

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова приймальної комісії

Білоцерківського НАУ

Ректор, професор



О.А.Шуст

2021р

ПРОГРАМА

**фахового вступного випробування зі спеціальності 073 «менеджмент»
для здобуття освітнього ступеня «бакалавр»
за освітньо-професійною програмою
«МЕНЕДЖМЕНТ»**

**Біла Церква
2021**

ПЕРЕЛІК ДИСЦИПЛІН ТА ЇХНІХ РОЗДІЛІВ, ЩО ВІНЕСЯТЬСЯ НА ІСПИТ

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Стан розвитку сільського господарства на сучасному етапі. Тенденції зміни параметрів обсягу та структури сільськогосподарського виробництва, а також рівня його ефективності у сучасних умовах господарювання. Причини зниження обсягу виробництва валової продукції сільського господарства. Причини зниження ефективності сільськогосподарського виробництва та його збитковості в окремих галузях.

Предмет науки. Завдання дисципліни і науки. Інструментарій діалектики—індукція і дедукція. Специфічні методи і прийоми дослідження: економікостатистичний, монографічний, розрахунково-конструктивний, балансовий, нормативний, економіко-математичний, експериментальний, абстрактнологічний.

Поняття підприємства як організаційно виокремленої та економічно самостійної первинної ланки виробничої сфери.

Особливості аграрного підприємства. Роль підприємств в економіці країни. Мета діяльності підприємства. Принципи діяльності підприємств.

Структурні ланки підприємства та їх взаємодія. Класифікація підприємств. Види об'єднань підприємств.

Земельні ресурси як основа матеріального і духовного виробництва. Роль землі в сільськогосподарському виробництві як головного засобу виробництва. Родючість землі: природна, штучна, економічна, абсолютна, відносна. Структура сільськогосподарських угідь. Сутність трансформації земель та роль цього процесу у діяльності підприємства. Ефективність та інтенсивність використання земельних ресурсів аграрним підприємством. Шляхи підвищення економічної ефективності використання землі.

Сутність праці в сільському господарстві. Сутність понять: трудовий персонал, професія, кваліфікація. Класифікація працівників залежно від умов найму. Забезпеченість підприємства працівниками, визначення потреби у працівниках. Сутність руху персоналу на підприємстві та показники руху. Поняття продуктивності праці. Система показників вимірювання продуктивності праці. Трудомісткість продукції як обернений показник продуктивності праці.

Поняття основних фондів, їх сутність та характеристика. Класифікація основних фондів. Забезпеченість підприємства основними фондами. Грошова оцінка основних фондів. Знос і амортизація основних фондів. Методи нарахування амортизації. Ефективність використання основних фондів. Сутність виробничої потужності підприємства.

Функціональна роль матеріально-речових елементів основних фондів. Класифікація основних засобів за функціональною роллю при створенні матеріальних благ. Енергетичні ресурси підприємства та рівень забезпеченості ними підприємства.

Економічна суть оборотного капіталу. Структура оборотного капіталу. Економічний зміст оборотних фондів та фондів обігу. Структура оборотних фондів підприємства. Структура фондів обігу. Забезпеченість оборотним капіталом підприємства. Кругообіг оборотного капіталу. Ефективність використання оборотного капіталу на підприємстві.

Поняття, класифікація джерела формування та напрями використання фінансових ресурсів підприємства. Сутність власних і залучених коштів. Форми фінансування підприємства. Поняття та види нематеріальних ресурсів підприємства, їх характеристика. Сутність нематеріальних активів підприємства. Інформаційні та програмні продукти, їх використання в діяльності підприємства. Суть авансованого капіталу. Структура авансованого капіталу, його вартісна оцінка. Джерела формування авансованого капіталу та його класифікація. Сутність позичкового капіталу, критерії доцільності його залучення. Сутність власного капіталу. Платоспроможність підприємства.

