунікацій.
9. Організація та контроль маркетингової діяльності підприємства.

#### **З дисципліни «Етика ділового спілкування»**

1. Етика ділового спілкування як наука та навчальна дисципліна.
2. Психологічні основи спілкування.
3. Засоби та техніка ділового спілкування.
4. Професійна культура спілкування та етикет.

## **4. ОРІЄНТОВНИЙ ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ФАХОВЕ ВИПРОБУВАННЯ**

### **З дисципліни «Основи менеджменту»**

1. Суть поняття «менеджмент».
2. Поняття «менеджмент». Співвідношення понять «підприємець», «менеджер», «спеціаліст».
3. Співвідношення понять «менеджмент» і «управління».
4. Сутність і ознаки організації.
5. Розподіл праці в організації.
6. Сутність розподілу праці.
7. Сутність та види планування.
8. Повноваження, відповідальність, делегування.
9. Порядок складання бізнес-плану
10. Поняття «функція організації» у менеджменті.
11. Обов'язки та повноваження, їх сутність.
12. Поняття та види мотивації.
13. Економічні та неекономічні стимули.
14. Ієрархії потреб А. Маслоу.
15. Сутність, основні елементи і завдання контролю.
16. Поточний та попередній контроль.
17. Сутність і основні завдання підсумкового контролю
18. Регулювання як функція менеджменту.
19. Сутність управлінських рішень.
20. Комунікації як сполучний процес у менеджменті. Поняття «комунікації».
21. Шляхи подолання комунікаційних шумів (перешкод) в міжособистісному та діловому спілкуванні.
22. Ділові переговори. Стратегії проведення переговорів.
23. Прийоми ведення переговорів.
24. Народи та правила їх проведення.
25. Природа лідерства. Сутність поняття «лідерство».
26. Основні відмінності між лідером і керівником.
27. Формальне лідерство. Неформальне лідерство.
28. Визначення поняття «управлінське рішення».
29. Поняття «конфлікт», причини конфліктів.
30. Методи розв'язання конфліктів.

### **З дисципліни «Основи маркетингу»**

1. Виникнення та основні етапи розвитку маркетингу.
2. Еволюція концепцій маркетингу.
3. Принципи, цілі, завдання та функції маркетингу.
4. Класифікація маркетингу.
5. Основні категорії маркетингу та їх характеристика.
6. Поняття комплексу маркетингу «4P» та «7P».
7. Основні сфери застосування маркетингу.
8. Макросередовище та його вплив на маркетингову діяльність.
9. Мікросередовище організації та його основні складові.
10. Основні етапи маркетингового дослідження.
11. Оцінка кон'юнктури ринку.
12. Особливості та методи проведення досліджень конкретних об'єктів.
13. Характеристика недиференційованого, диференційованого та концентрованого варіанту охоплення ринку.
14. Принципи та критерії сегментацій ринків.
15. Пошук нових та вибір цільових сегментів ринку.
16. Позичонування товару на ринку.
17. Сутність та структура маркетингової товарної політики.
18. Рівні, класифікація та маркетингова концепція товарів.
19. Поняття про товарну марку, її типи.
20. Створення та впровадження на ринок нових товарів.
21. Характеристика етапів життєвого циклу товарів.
22. Конкурентоспроможність товару, методи визначення та система показників, що її характеризують.
23. Поняття товарного асортименту та номенклатури товарів підприємства й управління ними.
24. Види цінової політики та цінових стратегій.
25. Суть, методи та функції маркетингової політики розподілу.
26. Основні характеристики каналів розподілу.
27. Сутність маркетингової політики комунікацій.
28. Основні елементи комплексу маркетингових комунікацій.
29. Просування товару.
30. Розробка комунікаційної програми.

