

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТРАНСПОРТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ПРОГРАМА

**додакового вступного випробування для вступу на навчання
для здобуття ступеня бакалавра
за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
на перший (зі скороченим строком навчання) курс
на основі освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста**

Київ 2019

Програму додаткового вступного випробування розроблено фаховою атестаційною комісією для проведення вступних випробувань для вступу на навчання для здобуття ступеня бакалавра за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

ЗМІСТ

Загальні положення.....	4
Питання, винесені на додаткове вступне випробування.....	5
Критерії оцінювання підготовленості вступників	11

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Додаткове вступне випробування для вступу на навчання для здобуття ступеня бакалавра передбачає перевірку здатності до участі у фаховому вступному випробуванні осіб, які вступають для здобуття ступеня бакалавра на основі освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста, здобутого за іншою (неспорідненою) спеціальністю.

Вступник допускається до подальшої участі у вступних випробуваннях за умови успішного проходження додаткового вступного випробування.

Програма додаткового вступного випробування для вступу на навчання для здобуття ступеня бакалавра за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» на основі освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста, здобутого за іншою (неспорідненою) спеціальністю, розроблена фаховою атестаційною комісією, містить питання з основ спеціальності, які стосуються сутності менеджменту, маркетингу та економіки підприємства.

Додаткове вступне випробування проводиться у письмовій формі.

Білет додаткового вступного випробування містить 3 питання за програмою додаткового вступного випробування, які передбачають надання вступником розгорнутої теоретичної відповіді. Відповіді на питання вступник наводить на бланках письмової відповіді.

Додаткове вступне випробування для вступу на навчання іноземних громадян проводиться у формі співбесіди.

Вступнику пропонують 3 питання за програмою додаткового вступного випробування, які передбачають надання вступником розгорнутої усної теоретичної відповіді.

ПИТАННЯ, ВИНЕСЕНІ НА ДОДАТКОВЕ ВСТУПНЕ ВИПРОБУВАННЯ

1. МЕНЕДЖМЕНТ

Менеджмент як мистецтво управління людьми. Сутність основних категорій менеджменту (організація, управління, менеджмент). Менеджери та підприємці – ключові фігури ринкової економіки. Спільне і відмінне між менеджером та підприємцем. Рівні управління. Сфери менеджменту: виробництво, фінанси, кадри, інновації, облік, збут, зовнішньоекономічна діяльність

Еволюція концепції менеджменту. Передумови виникнення науки управління. Класичні теорії менеджменту. Характеристика інтегрованих підходів до управління: процесійний підхід, системний підхід, ситуаційний підхід. Розвиток управлінської науки в Україні. Проблеми і вимоги сучасного менеджменту.

Організація як об'єкт управління. Поняття організації, її роль та значення. Організація як відкрита система. Внутрішні та зовнішні фактори середовища організації. Міжнародне середовище менеджменту. Організації в Україні. Культура організації. Роль бізнесу в суспільстві. Соціальна відповідальність менеджменту. Етика і сучасне управління. Управління етикою і соціальною відповідальністю.

Функції менеджменту. Планування як функція менеджменту. Суть планування. Методи розробки планів. Види планів. Стратегічне планування. Суть стратегічного менеджменту. Бізнес-планування.

Організація взаємодії як функція менеджменту. Поняття організації взаємодії як функції менеджменту. Владні повноваження, відповідальність і делегування. Організаційні структури управління.

Мотивування як функція менеджменту. Поняття мотивації, класифікація та зміст мотиваційних теорій. Модель мотивації через потреби. Процесійні потреби до мотивації. Змістові теорії мотивації.

Контролювання як функція менеджменту. Суть і зміст контролю. Види контролю. Операційний контроль. Фінансовий контроль. Структурний контроль. Керування контролем в організаціях. Процес контролю. Завдання контролю. Етапи контролювання.

Управлінські рішення. Визначення управлінського рішення. Класифікація управлінських рішень та умови прийняття управлінських рішень. Методи прийняття раціональних рішень у менеджменті. Поведінкові аспекти ухвалення рішень. Групове ухвалення рішення в організації.

Керівництво та лідерство. Лідерство в організації. Лідер в організації. Огляд теорій лідерства. Підхід з позиції особистих якостей. Поведінковий підхід. Ситуаційний підхід. Управління конфліктами, змінами і стресами. Природа конфлікту в організації. Типи конфліктів. Причини конфлікту. Управління конфліктною ситуацією (структурні методи, міжособистісні стилі вирішення конфліктів).

