

**ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»**

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні Вченої ради

«25» квітня 2024 р., протокол №9

ПРОГРАМА

фахового вступного випробування

для прийому на навчання за

другим (магістерським) рівнем

зі спеціальності: 076 Підприємництво та торгівля

Освітня програма: «Диджиталізація підприємництва»

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

(денної та заочної форми навчання)

**Івано-Франківськ
2024 р.**

Програма фахового вступного випробування для другого (магістерського) рівня галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» за освітньою програмою «Диджиталізація підприємництва» / Луцька Н.І. / Гавадзин Н.О. / Григорська Н.М. Івано-Франківськ: ЗВО Університет Короля Данила, 2024. 15 с.

Укладачі:

Наталія ЛУЦЬКА – д.е.н., професор, професор кафедри управління та адміністрування

Наталія ГАВАДЗИН – к.е.н., доцент кафедри управління та адміністрування

Наталія ГРИГОРСЬКА – к.е.н., доцент кафедри управління та адміністрування

*Програму затверджено на засіданні кафедри управління та адміністрування
(протокол № 9 від «24» квітня 2024 року)*

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Навчання за спеціальністю 076 «Підприємництво та торгівля » (Освітня програма «Диджиталізація підприємництва»), направлене на підготовку фахівців диджиталізації бізнес-процесів підприємництва та торгівлі, які здатні оцінювати та аналізувати інформацію, а відтак приймати на її основі виважені управлінські рішення.

Метою фахового вступного випробування спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» є визначення рівня професійних знань, умінь та навичок необхідних для опанування освітніх компонент за програмою підготовки фахівців за другим (магістерським) рівнем вищої освіти спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» (Освітня програма «Диджиталізація підприємництва»).

Фахове вступне випробування здійснюється шляхом оцінювання рівня професійних знань, умінь та навичок абітурієнтів з використанням загальнодержавних методів комплексної діагностики.

Зміст програми фахового вступного випробування. Для фахового вступного випробування при прийомі на навчання за другим (магістерським) рівнем вищої освіти зі спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля » екзаменаційні завдання формуються з наступних освітніх компонент:

- 1) «Менеджмент»;
- 2) «Маркетинг»;
- 3) «Підприємництво».

Порядок проведення вступного випробування визначається «Правилами прийому до ЗВО «Університет Короля Данила» в 2024 році».

2. ПРОГРАМОВІ ВИМОГИ З ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТ, ЩО ВИНОСЯТЬСЯ НА ФАХОВЕ ВСТУПНЕ ВИПРОБУВАННЯ

Перелік теоретичних питань, що виносяться на фахове вступне випробування:

РОЗДІЛ 1. Менеджмент

1.1. Теоретичні основи менеджменту

1.1.1. Сутність та функціональні сфери менеджменту

Менеджмент

Суб'єкт менеджменту

Процес менеджменту

Властивості процесу менеджменту

Організація як об'єкт менеджменту, поняття керуючої та керованої систем в організації

Функціональні сфери менеджменту

1.1.2. Організація та її середовище в менеджменті

Поняття «організації» як соціального утворення

Загальні характеристики організації

Залежність від зовнішнього середовища

Горизонтальний і вертикальний поділ праці

Необхідність менеджменту

Внутрішнє середовище організації

Елементи внутрішнього середовища організації

Структура організації

Завдання організації та її працівників

Зовнішнє середовище організації

Ознаки зовнішнього середовища організації

Середовище прямої дії і середовище опосередкованої дії

Чинники середовища прямої та опосередкованої дії

1.1.3. Рівні менеджменту в організації

Управлінська праця

Менеджер

Ознаки діяльності менеджера

Рівні менеджменту в організації

Менеджери вищої ланки

Менеджери середньої ланки

Менеджери низової ланки

1.1.4. Методи менеджменту: адміністративні; економічні; соціально-психологічні

Адміністративні методи менеджменту

Економічні методи менеджменту

Соціально-психологічні методи менеджменту

1.1.5. Сутність характеристика процесного, системного та ситуаційного підходів у менеджменті