### **З дисципліни «Етика ділового спілкування»**

1. Етика, її зміст. Категорії етики.
2. Види етики. Етика ділового спілкування, її предмет та завдання.
3. Спілкування, його суть, мета та значення у життєдіяльності людей.
4. Особливості ділового спілкування.
5. Класифікація видів спілкування у психології.
6. Структура спілкування. Спілкування як обмін інформацією.
7. Рівні спілкування: співробітництво та суперництво. Трансакції.
8. Спілкування як сприймання та розуміння один одного.
9. Ефективність спілкування.
10. Способи протистояння негативному впливу.
11. Типи співрозмовників.
12. Психологічні бар'єри у спілкуванні.
13. Вербальне спілкування, його види та характеристика.
14. Культура мови та мовлення. Культура слухання.
15. Основні засоби ділового спілкування.
16. Ділове листування.
17. Ділове спілкування телефоном.
18. Невербальні засоби спілкування.
19. Культура поведінки фахівця. Етичні кодекси.
20. Етика спішування «керівник – підлеглий», «підлеглий – керівник», «співробітник – співробітник».
21. Етичні правила спілкування зі споживачами.
22. Етика спілкування з діловими партнерами.
23. Етика спілкування з конкурентами.
24. Етичні принципи реклами.
25. Етика поведінки фахівця під час спілкування з іноземцями.
26. Особливості ділового спілкування з іноземцями: листування, організація та проведення переговорів, стилі спілкування.
27. Етика невербального спілкування з іноземцями.
28. Імідж та його основні характеристики. Основні вимоги до зовнішнього вигляду фахівця.
29. Поняття про етикет. Види етикету. Особливості ділового етикету. Правила етикету.
30. Ділова атрибутика, візитні картки, подарунки.

**5. СТРУКТУРА ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО БІЛЕТУ**

**УКООПСПІЛКА  
ВІННИЦЬКА ОБЛАСНА СПІЛКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ  
ВІННИЦЬКИЙ КООПЕРАТИВНИЙ ІНСТИТУТ**

Варіант №

**ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ №  
для абітурієнтів, які вступають на денну та заочну форму навчання  
на основі освітнього ступеня молодшого спеціаліста для здобуття  
освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю  
073 «Менеджмент»**

1. Назвіть економічні і неекономічні стимули.
2. Охарактеризуйте основні елементи і завдання контролю.
3. Вирішіть ситуаційне завдання.

Салон весільних суконь Клеопатра протягом п'яти років стабільно працює на ринку, займає провідну позицію серед конкурентів, про що свідчить перемога у місцевому конкурсі. Власник салону вирішив розширити свій бізнес та відкрити магазин з продажу аксесуарів та взуття.

Яку інформацію необхідно зібрати для розробки стратегічного плану розвитку бізнесу.



## 6. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ АБІТУРІЄНТІВ

Екзаменаційні завдання з фахових випробувань для абітурієнтів, які вступають на основі освітнього ступеня молодшого спеціаліста для здобуття освітнього ступеня бакалавра спеціальності 073 «Менеджмент» включають в себе два теоретичних і одне практичне завдання.

**Критерії оцінювання знань абітурієнтів освітнього ступеня бакалавр, спеціальності 073 «Менеджмент» з дисциплін «Основи менеджменту», «Основи маркетингу», «Етика ділового спілкування».**

<b>Рівні навчальних досягнень</b>	<b>Бали</b>	<b>Критерії оцінювання знань абітурієнтів</b>
<b>I. Початковий</b>	<b>100 -109</b>	Абітурієнт розрізняє елементи комплексу менеджменту, історію виникнення менеджменту та за допомогою викладача надає характеристику, розрізняє види менеджменту.
	<b>110 -119</b>	Абітурієнт за допомогою екзаменатора визначає основні функції менеджменту, надає характеристику функціям менеджменту.
<b>II. Середній</b>	<b>120 -129</b>	Абітурієнт відтворює частину навчального матеріалу, розробляє управлінські рішення. Частково вирішує виробничі ситуації.
	<b>130 -149</b>	Абітурієнт самостійно дає більшість визначень передбачених темою, відтворює значну частину вивченого менеджменту. На середньому рівні володіє основами менеджменту.
<b>III. Достатній</b>	<b>150 -159</b>	Абітурієнт засвоїв достатньо повно програмний матеріал, дає змістовні відповіді з питань управлінської діяльності. Вміє вирішувати ситуації.
	<b>160 -179</b>	Абітурієнт засвоїв матеріал у повному обсязі, орієнтується в основні функції менеджменту, надає характеристику функціям менеджменту, визначає типи конфліктів, які можуть виникнути.
<b>IV. Високий</b>	<b>180 -200</b>	Абітурієнт має глибокі знання з менеджменту, життєвого циклу товару, вміє аналізувати і творчо підходить до вирішення ситуацій, проблемних питань, вміє працювати з нормативною документацією, знає як вести себе в стресовій ситуації.