Економічний зміст і характеристика валової продукції сільськогосподарського виробництва. Поняття товарної продукції. Показники товарності: відносна та абсолютна товарність. Структура товарної продукції. Кінцева продукція виробництва. Методика визначення кінцевої продукції. Чиста продукція підприємства. Валовий та чистий дохід підприємства. Економічний зміст прибутку підприємства. Види прибутку.

Суть ефективності як економічної категорії. Формування ефективності виробництва. Види ефективності. Рентабельність виробництва. Графічний та математичний способи визначення точки беззбитковості виробництва. Поняття маржинального прибутку. Норма беззбитковості. Оцінка ринкової позиції підприємства за даними балансу. Оцінка ринкової позиції за показниками прибутковості.

Сутність собівартості як економічної категорії. Види собівартості та їх характеристика. Витрати підприємства. Види витрат. Послідовність і методи визначення собівартості сільськогосподарської продукції. Методика визначення собівартості продукції окремих галузей. Оцінка досягнутого рівня собівартості продукції. Шлях зниження собівартості продукції.

Спеціалізація як якісний бік суспільного поділу праці. Форми спеціалізації. Сутність спеціалізації підприємств. Внутрішньогосподарська спеціалізація. Галузева структура підприємства. Головні, додаткові та підсобні галузі підприємства. Ефективність галузевої структури підприємства. Місце і роль окремих галузей в економіці підприємства.

Народногосподарське й економічне значення виробництва продукції рослинництва. Оцінка економічної ефективності рослинництва як галузі. Основні чинники та шляхи зростання ефективності галузі рослинництва. Народногосподарське значення продукції тваринництва. Характеристика галузей тваринництва: скотарства, свинарства, вівчарства, птахівництва. Характеристика основної, побічної та супутньої продукції тваринництва. Особливості розміщення виробництва продукції тваринництва. Економічна оцінка ефективності виробництва у галузі тваринництва.

Поняття і значення кормової бази підприємства для тваринництва. Види кормів. Джерела походження кормів. Сутність кормовиробництва. Економічна оцінка виробництва кормів. Показники порівняльної комплексної оцінки окремих кормових культур. Якість кормових культур. Економічна доцільність виробництва кормових культур. Чинники і шляхи зміцнення кормової бази.

Зміст економічного розвитку підприємства. Інтенсивний та екстенсивний типи розвитку. Поняття зрівноваженого типу розвитку. Поняття інтенсифікації виробництва.

МЕНЕДЖМЕНТ

Діяльність людини. Види діяльності. Управління як специфічний вид діяльності. Управління і менеджмент. Менеджмент як діяльність, наука і професія. Типи управління. Ієрархічний тип управління. Тип управління по культурі. Менеджмент як ринковий тип управління. Місце менеджменту у суспільному виробництві. Принципи та функції менеджменту

Поняття про організації та їх класифікацію. Формальні та неформальні організації. Прості і складні організації. Організаційно-правові форми організацій. Властивості організацій. Необхідність управління організаціями.

Середовище організацій. Внутрішнє середовище організацій. Внутрішні фактори організації, їх склад, структура, взаємозв'язок. Зовнішнє середовище організацій прямої дії, його характеристика і елементи. Зовнішнє середовище організацій непрямої дії. Міжнародне середовище діяльності організацій.

Суть побудови організації. Етапи побудови організації. Організаційна структура, ланки та рівні менеджменту. Основні підходи до структуризації організацій. Кількісний, часовий, функціональний, продуктивний, регіональний підходи до побудови організації.

Типи організаційних структур. Бюрократичні (механістичні) організаційні структури. Лінійні, функціональні, лінійно-функціональні структури. Дивізійні структури. Адаптивні (органічні). Структури комісійні, проектні, матричні структури. Конгломерати.

Суть комунікацій в менеджменті. Значення комунікацій. Класифікація комунікацій. Зовнішні і внутрішні комунікації. Міжрівневі (вертикальні) і

однорівневі (горизонтальні) комунікації. Формальні і неформальні комунікації. Міжособові і організаційні комунікації. Комунікаційний процес. Елементи і етапи комунікаційного процесу. Проблеми міжособових і організаційних комунікацій.