Орієнтовні питання для додаткового вступного випробування

1. Сутність основних категорій менеджменту: організація, управління, менеджмент.
2. Спільне і відмінне між менеджером та підприємцем.
3. Цілі і завдання менеджменту.
4. Виробнича, фінансова, кадрова, збутова та інші сфери менеджменту.
5. Організація як об'єкт управління.
6. Планування як функція менеджменту.
7. Організація взаємодії як функція менеджменту.
8. Мотивування як функція менеджменту.
9. Контроль як функція менеджменту.
10. Класифікація та умови прийняття управлінських рішень.
11. Керівництво та лідерство.
12. Основні підходи до управління.
13. Рівні управління в організації.
14. Типи організаційних структур.
15. Форми влади та впливу.

Список рекомендованої літератури

1. Кузьмін О.Є. Теоретичні та прикладні засади менеджменту : навчальний посібник / О.Є. Кузьмін, О.Г.Мельник. – Львів : Інтеллект-Захід, 2002. – 228 с.
2. Мескон М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – Пер. с англ. – М. : Дело, 1992. – 702 с.
3. Єрмошенко М.М. Менеджмент : навчальний посібник / М.М. Єрмошенко, С.А. Єрохін, О.А. Стороженко. – К. : НАУ, 2006. – 656 с.
4. Ковтун О.І. Стратегія підприємства : навчальний посібник. – Львів. : Видавництво Львівської комерційної академії, 2004. – 336 с.
5. Менеджмент : навчальний посібник для студентів вузів / за ред. В.І. Крамаренко. – К. : ЦНЛ, 2003. – 248 с.
6. Менеджмент : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / за редакцією Г.В. Щокіна. – К. : МАУП, 2007. – 816 с.
7. Олійник О.М., Татаринцева А.С. Основы менеджменту : навчально-методичний посібник. – Запоріжжя : ЗНУ, 2007. – 108 с.
8. Кравченко В.О. Основы менеджменту : навчальний посібник. – Одеса : Атлант, 2012. – 211 с.
9. Шевченко Л.С. Менеджмент : навчальний посібник / О.А. Гриценко, С.М. Макуха та ін.; за загальною редакцією Л.С. Шевченко. – Харків : Право, 2013. – 216 с.

2. МАРКЕТИНГ

Поняття маркетингу та ключові концепції, що покладені в його основу. Розуміння соціальних основ маркетингу. Порівняння та еволюція концепцій управління маркетингом. Аналіз основних потреб маркетингу, які необхідно вирішувати маркетингологам. Суб'єкти маркетингу.

Маркетинг та формування попиту у ринковому середовищі. Види маркетингової діяльності у відповідності з попитом на товар. Основні складові та тенденції розвитку маркетингового середовища. Особливості впливу факторів макро- і мікросередовища підприємства на здійснення маркетингової діяльності.

Функції, принципи та цілі маркетингу. Основні елементи системи маркетингу. Суб'єкти маркетингу та їх основні функції і завдання діяльності. Характеристика комплексу маркетингу, особливості формування його складових.

Концепція формування системи маркетингової інформації. Складові системи маркетингової інформації. Інструменти та завдання обробки системи маркетингової інформації. Роль інформації в діяльності компанії. Етапи процесу маркетингового дослідження. Модель поведінки покупців. Критерії сегментування ринку, вибір цільових сегментів і позиціонування товару. Аналіз сегментних часток. Споживчий ринок та основні фактори, що впливають на поведінку споживача. Характеристика покупців. Ринок організацій-споживачів.

Методики маркетингових досліджень. Моделі дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. Критерії підбору вторинної маркетингової інформації. Організаційні аспекти проведення маркетингових досліджень.

Основні класифікації товарів та послуг. Роль марочних найменувань товарів та послуг, упаковки, маркування та супутніх послуг в діяльності компанії. Рішення, що приймаються компаніями стосовно товарного асортименту та товарної номенклатури.

Концепція життєвого циклу товару. Цілі фірми та цінова політика. Основні принципи встановлення цін на товари-імітатори. Ціни в межах товарної номенклатури. Основні аспекти ініціативної зміни цін та зміни цін у відповідь. Процес визначення вихідної ціни на товар. Етапи маркетингового розрахунку цін. Чинники, що впливають на цінову політику. Методи ціноутворення.