## 7. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### З дисципліни «Основи менеджменту»

1. Конституція України.
2. Господарський кодекс України.
3. Закони України (зі змінами і доповненнями):
  - 3.1. «Про споживчу кооперацію».
  - 3.2. «Про інформацію».

#### Базова

1. Богатирьова Л.Д. Стрельчук Є.Н., Тардаскіна Т.Н. Основи менеджменту: навч. посіб. // Л.Д. Богатирьова, Є.Н. Стрельчук, Т.Н. Тардаскіна – Одеса: ОНАЗ ім О.С. Попова, 2012. – 114с.
2. Дідковська Л.Г., Гордієнко П.Л. Менеджмент: навч. посіб. / Л.Г. Дідковська – К.: Алеута, 2007. – 517 с.
3. Дудар Т.Г. Менеджмент навч. посіб./ Т.Г. Дудар, Р.В. Волошин, В.Г. Дудар. - К.: Центр учбової літератури, 2013. – 336 с.
4. Кузьмін О.Є. Менеджмент: навч. посібник для самостійної роботи студентів / О.Є.Кузьмін, О.Г.Мельник, Н.Я.Петришин. – К.: Академічне видання, 2012. – 296 с.
5. Кравченко В.О. Основи менеджменту: Навч. Посіб. / В.О. Карвченко – Одеса: Атлант, 2012. - 212 с.
6. Мартиненко М.М. Основи менеджменту: Підручник. / М.М. Мартиненко – К.: Каравела, 2005. – 496с.
7. Менеджмент: Учебное пособие / В.Н. Гончаров, В.М. Бугаков, В.П. Бычков, Н.В. Зось-Киор, М.А. Шибаяев, Н.Н. Кальченко, И.Д. Заруцкий, А.Е. Пожидаев, И.Н. Шпилевой. – Луганск: Изд-во «Ноулидж», 2013. – 348 с.
8. Михайлов С.І. Менеджмент: навч. посіб. / С.І. Михайлов, Т.І. Балановська, О.С. Степанюк / за ред. С.І. Михайлова – К: Центр учбової літератури, 2012. – 536 с.
9. Мостенська Т.Л., Новак В.О., Луцький М.Г., Ільєнко О.В., Менеджмент: підручник / Т.Л. Мостенська, В.О. Новак, М.Г. Луцький, О.В. Ільєнко – 2-ге видання. – К.: «Кондор» Видавництво, 2012. – 758 с.
10. Осовська Г.В., Осовський О.А. Основи менеджменту: Підручник. / Г.В. Осовський, О.А. Осовська – К.: «Кондор», 2006 – 664 с.
11. Осовська Г.В., Копитова І.В. Основи менеджменту. Практикум: навчальний посібник. / О.А. Осовська, І.В. Копитова – К.: Кондор, 2005. –581 с.
12. Охріменко А.Г. Основи менеджменту: навч. посіб. / А.Г. Охріменко – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 130с.
13. Рудьєв В.А., Гуткевич С.О. Менеджмент. навч. посіб. / В.А. Рудьєв, С.О. Гуткевич – К.: Центр учбової літератури, 2011 – 312 с.
14. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: підручник. / Ф.І. Хміль – К.: Акад. видав., 2005-608с.
15. Яцура В.В., Жук О.П. Менеджмент: навч. Посібник / В.В. Яцура, О.П. Жук – Львів, 2008 – 444с.

### **Додаткова**

1. Гуменков М.В. Сучасні теорії менеджменту: навч. посібник./ М.В. Гуменний – К.: Каравела, 2012. – 304 с.
2. Євтух О.Т., Євтух О.О, Фінансовий менеджмент для магістрів і не тільки. навч. посібник. / О.Т. Євтух, О.О. Євтух – К: Центр учбової літератури, 2011. – 408 с.
3. Захарченко В.І., Корсікова Н.М., Меркулов М.М. Інноваційний менеджмент теорія і практика в умовах трансформації економіки. навч. посіб. / В.І.Захарченко, Н.М.Корсікова, М.М. Меркулов – К.: Центр учбової літератури. 2012. – 448 с.
4. Менеджмент організації: підручник / За заг.ред.доктора юр.наук проф. В.П. Петрова. – К.: КНТ, 2011. – 488 с.
5. Пазимич В.І., Шуленко А.В. Фінансовий менеджмент. навч. посібн. / В.І. Пазимич, А.В. Шуленко – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 401 с.
6. Свидрун І.І. Креативний менеджмент. навч. посібник. / І.І. Свидрун– К.: Центр учбової літератури, 2012. – 224 с.
7. Соболев С.М., Багацький В.М. Менеджмент: навч.-метод. посібник / С.М. Соболев, В.М. Багацький – К.: КНЕУ, 2005. – 225 с.