Суть та еволюція категорії “мотивація”. Елементи мотиваційного процесу. Етапи мотиваційного процесу. Сучасні мотиваційні теорії. Змістовні теорії мотивації. Теорії потреб А. Маслоу, К. Альдерфера, Ф. Герцберга, Д. Мак Келанда. Процесуальні теорії мотивації. Теорія очікувань. Теорія справедливості. Комплексна теорія Л. Портера і Е. Лоуера.

Суть та необхідність контролю. Контроль як специфічна функція менеджменту. Види контролю за напрямом впливу, часом здійснення, соціально-економічним змістом, сферами діяльності. Процес та етапи контролю. Встановлення стандартів. Вимірювання результатів. Управлінські дії. Соціальнопсихологічні аспекти контролю. Принципи ефективного контролю.

МАРКЕТИНГ

Соціально-економічна сутність маркетингу.

Середовище маркетингу.

Аналіз діяльності конкурентів на ринку.

Дослідження товарних ринків.

Вивчення потреб і поведінки споживачів.

Сегментування ринку та позиціонування товару.

Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень.

Товарна політика в системі маркетингу.

Маркетингова цінова політика.

Маркетингова політика розподілу товарів.

Маркетингова політика просування.

Організація та контроль маркетингової діяльності.

Теоретико-економічна сутність маркетингу. Еволюція концепцій маркетингу.

Характеристика факторів макро- та мікросередовища маркетингу.

Елементи комплексу маркетингу «4Р».

Сутність і види місткості ринку, фактори, що на неї впливають.

Сутність основних методів прогнозування місткості ринку: «Мозкового штурму», «Дельфі», «635».

Сутність, види кон'юнктури ринку та основні фактори, що її визначають.

Маркетингові дослідження, основні їх напрями та етапи проведення.

Маркетингова інформація, сутність, переваги і недоліки, основні методи та джерела її збору.

Права споживачів, їх нормативне забезпечення в Україні.

Сутність сегментації ринку та основні методи її проведення.

Критерії сегментації товарів споживчого призначення. Основні стратегії охоплення ринку.

Сутність та основні критерії позиціювання товару на ринку.

Концепція життєвого циклу товарів та характеристика основних її етапів.

Класифікація товарів споживчого призначення.

Основні стратегії використання товарних марок.

Основні складові упаковки, функції що виконує. Проблеми, пов'язані з її використанням.

Фактори, що впливають на ціну. Основні стратегії ціноутворення в межах товарного асортименту.

Характеристика методів ціноутворення, що базуються на витратах.

Характеристика основних елементів системи маркетингових комунікацій.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Метою тестування за фахом є перевірка відповідності знань, умінь і навичок вступників програмним вимогам, підтвердження компетентностей та оцінювання рівня підготовленості вступників для отримання ОС «Бакалавр».

Тестові завдання для вступу на навчання за освітньою програмою «Менеджмент» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти складаються з 10 варіантів по 25 запитань із комплексу фахових дисциплін. Запитання потребують вибору однієї або кількох відповідей із запропонованого набору варіантів, вибору відповідності або їхньої послідовності.

Оцінювання результатів вступних випробувань здійснюється за шкалою від 100 до 200 балів. Мінімальна кількість (100 балів) нараховується, якщо 50% відповідей на тестове завдання є правильними. За правильне вирішення питання, що містить лише одну правильну відповідь, або всі правильні відповіді запитання з множинним вибором (кілька правильних відповідей) вступник отримує 8 балів. Якщо запитання має множинний вибір і вступник надав правильну відповідь на