Правовий захист товарної марки. Бренд та управління брендом. Види та різновиди товарної політики. Ціна в структурі стадій життєвого циклу товарів.

Залежність рівня ціни від позиціонування товару споживача. Сутність маркетингової політики розподілу, завдання збутової політики. Роль гуртових та роздрібних торговців у розподілі товарів та послуг. Форми організації оптової торгівлі. Види роздрібною торгівлі. Основи збутової логістики. Управління каналами розподілу. Відбір, мотивація та оцінювання учасників каналу розподілу.

Маркетингова політика просування. Маркетингова політика комунікацій. Логіка алгоритму формування комплексу маркетингових комунікацій. Комплекс стимулювання та чинники, що визначають його структуру. Структура комплексу маркетингових комунікацій. Сутність публік рилейшнз. Види реклами. Методи стимулювання збуту у формі організації персонального продажу.

Орієнтовні питання для додаткового вступного випробування

1. Ключові концепції маркетингу.
2. Функції, принципи та цілі маркетингу.
3. Основні елементи системи маркетингу.
4. Суб'єкти маркетингу та їх основні функції і завдання діяльності.
5. Складові системи маркетингової інформації.
6. Етапи процесу маркетингового дослідження.
7. Модель поведінки покупців.
8. Критерії сегментування ринку, вибір цільових сегментів і позиціонування товару.
9. Споживчий ринок та основні фактори, що впливають на поведінку споживача.
10. Характеристика покупців. Ринок організацій-споживачів.
11. Моделі дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства.
12. Основні класифікації товарів та послуг з точки зору маркетингу.
13. Роль марочних найменувань товарів та послуг, упаковки, маркування та супутніх послуг в діяльності компанії.
14. Рішення, що приймаються компаніями стосовно товарного асортименту та товарної номенклатури.
15. Концепція життєвого циклу товару.

Список рекомендованої літератури

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підручник. – К. : Лібра, 2002. – 712 с.
2. Примак Т.О. Маркетинг : навчальний посібник. – К. : МАУП, 2001. – 228 с.
3. Примак Т.О. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством: монографія. – К. : Експерт, 2001. – 387 с.
4. Лаврова Ю.В. Маркетинг. Класичні положення і особливості застосування на транспорті : конспект лекцій. – Харків : ХНАДУ, 2012. – 227 с.
5. Храбатин О.І., Яворська Л.В. Маркетинг : навчальний посібник. – К. : Знання, 2014. – 284 с.
6. Чеботар С.І., Ларіна Я.С., Луцій О.П., Шевчик М.Г., Буряк Р.І., Боняр С.М., Рябчик А.В., Прус О.М., Рафальська В.А. Маркетинг : навчальний посібник. – К. : Наш час, 2007. – 504 с.

3. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Підприємство: поняття, визначення, види. Статут підприємства, колективний договір, об'єднання учасників, статутний капітал. Створення вартості, ресурси підприємства, прибуток від реалізації, податки. Економіка підприємства: земля та природні ресурси, робоча сила, знаряддя праці, виробничі можливості, підприємництво, капітал.

Економічні ресурси підприємства, капітал (інвестиційні ресурси), трудові ресурси, попит і пропозиція на ресурси, ринок ресурсів.

Засоби виробництва: предмети праці та засоби праці. Основні виробничі фонди: склад, структура, вартісна оцінка.

Продуктивність, амортизація, капітальні вкладення. Оборотні виробничі фонди, оборотні кошти підприємства, норми витрат. Кадри, штатний склад підприємства. Інженерно-технічні робітники, службовці, робітники. Продуктивність праці, виробіток, трудомісткість, заробітна плата. Ринок праці, трудові відношення. Рівень безробіття та рівень зайнятості.

Собівартість та засоби розрахунку собівартості. Структура собівартості: планова і фактична. Прямі та непрямі витрати. Умовно-перемінні та умовно-постійні витрати, резерви зниження собівартості продукції. Маркетинг. Ціна продукції. Прибуток, рентабельність. Джерела формування фінансових ресурсів: власні і позикові. Стратегії ціноутворення.