### **З дисципліни «Основи маркетингу»**

1. Господарський кодекс України.
2. Закони України (зі змінами та доповненнями):
  - 2.1. «Про захист прав споживачів».
  - 2.2. «Про зовнішньоекономічну діяльність».
  - 2.3. «Про рекламу».
  - 2.4. «Про стандартизацію та сертифікацію».

### **Базова**

1. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: навч.посібник / За ред. Буднікевич І. М. – К.: «Центр учбовоїлітератури». – 2013. – 536 с.
2. Ковальчук С. В. Маркетинг: [навчальний посібник] / С. В. Ковальчук, В. Л. Карпенко, Л. М. Коваль. – Львів: Новийсвіт – 2000, 2012. – 679 с.
3. Коваленко В.В. Маркетинг: Навч.посібник / В.В. Коваленко, С.О. Тридід– Львів: Новий Світ-2000, 2011. – 266 с.
4. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства. Навч. посібник / Л.В. Балабанова, Г.В. Холод – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 612 с.
5. Гончаров С.М. Практикум з маркетингу. Навч. Посіб /С.М. Гончаров, Н.Б. Кушнір– К.: Центр учбової літератури, 2012. – 208 с.
6. Зюкова І.О. Технології маркетингових досліджень/ І.О. Зюкова. Навчальний посібник для студентів вищих закладів освіти. – 2010. – 386 с.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга: Учебное пособие / Ф. Котлер- Пер.с англ.- М.,СПб.,К: Вильямс, 1999. – 1152с.
8. Журнали: «Маркетинг в Україні», «Маркетинг і реклама».

### **Додаткова**

1. Прокопенко О.В. Екологічний маркетинг: навч.посібник /

О.В. Прокопенко. – К.: Знання, 2012. – 319 с.

2. Скибінський С. В. Маркетинг. Ч. 2: Підручник / С. В. Скибінський. – Л.: ЛА «Піраміда», 2009. – 748 с.

3. Кравчук Г.О. Маркетинг: Навч. посіб. / Г.О. Кравчук. – ПП Балюк, Вінниця. – 2009. – 295 с.

### **З дисципліни «Етика ділового спілкування» Базова**

1. Гах Й.М. Етика ділового спілкування: навч. посіб. / Й.М. Гах. - К.: ЦНЛ, 2005. – 160 с.

2. Гриценко Т.Б. Етика ділового спілкування: навч. посіб. / Т.Б. Гриценко. - К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.

3. Зусін В.Я. Етика та етикет ділового спілкування: навч. посіб. / В.Я. Зусін. - К.: Центр навч. літератури, 2005. – 234 с.

4. Палеха Ю.І. Етика ділових відносин / Ю. І. Палеха. - К.: Кондор, 2008. - 280 с.

5. Радевич-Винницький Я. К. Етикет і культура спілкування / Я.К. Радевич-Винницький. -К.: Знання, 2008. – 291 с.

6. Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера: навч. посіб. / Г.Л. Чайка. - К.: Знання, 2005. – 442 с.

7. Чмут Т.К, Чайка Г. Л. Етика ділового спілкування: навч. посіб. / Т.К. Чмут, Г.Л. Чайка. - К.: Знання, 2007. – 230 с.

### **Додаткова**

1. Етика та психологія ділових відносин: навч. посіб. / за ред. проф. Т.Є. Андреевої. - Х.: Бурун Книга, 2004. – 144 с.

2. Статіноєа Н.П., Радченко С. Г. Етика бізнесу: навч. посіб. / Н.П. Статінова, С.Г. Радченко. - К.: КНТЕУ, 2001. – 280 с.

3. Хміль Ф.І. Ділове спілкування: навч. посіб. / Ф.І. Хміль. - К.: Академвидав, 2004. – 280 с.