Сутнісна характеристика процесного підходу у менеджменті

Управління за процесним підходом

Функції менеджменту в процесному підході

Сутнісна характеристика системного підходу у менеджменті

Поняття системи

Відкрита система і закрита система

Модель організації як відкритої системи

Сутність характеристика ситуаційного підходу у менеджменті

Спрямованість ситуаційного підходу

Ситуація

Головне припущення ситуаційного підходу

1.2. Функція планування в менеджменті

1.2.1. Визначення планування та його завдання

Визначення планування

Завдання планування

1.2.2. Система планів організації, етапи процесу планування за Р.Акоффом

Стратегічний план

Тактичний план

Операційний план

Етапи процесу планування за Р.Акоффом

1.2.3. Визначення і функціональне призначення стратегічного планування

Визначення стратегічного планування

Адаптація до зовнішнього середовища

Внутрішня координація

Усвідомлення організаційних стратегій

1.2.4. Етапи стратегічного планування

Місія організації

Вимоги до формулювання місії організації

Цілі організації (SMART) та вимоги до них:

- конкретність або чітка специфікація
- вимірюваність
- досяжність
- релевантність
- орієнтованість на конкретний термін

Аналіз внутрішнього середовища

Аналіз зовнішнього середовища

Методи оцінювання середовища функціонування організації

Аналіз стратегічних альтернатив

1.2.5. Управління реалізацією стратегічного плану

Тактика

Політика

Процедури

Правила

Бюджет

Управління за цілями

1.3. Функція організування в менеджменті

1.3.1 Функція організування та її місце в системі менеджменту

Функція організування

Основні процеси реалізації функції організування

Основні завдання менеджера, які впливають з функції організування

1.3.2. Організування та організаційна діяльність

Форми реалізації організування

Складові організаційної діяльності

Поділ праці

Горизонтальний поділ праці

Вертикальний поділ праці

1.3.3. Делегування повноважень у менеджменті: поняття, елементи процесу делегування, типи повноважень (лінійні, штабні, функціональні)

Повноваження

Делегування повноважень

Основні елементи процесу делегування

Види управлінської відповідальності

Різновиди організаційних повноважень

1.3.4. Організаційна структура як результат організаційної діяльності: рівні складності, централізації та децентралізації

Організаційна структура

Етапи проектування організаційної структури

Основні складові організаційної структури

Централізація і децентралізація

1.3.5 Основні елементи та склад організаційної структури управління

Департаменталізація

Види департаменталізації

Посадова інструкція

Вимоги до організаційної структури

Органіграма організаційної структури управління

1.3.6. Типи організаційних структур управління: лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, дивізійна, матрична, мережева

Лінійна структура

Функціональна структура

Лінійно-функціональна структура

Дивізійна структура

Матрична структура

Мережева структура

1.4. Мотивування як функція менеджменту

1.4.1. Мотивування

1.4.2. Головні поняття мотивування: потреба, мотив, спонукання, стимул, винагорода, цінність

Потреба

Основні потреби

Мотив

Спонукання

Стимул

Винагорода

Цінність

Види мотивування:

– внутрішнє мотивування

– зовнішнє мотивування

1.4.4. Змістові та процесуальні теорії мотивування

Змістові теорії мотивування

Розробники змістовних теорій мотивування

Процесуальні теорії мотивування

Розробники процесуальних теорій мотивування

1.5. Контролювання як функція менеджменту

1.5.1. Контролювання

Умови необхідності контролювання у менеджменті

1.5.2. Основні види контролювання

Попередній контроль

Основні засоби здійснення попереднього контролю

Поточний контроль

Завершальний контроль

Функції завершального контролю

1.5.3. Етапи процесу контролювання

1.6. Інформація і комунікації в менеджменті

1.6.1. Інформація та її види

Управлінська інформація

Види інформації

1.6.2. Вимоги до управлінської інформації

Точність інформації

Своєчасність (оперативність) інформації

Повнота інформації

Корисність інформації

Доступність інформації

1.6.3. Поняття комунікації, її види та засоби

Поняття комунікації

Види комунікації:

- організаційні (формальні) комунікації
- міжособистісні (неформальні) комунікації

Засоби комунікації

1.6.4. Перешкоди в комунікаціях

Фільтри інформації

Відсутність атмосфери довіри

Шуми в комунікаціях

Відсутність зворотного зв'язку

Витік інформації

1.6.5. Комунікаційний процес

Комунікаційний процес

Складові класичної моделі комунікаційного процесу

1.7. Управлінські рішення

1.7.1. Управлінські рішення в менеджменті

Альтернатива в прийнятті управлінського рішення

Характеристика управлінських рішень:

Запрограмовані управлінські рішення

Незапрограмовані управлінські рішення

Інтуїтивні управлінські рішення

Управлінські рішення, що ґрунтуються на судженнях

Раціональні управлінські рішення

1.7.2. Чинники впливу на процес прийняття управлінських рішень

Особистісні оцінки керівника

Рівень ризику

Час і оточення, що змінюється

Інформаційні обмеження

Негативні наслідки та взаємозалежність рішень

1.7.3. Зміст основних етапів прийняття управлінських рішень (за М.Месконом):

Діагностика проблеми

Формулювання обмежень прийняття управлінського рішення

Критерії прийняття управлінського рішення

Виявлення альтернатив

Оцінка альтернатив

Зворотний зв'язок

1.7.4. Методи обґрунтування та прийняття управлінських рішень

Призначення кількісних та якісних методів обґрунтування та прийняття управлінських рішень

Кількісні методи обґрунтування та прийняття управлінських рішень

Якісні методи обґрунтування та прийняття управлінських рішень

Характеристика загальнонаукових підходів до прийняття управлінських рішень

Системний підхід

Комплексний підхід

Моделювання

Експериментування

1.8. Вплив, влада і лідерство в менеджменті. Стилi керівництва

1.8.1. Вплив

1.8.2. Форми впливу у менеджменті

Переконання

Навіювання

Вплив через участь

Примус

1.8.3. Влада

Влада у менеджменті

1.8.4 Типи влади у менеджменті

Влада примусу та її джерело

Влада винагороди та її джерело

Законна (традиційна) влада та її джерело

Влада експерта та її джерело

Еталонна влада (влада прикладу) та її джерело

1.8.5. Лідерство

1.8.6. Підходи до лідерства

Підхід з позицій особистих якостей

Поведінковий підхід

Ситуаційний підхід

1.8.7. Стиль керівництва

1.8.8. Класифікація стилів керівництва (за Куртом Левіним): авторитарний, демократичний, ліберальний

Характеристика авторитарного стилю керівництва

Характеристика демократичного стилю керівництва

Характеристика ліберального стилю керівництва

РОЗДІЛ 2. МАРКЕТИНГ

2.1. Теоретичні основи маркетингу

2.1.1. Основні поняття та класифікація маркетингу

2.1.2. Підходи комерційних організацій до управління маркетингом

2.1.3. Поведінка споживача

2.2. Аналіз маркетингового середовища

2.2.1. Поняття маркетингового середовища

2.2.2. Система маркетингової інформації

2.2.3. Комплекс маркетингу та система організації служби маркетингу

2.3. Маркетингова товарна політика

2.3.1. Класифікація товарів

2.3.2. Концепція життєвого циклу товару

2.3.3. Розроблення товару

2.4. Маркетингова цінова політика

2.4.1. Процес ціноутворення

2.4.2. Підходи до ціноутворення

2.5. Маркетингова політика розподілу

2.6. Маркетингова політика комунікацій

2.6.1. Комплекс маркетингових комунікацій

3. РОЗДІЛ 3. ПІДПРИЄМНИЦТВО

3.1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

3.1.1. Сутність підприємництва

Цілі підприємництва

Класифікація цілей підприємництва

Суб'єкти підприємницької діяльності

Об'єкти підприємницької діяльності

Ознаки підприємництва

3.1.2. Основні принципи та функції підприємницької діяльності

Базові принципи підприємницької діяльності

Функції підприємницької діяльності

3.2. Види підприємництва

3.2.1. Виробниче підприємництво

Види виробничого підприємництва за спрямуванням

Види виробничого підприємництва за характером

3.2.2. Торговельне (комерційне) підприємництво

Види торговельного (комерційного) підприємництва залежно від ринку

Види торговельного (комерційного) підприємництва залежно від ланок проходження товару