Орієнтовні питання для додаткового вступного випробування

1. Які складові оплати праці за тарифною системою? Дайте їх визначення.
2. Які складові фонду оплати праці? Опишіть їх сутність.
3. Які види нематеріальних ресурсів належать до об'єктів промислової власності?
4. Що таке виробнича програма підприємства і які її основні вимірники?
5. Дайте визначення організаційної структури підприємства і її основних типів.
6. Сутність поняття «санация підприємства». Які можливі першочергові заходи щодо її реалізації?
7. Розкрийте зміст нормування праці та дайте визначення норми праці.
8. Дайте визначення термінам «господарський договір» та «господарське зобов'язання».
9. Оплата праці: поняття і функції.
10. Які існують види добровільних об'єднань підприємств?
11. Як класифікують основні види діяльності підприємств? Сформулюйте їх визначення.
12. Назвіть основні проблеми, з якими зустрічаються малі підприємства, та перепони на шляху малого бізнесу в Україні.
13. Опишіть загальну і виробничу структуру підприємства.
14. Що таке спільне підприємництво і за якими ознаками його класифікують?

15. Розкрийте зміст нормування праці та дайте визначення норми праці.
16. Як класифікують норми праці за призначенням? Дайте їх визначення.
17. Які функції оцінки результатів діяльності персоналу?
18. Назвіть показники використання та відтворення основних фондів.
19. Дайте визначення понять фізичного та морального зносу основних фондів.

Список рекомендованої літератури

1. Ковальчук І.В. Економіка підприємства : нав. посіб. – К. : Знання, 2008. – 679 с.
2. Грицюк Е.О. Економіка підприємства : навчальний посібник. – К. : Дакор, 2009. – 304 с.
3. Економіка підприємства : підручник / 2-е видання, перероб. та доп. / за ред. С.Ф. Покропивного. – К. : КНЕУ, 2001. – 528 с.
4. Ефективність системи управління підприємством: теоретико-методологічні аспекти та механізми реалізації : монографія / Г.О. Дорошенко. – Харків : НТМТ, 2014. – 424 с.
5. Харів П.С. Економіка підприємства : збірник задач і тестів. – 3-є видання. – К. : Знання, 2008. – 357 с.

КРИТЕРІЇ

оцінювання підготовленості вступників на додатковому вступному випробуванні для вступу на навчання для здобуття ступеня бакалавра за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Структура оцінки додаткового вступного випробування

Оцінка додаткового вступного випробування (за шкалою від 100 до 200 балів) складається із суми балів, виставлених фаховою атестаційною комісією в результаті перевірки письмової роботи вступника, виконаної ним на додатковому вступному випробуванні, за відповіді вступника на кожне з 3 питань білета додаткового вступного випробування.

Порядок оцінювання підготовленості вступників

Оцінка додаткового вступного випробування визначається у такому порядку:

1) виставляють бали за відповіді на кожне питання білета додаткового вступного випробування виходячи із наведених нижче критеріїв оцінювання відповідей;

2) обчислюють оцінку додаткового вступного випробування за формулою:

$$O = 100 + \sum_{i=1}^3 B_i ,$$

де B_i – кількість балів за відповідь на i -е питання.

Відповіді у чернетці не перевіряються та до уваги не беруться.

Критерії оцінювання відповідей на питання

Відповіді на перше та друге питання білету оцінюються балами від 0 до 33 (питання з менеджменту та маркетингу), відповідь на третє питання – балами від 0 до 34 (питання з економіки підприємства).

Відповідь на питання оцінюють виходячи із наведених у таблиці характеристик відповіді.

Кількість балів	Характеристика відповіді
25–34 (33)	<p>Повна, наведена у логічно правильній послідовності відповідь, яка свідчить про всебічні, систематизовані та глибокі знання з поставленого питання; демонструє здатність вступника вільно оперувати здобутими знаннями: диференціювати та інтегрувати їх, відтворювати та аналізувати отриману інформацію, робити обґрунтовані висновки та узагальнення, виявляти й відстоювати власну позицію, переконливо висловлювати думку та чітко формулювати відповідь.</p> <p>Як правило, таку оцінку отримує вступник, який відповів на питання не менше ніж на 90 %.</p> <p>Відповідь оцінюють у максимальну кількість балів тільки за умови надання вичерпної відповіді на питання.</p>
17–24	<p>Досить повна, без суттєвих неточностей, наведена у логічно правильній послідовності відповідь, яка свідчить про ґрунтовні та систематизовані знання з поставленого питання; демонструє здатність вступника впевнено оперувати здобутими знаннями: відтворювати та аналізувати отриману інформацію, пояснювати основні закономірності, робити висновки, чітко висловлювати думку та формулювати відповідь.</p> <p>Як правило, таку оцінку отримує вступник, який відповів на питання на 70–90 %.</p>
9–16	<p>Не зовсім повна, із неточностями та окремими незначними помилками, наведена в основному у правильній послідовності відповідь, яка свідчить про задовільні знання з поставленого питання, демонструє здатність вступника відтворювати основну інформацію відповідно до поставленого питання.</p> <p>Як правило, таку оцінку отримує вступник, який відповів на питання на 50–70 %.</p>
1–8	<p>Фрагментарна, із суттєвими неточностями та принциповими помилками відповідь, яка свідчить про неповноту знань з поставленого питання, демонструє наявність у вступника утруднень при відтворенні інформації відповідно до поставленого питання.</p> <p>Як правило, таку оцінку отримує вступник, який відповів на питання менше ніж на 50 %.</p>
0	Відповідь не надано або надана відповідь не відповідає поставленому питанню

