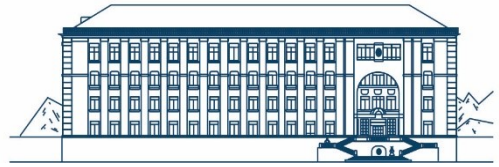




Національний університет
водного господарства
та природокористування



ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова приймальної комісії

В.С. Мошинський
В.С. Мошинський

«25» квітня 2024 року

ПРОГРАМА

фахового іспиту для прийому на навчання
за освітньою програмою підготовки магістра
зі спеціальності

**076 «Підприємництво та торгівля»
(ОП «Економіка підприємства»)**

РІВНЕ - 2024

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Фаховий іспит за спеціальністю 076 «Підприємництво та торгівля» проводиться з метою оцінки рівня професійних знань випускників-бакалаврів, передбачених освітньо-кваліфікаційною характеристикою та наказом МОН № 157 від 11.02.2022 року «Про затвердження Програми предметного тесту з управління та адміністрування єдиного фахового вступного випробування».

Фаховий іспит базується на змістових модулях дисциплін:

1. Підприємництво
2. Менеджмент
3. Маркетинг

2. ПОРЯДОК СКЛАДАННЯ ФАХОВОГО ІСПИТУ

2.1. Організація фахового іспиту здійснюється відповідно до Положення про приймальну комісію Національного університету водного господарства та природокористування.

2.2. Фаховий іспит проводиться в письмовій формі або з використанням комп'ютерної техніки і складається із 45-ти тестових завдань першого рівня складності та 2-ох тестових завдань другого рівня складності, кожне з яких містить п'ять варіантів відповіді.

2.3. Порядок нарахування балів при проходженні тестування за завдання першого рівня складності:

Структура тестового завдання	Умови нарахування (2 бали)
1. Питання а) 100% вірна; б) 0% невірна; в) 0% невірна; г) 0% невірна; д) 0% невірна.	Питання містить лише одну вірну відповідь, при виборі якої нараховується 2 бали.
1. Питання а) 50% вірна; б) 50% вірна; в) 0 невірна; г) 0 невірна; д) 0 невірна;	Питання містить дві правильні відповіді, при виборі яких відповідь вважається повною і нараховується 2 бали. При виборі лише одного варіанту правильної відповіді - нараховується 1 бал.
1. Питання а) 33,33333% вірна; б) 33,33333% вірна; в) 33,33333% вірна; г) 0 невірна; д) 0 невірна.	Питання містить три правильних варіанти відповіді, при виборі яких відповідь вважається повною і нараховується 2 бали. При виборі одного або двох лише правильних варіантів відповідей, відповідь вважається частково вірною і нараховується 0,67 бала за кожен правильний варіант відповіді
1. Питання а) 25% вірна; б) 25% вірна;	Питання містить чотири правильні варіанти відповіді, при виборі яких відповідь вважається повною і нараховується 2 бали.

- с) 25% вірна;
- d) 25% вірна;
- e) 0% невірна.

При виборі одного, двох або трьох лише правильних варіантів відповідей, відповідь вважається частково вірною і нараховується 0,25 балів за кожен правильний варіант відповіді.

2.4. Завдання другого рівня складності оцінюються в 5 балів кожне і містять одну правильну відповідь. У разі відсутності розв'язку, але вірно відміченого правильного варіанту відповіді, завдання оцінюється в 2 бали.

2.5. Якщо в питанні вступник відмітив більше варіантів відповідей, ніж передбачено питанням, то питання оцінюється в 0 балів.

2.6. Час проведення фахового іспиту складає до трьох астрономічних годин.

3. ТЕМИ НАВЧАЛЬНОГО МАТЕРІАЛУ, ЯКИЙ ВІНОСИТЬСЯ НА ФАХОВИЙ ІСПИТ

ДИСЦИПЛІНА «ПІДПРИЄМНИЦТВО»

Тема 1. Теоретичні засади підприємництва.

Сутність підприємництва. Основні принципи та функції підприємницької діяльності.

Тема 2. Види підприємництва.

Виробниче підприємництво. Торговельне (комерційне) підприємництво. Біржове підприємництво. Підприємництво у сфері послуг.

Тема 3. Підприємство як форма організації підприємницької діяльності. Види підприємств.

Види підприємств за метою й характером діяльності. Види підприємств за способом створення (заснування) та формування статутного капіталу. Види підприємств за формами власності майна. Види підприємств за національною належністю майна. Види підприємств за технологічною цілісністю і ступенем підпорядкування. Види підприємств за розмірами.