більше, ніж 50, але менше, ніж 100 відсотків, то за таке питання він отримує 4 бали. Відсутність відповіді, неправильна відповідь або менше 50% правильних відповідей у запитаннях множинного вибору оцінюється в 0 балів. Час виконання тестових завдань становить 60 хвилин.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бойчик І.М Економіка підприємства: підручник. / І.М.Бойчик. – К.: Кондор - Видавництво, 2016. 378.
2. Економіка підприємств: підручник / Ф. В. Горбонос, Г. В. Черевко, Н. Ф. Павленчик, А. О. Павленчик. К. : Знання, 2016. 463 с.
3. Економіка підприємства: навч. посіб. / за заг. ред. П. В. Круша, В. І. Подвігіної, Б. М. Сердюка. К.: Ельга-Н, КНТ, 2015. 780 с.
4. Конкурентоспроможність підприємства: підручник / П. І. Юхименко, А. С. Даниленко, С. Г. Батажок, О. А. Шуст, Т. П. Житник та ін. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 320 с.
5. Економічний потенціал підприємства: навч. посіб. / Л. В. Коваль. К: Університетська книга, 2014. 724 с.
6. Іванілов О. С. Економіка підприємства: навч. посіб. К: ЦУЛ, 2019. 728 с.
7. Маслак О. І. Економіка промислового підприємства: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2017. 170 с.
8. Шегда А. В. Економіка підприємства: збірник тестів і задач. К.: ЦУЛ, 2016. 256 с.
9. Економіка підприємства: підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л. Л. та проф. Кривов'язюка І. В. Київ: Кондор, 2020. 700 с.
10. Менеджмент. Методичні рекомендації до практичних занять та самостійної роботи здобувачів освітнього ступеня «бакалавр» спеціальності 073 «Менеджмент» / Укладачі: М. В. Вихор, Д. М. Утеченко. Біла Церква: БНАУ, 2020. 80 с.
11. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Диалектика-Вильямс, 2019. 672 с.
12. Назарчук Т. В., Хосюк О. М. Менеджмент: навч. посіб. К.: ЦНЛ, 2018. 658 с.
13. Пелеха Ю., Мошек Т., Миколайчук І. Основы менеджмента: навч. посіб. К.: Ліра-К, 2019. 528 с.
14. Рульєв В. А., Гуткевич С. О. Менеджмент: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2019. 312 с.
15. Теорія прийняття рішень: підручник / М. П. Бутко, І. М. Бутко, В. П. Мащенко та ін. К.: Центр учбової літератури, 2015. 360 с.
16. Абаев А. Л., Алексуніна В. А., Гуриевой М. Т. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник для бакалавров. М.: Дашков и К°, 2019. 433 с.

17. Армстронг Г. Основы маркетинга : учебник. М.: Вильямс И.Д., 2019. 752 с.
18. Іванова Л. О., Семак Б. Б., Вовчанська О. М. Маркетинг послуг : навч. посіб. Львів : Вид-во ЛТЕУ, 2018. 508 с.
19. Манн І. Маркетинг на 100%. Ремікс. Як стати хорошим менеджером з маркетингу. Харків: Вид-во КСД, 2018. 406 с.
20. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс. М.: Вильямс, 2019. 496 с.

ПИТАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

1. Які основні ознаки підприємницької діяльності?
2. Перелічити принципи підприємницької діяльності.
3. Дати характеристику основним функціям підприємництва.
4. Що означає термін «оферта»?
5. Охарактеризувати підприємницькі договори за сферами діяльності.
6. Як встановлюються договірні взаємовідносини в бізнесі?
7. Які основні види підприємницької діяльності існують в Україні?
8. Які існують партнерські відносини у сфері виробництва? у фінансовій сфері?
9. Які риси міжнародного підприємництва є привабливими для вітчизняних суб'єктів господарювання?
10. Охарактеризувати обидві моделі підприємництва.
11. Що розуміють під господарською діяльністю суб'єктів господарювання?
12. Перелічити особливості господарської діяльності.
13. Які ознаки господарської діяльності?
14. Які принципи господарювання закріплені в Господарському Кодексі України?
15. Охарактеризувати підприємство як основний системоутворюючий елемент життєво важливих сфер держави.
16. Що характеризує підприємство як юридичну особу ?
17. Як називається дозвіл на право підприємства займатися певним видом діяльності?
18. В чому відмінність діяльності комерційних і некомерційних підприємств?
19. Як називаються підприємства, у статутному фонді яких є іноземні та вітчизняні інвестиції?
20. Які основні форми об'єднання підприємств існують в Україні?
21. Суть менеджменту як виду діяльності, науки, професії.
22. Ієрархічний тип управління та його характеристика.

