



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 **073 «Менеджмент»**
освітня програма
«Управління фінансово-економічною безпекою»

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Фаховий вступний іспит за спеціальністю **073 «Менеджмент»**, проводиться з метою оцінки рівня професійних знань випускників-бакалаврів, передбачених освітньо-кваліфікаційною характеристикою.

Узагальнена структура вступного іспиту:

1. Менеджмент – 33-35 %;
2. Маркетинг – 33-35 %;
3. Підприємництво – 33-35 %;

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; в) 25% вірна;	Питання містить чотири правильні варіанти відповіді, при виборі яких відповідь вважається повною і нараховується 2 бали.

d) 25% вірна; e) 0% невірна.	При виборі одного, двох або трьох лише правильних варіантів відповідей, відповідь вважається частково вірною і нараховується 0,5 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 ВСТУПНИЙ ІСПИТ

РОЗДІЛ 1. «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 в 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.

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. Зміст основних етапів прийняття управлінських рішень (за М. Месконом). Методи обґрунтування та прийняття управлінських рішень.

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

Вплив як будь-яка поведінка однієї людини, яка змінює поведінку, відносини або відчуття іншої людини. Форми впливу у менеджменті. Влада як реальна можливість впливати на поведінку інших людей, змінювати її у визначеному напрямі, здатність підкорювати інших людей своїй волі. Влада у менеджменті. Типи влади менеджменті: влада примусу; влада винагороди; законна (традиційна) влада; влада експерта; еталонна влада (влада прикладу). Лідерство. Підходи до лідерства. Стилi керівництва. Класифікація стилів керівництва (за Куртом Левінім): авторитарний, демократичний, ліберальний

РОЗДІЛ 2 «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: стимулювання збуту, встановлення контактів, пристосування товарів, проведення перемовин, організація товароруку, фінансування, прийняття ризиків. Рівні каналів розподілу: нульовий, однорівневий, дворівневий, трирівневий канали. Показники каналів розподілу: довжина, ширина. Визначення стратегії розподілу: інтенсивний маркетинг, вибіркоче проникнення, широке проникнення, пасивний маркетинг

Тема 6. Маркетингова політика комунікацій

Комплекс маркетингових комунікацій. Характеристика моделі АША (модель ефективного звернення до цільової аудиторії):

РОЗДІЛ 3. «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 капіталу. 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. Основні етапи реєстрації юридичних осіб.

Тема 5. Планування підприємницької діяльності

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

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. Соціальна відповідальність бізнесу та ділова етика

Тема 8. Фінансовий аналіз підприємства

Сутність фінансового аналізу, його методи та прийоми. Інформаційне забезпечення фінансового аналізу. Аналіз майна підприємства. Аналіз джерел формування капіталу підприємства. Аналіз грошових потоків. Аналіз ліквідності

та платоспроможності підприємства. Аналіз фінансової стабільності підприємства. Аналіз ділової активності підприємства. Аналіз прибутковості й рентабельності підприємства. Аналіз інвестиційної діяльності підприємства. Аналіз і прогнозування можливого банкрутства підприємства

4. ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ІСПИТУ

1. Гончаров С.М. Маркетинг: вітчизняні, європейські та загальні основи: навч. посіб. Рівне: Волинські обереги, 2012. 448 с.
2. Данько Т. І., Яворська Н. П. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2019. 230 с.
3. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу (5-те європейське видання). 2017. 752 с.
4. Мальська М. П., Білоус С. В. Менеджмент організацій: теорія та практика: навч. посібник. Київ : SBA-print, 2020. 190 с.
5. Маркетинг та менеджмент: Навчальний посібник / Є. В. Крикавський, Т. І. Данько, Н. Б. Ярошевич. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2016. 96 с.
6. 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. URL: <http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/>.
7. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст (монографія) / за заг. ред. д.е.н., проф. Н.В.Карпенко. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 252 с.
8. Маркетингова інформація: підручник / Є. В. Крикавський, О. В. Дейнега, І. О. Дейнега, Л. О. Шелюк, О. А. Кратт, Р. Патора. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. 416 с.
9. Маркетингова політика розподілу: навч. посіб. / Є. В. Крикавський, Н. С. Косар, А. Чубала. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. 260 с.
10. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. / М.А. Окландер, М.В. Кірносова К.: Центр учбової літератури, 2014. 208 с.
11. 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. URL: <http://ep3.nuwm.edu.ua/1764/>.
12. Маркіна І.А., Біловол Л.І., Власенко В.А. Менеджмент організації. К.: Центр навчальної літератури, 2019. – 248 с.
13. Менеджмент : навч. посібник [за ред. С. І. Михайлова]. К. : Центр навчальної літератури, 2017. 536 с.
14. Мошек Г. Є., Миколайчук І. П., Палеха Ю. І. Основи менеджменту. Теорія і практика : навч. посібник. К. : Видавництво Ліра-К, 2018. 528 с.
15. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: Навчальний посібник К.: Центр учбової літератури, 2012. 240 с.

16. Фінанси підприємств. Підручник / О.Б.Курило, Л.П.Бондаренко, О.Й Вівчар, О.М.Чубка Київ: Видавничий дім «Кондор», 2020. 340 с
17. Фінанси підприємств: навчальний посібник / Ситник Н. С., Смолінська С.Д., Ясіновська І.Ф.; за заг. ред. Н. С. Ситник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2020. 402 с
18. Фінансовий аналіз : навч. посібник / уклад.: Н.Л. Марусяк. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 172 с
19. Фінансовий аналіз. Навчальний посібник / М. Р. Лучко, С. М. Жукевич, А. І. Фаріон Тернопіль:, ТНЕУ, 2016. 304 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 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 з 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 фінансів та економічної безпеки (протокол № 9 від 25 березня 2024 р.).

Завідувач кафедри
д.е.н., професор



Л.В. Мельник

Порядок оцінювання розглянутий та схвалений на засіданні приймальної комісії, (протокол № 12 від 25 квітня 2024 р.)

Відповідальний секретар
приймальної комісії



Н.В. Вальчук