Тема 4. Організація підприємницької діяльності.

Обґрунтування і вибір ідеї підприємницької діяльності. Способи створення бізнесу. Реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності.

Тема 5. Планування підприємницької діяльності.

Бізнес-планування. Розроблення бізнес-плану. Склад основних розділів бізнес-плану. Основні показники ефективності проєкту.

Тема 6. Ресурсне забезпечення підприємницької діяльності.

Матеріальні ресурси. Нематеріальні ресурси. Трудові ресурси. Фінансові ресурси. Інвестиції в підприємницькій діяльності.

Тема 7. Ефективність підприємницької діяльності.

Результати підприємницької діяльності. Показники ефективності використання основних засобів. Показники ефективності використання трудових ресурсів. Рентабельність. Шляхи підвищення ефективності підприємницької діяльності.

Тема 8. Соціальна відповідальність бізнесу і ділова етика.

Соціальна відповідальність бізнесу. Складові соціальної відповідальності. Ділова етика підприємця.

ДИСЦИПЛІНА «МЕНЕДЖМЕНТ»

Тема 1. Теоретичні основи менеджменту.

Сутність та функціональні сфери менеджменту. Організація та її середовище в менеджменті. Рівні менеджменту в організації. Методи менеджменту: адміністративні; економічні; соціально-психологічні. Сутнісна характеристика процесного, системного та ситуаційного підходів у менеджменті.

Тема 2. Функція планування у менеджменті.

Визначення планування та його завдання. Система планів організації, етапи процесу планування за Р. Акоффом. Визначення і функціональне призначення стратегічного планування. Етапи стратегічного планування. Управління реалізацією стратегічного плану.

Тема 3. Функція організування в менеджменті.

Функція організування та її місце в системі менеджменту. Організування та організаційна діяльність. Делегування повноважень у менеджменті: поняття, елементи процесу делегування, типи повноважень (лінійні, штабні, функціональні). Організаційна структура як результат організаційної діяльності: рівні складності, централізації та децентралізації. Основні елементи та склад організаційної структури управління. Типи організаційних структур управління: лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, дивізійна, матрична, мережева.

Тема 4. Мотивування як функція менеджменту.

Мотивування як процес спонукання себе й інших до діяльності шляхом використання мотивів людини для досягнення особистих цілей або цілей організації. Головні поняття мотивування: потреба, мотив, спонукання, стимул, винагорода, цінність. Види мотивування. Змістові та процесуальні теорії мотивування.

Тема 5. Контролювання як функція менеджменту.

Контролювання як процес виявлення можливих відхилень запланованих показників, встановлення причин цих відхилень і розроблення заходів щодо їх усунення. Основні види контролювання. Етапи процесу контролювання.

Тема 6. Інформація і комунікації в менеджменті.

Інформація та її види. Вимоги до управлінської інформації. Поняття комунікації, її види та засоби. Перешкоди в комунікаціях. Комунікаційний процес.

Тема 7. Управлінські рішення.

Управлінські рішення в менеджменті. Характеристика управлінських рішень. Чинники впливу на процес прийняття управлінських рішень. Зміст основних етапів прийняття управлінських рішень (за М. Месконом). Методи обґрунтування та прийняття управлінських рішень.

Тема 8. Вплив, влада і лідерство в менеджменті. Стилі керівництва.

Вплив як будь-яка поведінка однієї людини, яка змінює поведінку, відносини або відчуття іншої людини. Форми впливу у менеджменті. Влада у менеджменті. Типи влади у менеджменті. Лідерство. Підходи до лідерства. Стилі керівництва та їх класифікація.

ДИСЦИПЛІНА «МАРКЕТИНГ»

Тема 1. Теоретичні основи маркетингу.

Основні поняття та класифікація маркетингу. Підходи комерційних організацій до управління маркетингом. Поведінка споживача.

Тема 2. Аналіз маркетингового середовища

Поняття маркетингового середовища. Система маркетингової інформації. Комплекс маркетингу та система організації служби маркетингу.

Тема 3. Маркетингова товарна політика.

Класифікація товарів. Концепція життєвого циклу товару. Розроблення товару.

Тема 4. Маркетингова цінова політика.

Процес ціноутворення. Підходи до ціноутворення.

Тема 5. Маркетингова політика розподілу.

Визначення каналів розподілу. Функції каналів розподілу. Рівні каналів розподілу. Показники каналів розподілу. Визначення стратегії розподілу.

Тема 6. Маркетингова політика комунікацій.

Комплекс маркетингових комунікацій. Характеристика моделі AIDA. Чинники, що визначають структуру комплексу стимулювання.

4. ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ФАХОВОГО ІСПИТУ

1. Про затвердження Програми предметного тесту з управління та адміністрування єдиного фахового вступного випробування : наказ МОН № 157 від 11.02.2022. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/vstup-2022/Prohramy->

YEFVV/Zatverdzeni.prohramy.YEFVV/11.02/Pro.zatv.Prohr.predm.testu.upravl.ad ministruv-nakaz-157-11.02.2022.pdf

2. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник / Слободяник А.М., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Київ. КиМУ, 2022. 228 с.

3. Joe Tidd. Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change: Integrating Technological, Market and Organizational Change, 2020. 624 p.

4. Levchenko Ya., Shevchenko I., Dmytriieva O. Economy and business: course book. Kharkiv: FOP Brovin O.V., 2019. 128 p.

5. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Маркетинг підприємства : навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 612 с.

6. Біляк Т.О., Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О. Основи підприємництва: підручник / під заг. ред. Н.В. Валінкевич. Житомир : ЖДТУ, 2019. 493 с.

7. Гой І. В., Смелянська Т. П. Підприємництво : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2013. 368 с.

8. Гонtareва І. В. Підприємництво : підручник. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 392 с.

9. Данько Т. І., Яворська Н. П. Маркетингові дослідження: Навчальний посібник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2019.

10. Дмитрієв І.А., Шевченко І.Ю. Економіка підприємства: навчальний посібник. Х.: ФОП Бровін О.В., 2018. 292 с.

11. Економіка та організація підприємницької діяльності : навч. посіб / заг. ред. д.е.н. Н. В. Сментини. Київ : ФОП Гуляєва В.М., 2019. 320 с.

12. Ємець О. І. Основи підприємництва : навч. посіб. Івано-Франківськ : Лілея–НВ, 2012. 147 с.
13. Ігнатська І.А. Стратегічний менеджмент : підручник, 2-ге видання, стереот. Київ : Каравела, 2019. 480 с.
14. Кожушко Л. Ф., Кузнецова Т. О., Судук О. Ю. Основи менеджменту і маркетингу : навч. посібник. Рівне : НУВГП, 2016. 291 с.
15. Козловський В.О. Основи підприємництва : навч. посіб. 2-ге вид., переробл. та доп. Вінниця, 2011. 223 с.
16. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу (5-те європейське видання). 2020. 880 с.
17. Краснокутська Н.С., Нашекіна О.М., Замула О.В. та ін. Менеджмент : навч. посібник. Харків : «Друкарня Мадрид», 2019. 231 с.
18. Мальська М. П., Білоус С. В. Менеджмент організацій: теорія та практика : навч. посібник. Київ : SVA-print, 2020. 190 с.
19. Маркетинг і кризовий менеджмент у публічному управлінні та адмініструванні: Навчальний посібник / Подольчак Н. Ю., Перхач О. Л., Цигилик Н. В. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. 104 с.
20. Маркетинг та менеджмент: Навчальний посібник / Є. В. Крикавський, Т. І. Данько, Н. Б. Ярошевич. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2016. 96 с.
21. Маркетинг у цифровому середовищі [Текст]: підручник / Н.Є. Летуновська, Л.М. Хоменко, О.В. Люльов та ін.; за заг. ред. Н.Є. Летуновської, Л.М. Хоменко. — Суми: СумДУ, 2021. — 259 с.
22. Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, Б.О.Король, О.В. Попко, З.О. Толчанова, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с. – Режим доступу: <http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/>.
23. Маркетинг: Навч. посібник. / Сенишин О. С., Кривешко О. В. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
24. Маркетинг: навчальний посібник. Вид. 3-є, доп. і перероб. Вінниця: Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2022. 362 с.
25. Маркетингова діяльність підприємств: підручник за заг.ред. Косенко О.П. 2-ге вид., зі змінами і доповненнями. Харків: ТОВ «Оберіг», 2023. 1155 с.
26. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст (монографія) / за заг. ред. д.е.н., проф. Н.В.Карпенко. – Київ: Центр учбової літератури, 2019. – 252 с.
27. Маркетингова політика розподілу: Навчальний посібник / Є. В. Крикавський, Н. С. Косар, А. Чубала. Друге видання, зі змінами. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. 260 с.
28. Маркетингова товарна політика [текст]: навч. посіб. з грифом МОН України (лист № 1/11-10437 від 08.07.2014 р.) / М.А. Окландер, М.В. Кірносова – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 208 с.
29. Маркетингова товарна політика промислового підприємства: управління стратегіями диверсифікації: Монографія / Ілляшенко С.М., Пересадько Г.О., за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. Суми: Університетська книга, 2023. 228 с.