Оцінка додаткового вступного випробування від 100 до 119 балів вважається незадовільною.

КРИТЕРІЇ

оцінювання підготовленості вступників на додатковому вступному випробуванні (співбесіді) для вступу на навчання для здобуття ступеня бакалавра за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» іноземних громадян

Структура оцінки додаткового вступного випробування (співбесіди)

Оцінка додаткового вступного випробування (за шкалою від 0 до 100 балів), проведеного у формі співбесіди, складається із суми балів, виставлених фаховою атестаційною комісією за результатами співбесіди зі вступником на додатковому вступному випробуванні за відповіді на кожне з 3 питань для співбесіди.

Порядок оцінювання підготовленості вступників

Оцінка додаткового вступного випробування, проведеного у формі співбесіди, визначається у такому порядку:

- 1) виставляють бали за відповіді на кожне питання для співбесіди виходячи із наведених нижче критеріїв оцінювання відповідей;
- 2) обчислюють оцінку додаткового вступного випробування за формулою:

$$O = \sum_{i=1}^3 B_i ,$$

де B_i – кількість балів за відповідь на i -е питання для співбесіди.

Критерії оцінювання відповідей на питання

Відповіді на перше та друге питання білету оцінюються балами від 0 до 33 (питання з менеджменту та маркетингу), відповідь на третє питання – балами від 0 до 34 (питання з економіки підприємства).

Відповідь на питання оцінюють таким чином:

від 25 до 34 (33) балів ставлять вступнику, який надав повну, у логічно правильній послідовності відповідь, яка свідчить про всебічні, систематизовані та глибокі знання з поставленого питання; демонструє здатність вступника вільно оперувати здобутими знаннями: диференціювати та інтегрувати їх, відтворювати та аналізувати отриману інформацію, робити обґрунтовані висновки та узагальнення, виявляти й відстоювати власну позицію, переконливо висловлювати думку та чітко формулювати відповідь. Як правило, таку оцінку отримує вступник, який відповів на питання не менше ніж на 90 %. Відповідь оцінюють у максимальну кількість балів тільки за умови надання вичерпної відповіді на питання;

від 17 до 24 балів ставлять вступнику, який надав досить повну, без суттєвих неточностей, у логічно правильній послідовності відповідь, яка

свідчить про ґрунтовні та систематизовані знання з поставленого питання; демонструє здатність вступника впевнено оперувати здобутими знаннями: відтворювати та аналізувати отриману інформацію, пояснювати основні закономірності, робити висновки, чітко висловлювати думку та формулювати відповідь. Як правило, таку оцінку отримує вступник, який відповів на питання на 70–90 %;

від 9 до 16 балів ставлять вступнику, який надав не зовсім повну, із неточностями та окремими незначними помилками, в основному у правильній послідовності відповідь, яка свідчить про задовільні знання з поставленого питання, демонструє здатність вступника відтворювати основну інформацію відповідно до поставленого питання. Як правило, таку оцінку отримує вступник, який відповів на питання на 50–70 %;

від 1 до 8 балів ставлять вступнику, який надав фрагментарну, із суттєвими неточностями та принциповими помилками відповідь, яка свідчить про неповноту знань з поставленого питання, демонструє наявність у вступника утруднень при відтворенні інформації відповідно до поставленого питання. Як правило, таку оцінку отримує вступник, який відповів на питання менше ніж на 50 %;

0 балів ставлять вступнику, який не надав відповідь на поставлене питання або надана вступником відповідь не відповідає поставленому питанню.

Оцінка проведеного у формі співбесіди додаткового вступного випробування від 0 до 59 балів вважається незадовільною.

Загальна оцінка від 0 до 59 балів вважається незадовільною.