3.2.3. Біржове підприємництво

Види бірж за профілем діяльності

Основні функції товарних бірж

3.2.4. Підприємництво у сфері послуг

Основні види послуг за призначенням:

- виробничі
- розподільчі
- професійні
- споживчі
- суспільні

3.3. Підприємство як форма організації підприємницької діяльності. Види підприємств

3.3.1. Види підприємств за метою й характером діяльності

3.3.2. Види підприємств за способом утворення (заснування) та формування статутного капіталу:

- унітарні підприємства
- корпоративні підприємства

3.3.3. Види підприємств за формами власності майна:

- приватні підприємства
- колективні підприємства
- комунальні підприємства
- державні підприємства
- підприємства, засновані на змішаній формі власності

3.3.4. Види підприємств за національною незалежністю капіталу:

- національні підприємства
- закордонні підприємства
- змішані підприємства
- спільні підприємства

3.3.5. Види підприємств за технологічною цілісністю і ступенем підпорядкування:

- головні (материнські підприємства)
- дочірні підприємства
- асоційовані підприємства
- філії підприємства

3.3.6. Види підприємств за розмірами:

- великі підприємства
- середні підприємства
- малі підприємства
- мікропідприємства

3.4. Організація підприємницької діяльності

3.4.1. Обґрунтування і вибір ідеї підприємницької діяльності

Підприємницька ідея

Вибір сфери діяльності

Вибір форми організації підприємства

3.4.2. Способи створення бізнесу

3.4.3. Реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності

Основні етапи реєстрації юридичних осіб

Основні етапи реєстрації фізичних осіб-підприємців

3.5. Планування підприємницької діяльності

3.5.1. Бізнес-планування

3.5.2. Розроблення бізнес-плану

Призначення бізнес-плану

Розділи бізнес-плану

Етапи розроблення бізнес-плану

3.5.3. Склад основних розділів бізнес-плану

Резюме

Аналіз галузі та підприємства

Характеристика продукції (послуг)

Аналіз ринку

План маркетингу

План виробництва

Організаційний план

Фінансовий план

Аналіз ризиків

3.5.4. Основні показники ефективності проєкту:

Точка беззбитковості

3.6. Ресурсне забезпечення підприємницької діяльності

3.6.1. Матеріальні ресурси

3.6.2. Нематеріальні ресурси

Основні види нематеріальних ресурсів:

Об'єкти промислової власності

Об'єкти авторського та суміжних прав

Нетрадиційні об'єкти нематеріальних ресурсів

3.6.3. Трудові ресурси

3.6.4. Фінансові ресурси

Власні фінансові ресурси

Залучені фінансові ресурси

Позикові ресурси

3.6.5. Інвестиції в підприємницькій діяльності

Види інвестицій за об'єктом інвестування

Реальні інвестиції

Основні види реальних інвестицій

Фінансові інвестиції

Основні види фінансових інвестицій (акції, облігації, інші цінні папери)

Основні види інвестицій за формою власності капіталу

Державні інвестиції

Приватні інвестиції

3.7. Ефективність підприємницької діяльності

3.7.1. Результати підприємницької діяльності

3.7.2. Показники ефективності використання основних засобів

3.7.3. Показники ефективності використання трудових ресурсів

3.7.4. Рентабельність

3.7.5. Шляхи підвищення ефективності підприємницької діяльності

3.8. Соціальна відповідальність бізнесу та ділова етика

3.8.1. Соціальна відповідальність бізнесу

Основні вимоги до соціальної відповідальності бізнесу:

3.8.2. Складові соціальної відповідальності:

Економічна

Екологічна

Соціальна

3.8.3 Ділова етика підприємця

Характерні ознаки ділової етики підприємця