30. Маркетинговий менеджмент: Навчальний посібник / Крикавський Є. В., Дейнега І. О., Дейнега О. В., Лорві І. Ф.. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. 380 с.
31. Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія і практика: Монографія/ М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль, Т.Д.Мельник; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2015. – 192 с. – Режим доступу: <http://ep3.nuwm.edu.ua/1764/>.
32. Маркіна І.А., Біловол Л.І., Власенко В.А. Менеджмент організації. К.: Центр навчальної літератури, 2019. – 248 с.
33. Менеджмент : навч. посібник [за ред. С. І. Михайлова]. К. : Центр навчальної літератури, 2017. 536 с.
34. Міжнародний маркетинг: Підручник / Ларіна Я.С., Бабічева О.І., Буряк Р.І., Рафальська В.А. [та 5 інших]. Київ : Видавничий дім "Гельветика". 2018. 452 с.
35. Мошек Г. Є., Миколайчук І. П., Палеха Ю. І. Основи менеджменту. Теорія і практика : навч. посібник. К. : Видавництво Ліра-К, 2018. 528 с.
36. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: Навчальний посібник – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 240 с.
37. Організація власного бізнесу: навч. посіб.: за ред. к.е.н. доц. Є.В. Ткача. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т. ім. Ю. Федьковича. 2023. 264 с.
38. Основи інтернет-маркетингу: навчальний посібник / Н.Р. Кордзая. – Херсон: Олді-плюс, 2018. – 184 с.
39. Педько А.Б. Основи підприємництва і бізнес культури: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2022. 168 с.
40. Петруня Ю. Є., Петруня В.Ю. Маркетинг: навчальний посібник. 3-тє вид., переробл. і доповн. Дніпропетровськ: Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.
41. Підприємництво : підручник / С. В. Панченко та ін. Харків : УкрДУЗТ, 2018. 241 с.
42. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І.М. Сотник, д.е.н., проф. Л.М. Таранюка. Суми: ВТД «Університетська книга», 2018. 572 с.
43. Райко Д.В. Моделювання поведінки споживачів щодо прийняття рішення з формування маркетингової товарної політики, виробництва та просування товарів підприємства : підручник. Суми : Триторія, 2023. 180 с.
44. Сенишин О. С., Кривешко О.В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
45. Стратегічний маркетинг: Навчальний посібник / Ларіна Я.С., Бабічева О.І. , Романова Л.В., Антофій Н.М. Х.: Олді-плюс. 2019. 364 с.
46. Управління рекламними проектами: Навчальний посібник / Луцій О.П., Ларіна Я.С., Весперіс С.З. та ін. Х.: Олді-плюс. 2019. 300 с.
47. Юрко І. Торговельне підприємництво. Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 232 с.

5. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ

Фаховий іспит для вступників ступеня магістр на основі ступеня бакалавра (ОКР спеціаліста, ступеня магістра) проводиться у письмовій формі або з використанням комп'ютерної техніки.

Бал фахового іспиту визначається як сума балів, одержаних за вирішення 47-ми тестів. Питання першого рівня складності оцінюються від 0 до 2-ох балів, питання другого рівня складності оцінюються від 0 до 5-ти балів. Детальний опис нарахування балів приведений в розділі 2 цієї програми.

Оцінка за виконання фахового іспиту за шкалою від 100 до 200 балів визначається за формулою

$$N = n + 100,$$

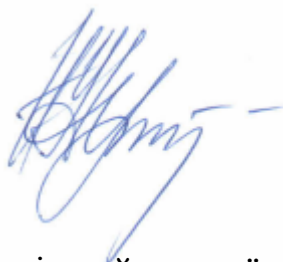
де n – бал фахового іспиту за 100-бальною шкалою.

Фаховий іспит оцінюється з кроком в один бал. Заокруглення до цілого числа здійснюється за математичними правилами.

Вступник допускається до участі у конкурсі, якщо оцінка за виконання фахового іспиту складає не менше 110 за шкалою від 100 до 200 балів.

Програма обговорена та узгоджена на засіданні кафедри економіки підприємства і міжнародного бізнесу
(протокол № 14 від «10» квітня 2024 р.)

Завідувач кафедри економіки
підприємства і міжнародного бізнесу



Н.Б. Кушнір

Програма розглянута та схвалена на засіданні приймальної комісії
(протокол № 12 від «25» квітня 2024 р.)

Відповідальний секретар
приймальної комісії



Н.В. Вальчук