23. Тип управління за культурою та його характеристика.
24. Ринковий тип управління і менеджмент.
25. Фактори, які визначають значення менеджменту в суспільному виробництві.
26. Функції менеджменту.
27. Поняття про організації, їх класифікація, види.
28. Внутрішнє середовище організації, його склад і структура.
29. Зовнішнє середовище організації прямої дії.
30. Зовнішнє середовище організації непрямої дії.
31. Суть та значення лінійних повноважень в організації.
32. Суть та значення штабних повноважень в організації. Структура штабного апарату.
33. Суть та етапи побудови організації.
34. Основні підходи до структуризації організацій.
35. Функціональні структури управління.
36. Дивізійні (відділкові) структури управління та їх різновиди.
37. Глобальні структури управління.
38. Адаптивні структури управління.
39. Суть та значення комунікацій в системі менеджменту організацій.
40. Класифікаційні ознаки та види комунікацій в організаціях.
41. Місце та особливості неформальних комунікацій.
42. Комунікаційний процес, його елементи і етапи.
43. Особливості і проблеми міжособових комунікацій в організаціях.
44. Особливості і проблеми організаційних комунікацій.
45. Суть та необхідність мотивування працівників.
46. Мотиваційний процес, його елементи і етапи.
47. Змістовна теорія потреб А. Маслоу.
48. Змістовні теорії потреб Ф. Герцберга та Д. Мак-Келанда.
49. Процесуальні теорії мотивації очікувань та справедливості.
50. Суть, зміст та необхідність контролю.
51. Класифікація та види контролю.
52. Процес та етапи контролю.
53. Які основні елементи маркетингу?
54. Що таке маркетингова цінова політика?
55. Які чинники мають ураховуватися при плануванні каналів розподілу продукції?

56. Що передбачає просування товару?
57. Які три основні чинники визначають процес ціноутворення?
58. Який існує зв'язок між ціною і собівартістю продукції?
59. Які побічні чинники, крім трьох основних, впливають на ціноутворення?
60. Як цінова еластичність продукції впливає на формування її ціни?
61. Які чинники впливають на рівень пропозиції продукції на ринку?
62. Які існують підходи (методи) у ціноутворенні на продукцію?
63. У чому полягає суть ціноутворення на основі виробничих витрат?
64. Що таке і як визначається націнка на собівартість?
65. Що таке і як визначається торгова націнка?
66. Що таке і як визначається маржа?
67. Який існує зв'язок між націнкою на собівартість, маржею та торговою націнкою?
68. У чому полягає взаємозв'язок ціноутворення і маржинальних витрат?
69. Яка роль класифікації виробничих витрат при ціноутворенні на продукцію?
70. Яка роль альтернативних витрат у системі ціноутворення?
71. Яка роль безготівкових витрат у системі ціноутворення?
72. У чому суть маркетингової стратегії підприємства?
73. Які основні завдання розробки маркетингової стратегії?
74. Які існують найпоширеніші маркетингові стратегії?
75. На які запитання необхідно дати відповідь визначаючи маркетингову стратегію?
76. Що таке маркетингові дослідження та які їхні цілі?
77. Які існують інструменти збору інформації під час маркетингових досліджень?
78. Які етапи маркетингового дослідження?
79. Що таке маркетинговий план та яка мета його розробки?
80. Які класифікаційні ознаки маркетингового плану?
81. Яка структура маркетингового плану?
82. Які основні цілі можуть формулюватися у маркетинговому плані?