

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Одеська національна академія зв'язку ім. О.С. Попова

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ  
ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Ректор ОНАЗ ім. О.С. Попова

\_\_\_\_\_ проф. П.П. Воробієнко

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2017 р.

## **ПРОГРАМА**

**вступних випробувань для осіб,  
що мають ступінь бакалавра  
та виявили бажання продовжити навчання  
для здобуття ступеня магістра**

Ступінь: Магістр

Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність: **073 «Менеджмент»**

Одеса 2017

Програма вступних випробувань для осіб, що здобули ступінь бакалавра та проходять вступні випробування для подальшого навчання на здобуття ступеня магістра за спеціальністю 073 «Менеджмент».

Програму розроблено кафедрами: Економіки підприємства та корпоративного управління, Менеджменту та маркетингу

Директор

ННІ Економіки та менеджменту

Л.А. Захарченко

Програма розглянута та схвалена  
на засіданні приймальної комісії,

протокол № \_\_\_\_\_ від «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 201 р.

Відповідальний секретар  
приймальної комісії

В.Ю. Кумиш

## ПЕРЕДМОВА

Мета вступного іспиту полягає в комплексній перевірці знань студентів, отриманих ними в результаті вивчення циклу дисциплін, передбачених освітньо-професійною програмою та навчальними планами відповідного напрямку підготовки *6.030601 – Менеджмент*. Студент повинен продемонструвати фундаментальні та професійно-орієнтовані уміння та знання щодо узагальненого об'єкта дослідження і здатність вирішувати типові професійні завдання, передбачені для відповідних посад.

Фаховий вступний іспит базується на матеріалах з дисциплін «Менеджмент», «Маркетинг», «Економіка та фінанси підприємства».

## МЕТА ІСПИТУ

Визначення рівня підготовки абітурієнтів з метою проведення конкурсного відбору для навчання в Одеській національній академії зв'язку ім. О. С. Попова (далі: Академія) за відповідною спеціальністю.

## ФОРМА ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Згідно з чинними «Правилами прийому до Одеської національної академії зв'язку ім. О. С. Попова у 2017р.» (затверджено на засіданні Вченої ради ОНАЗ ім. О.С. Попова від 24.11.2016 р.), для охочих продовжити навчання за ступенем магістра на основі базової вищої освіти передбачено обов'язкове складання комплексного вступного іспиту з фахових дисциплін. Нижче наведена структура даного іспиту та навчальні матеріали, які рекомендовані для опрацювання в ході підготовки до нього. Іспит складається з трьох теоретичних питань (Додатки 1-3).

1. Абітурієнт відповідає на три теоретичні запитання, що зазначені в екзаменаційному білеті, які взято з відповідних навчальних програм дисциплін «Менеджмент», «Маркетинг», «Економіка та фінанси підприємства» відповідно до програм підготовки бакалаврів напрямку *6.030601 – Менеджмент*.

2. Перелік запитань, покладених в основу вступного іспиту з фахових дисциплін, наведено в Додатках 1-3 та представлено у відповідному розділі на сайті Академії ([www.onat.edu.ua](http://www.onat.edu.ua)).

3. При оцінюванні знань абітурієнта під час вступного іспиту з фахових дисциплін згідно чинних «Правил прийому до Одеської національної академії зв'язку ім. О. С. Попова у 2017р.» використовується 100-бальна система оцінки, за якою оцінка «відмінно» відповідає 90-100 балам, оцінка «добре» – 74-89 балам, оцінка «задовільно» – 60-73 балам, при отриманні менш ніж 60 балів абітурієнт отримує оцінку «незадовільно».

## КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

При оцінюванні знань абітурієнта вихідними критеріями є такі:

- оцінку **90-100 балів (відмінно)** абітурієнт отримує, якщо він, працюючи над відповідями в межах встановленого для підготовки часу, правильно та з урозумінням виразив власну думку щодо отриманого завдання з відповідної дисципліни; не зробив жодної помилки при формулюванні відповідей; зв'язано, логічно, тематично адекватно побудував свої відповіді, а також може вільно й аргументовано надати коректні відповіді представнику комісії на додаткові запитання під час вступного іспиту;

- оцінку **74-89 балів (добре)** абітурієнт отримує, якщо він, працюючи над відповідями в межах встановленого для виконання часу, виразив власну думку щодо отриманого завдання з відповідної дисципліни, що не суперечить теоретичному матеріалу; не зробив помилки при формулюванні відповідей; зв'язано, логічно і зрозуміло побудував свої відповіді, може надати відповіді на додаткові запитання, але не може їх аргументувати представнику комісії під час вступного іспиту;

- оцінку **60-73 бали (задовільно)** абітурієнт отримує, якщо він, працюючи над відповідями в межах встановленого для виконання часу, намагався виразити власну думку згідно отриманого завдання з відповідної дисципліни; зробив некритичні помилки при формулюванні письмових відповідей; не завжди зв'язано й логічно побудував свої відповіді, але не може аргументувати свої відповіді та надати коректні відповіді на запитання представнику комісії під час вступного іспиту;

- оцінку менше 60 балів (**незадовільно**) абітурієнт отримує, якщо він не може дати відповіді в межах встановленого для виконання часу; припускає грубі помилки у відповідях, які не відповідають змісту теоретичного матеріалу з відповідної дисципліни та не дає представнику комісії відповідей на жодне з додаткових запитань.

**Перелік запитань до вступних випробувань для осіб, що виявили бажання продовжити навчання для здобуття ступеня магістра**

**За спеціальністю: 073 «Менеджмент»**

1. Характеристика класичних теорій менеджменту: школа наукового управління, класична школа управління, школа людських відносин.
2. Розкрийте сутність терміна «менеджмент» і вкажіть його відмінність від терміна «управління». Наведіть класифікацію менеджменту за ознакою напрямів реалізації та охарактеризуйте кожен із видів менеджменту.
3. Які основні функції менеджерів та підприємців? Охарактеризуйте їх. Сформууйте портрет сучасного менеджера: риси, якості, функції, ролі.
4. Поясніть дію законів, закономірностей та принципів менеджменту на прикладі конкретної організації.
5. У чому полягає необхідність поділу управлінської праці? Що зумовлює вертикальний та горизонтальний поділи?
6. Сутність та класифікація методів менеджменту: економічні, адміністративні та соціально-психологічні методи менеджменту.
7. Організація як соціум. Основні види організацій: формальна й неформальна організація. Класифікація організацій за ознаками.
8. Процес управління як сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих функцій, методів, управлінських рішень.
9. Поняття функцій менеджменту. Класифікація і характеристика функцій менеджменту.
10. Сутність організаційної структури управління та їх роль у досягненні мети. Види організаційних структур управління.
11. Зовнішнє середовище організації: фактори прямої та непрямой дії.
12. Характеристика внутрішнього середовища організації.
13. Взаємозв'язок факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.
14. Характеристика інтегрованих підходів до управління: процесний підхід, системний підхід, ситуаційний підхід.
15. Формування якостей ефективного менеджера.
16. Сутність управлінських рішень. Управлінське рішення як результат управлінської діяльності.
17. Характеристика класичних теорій школа людських відносин, школа поведінських наук, емпірична школа.
18. Роль керівників низової, середньої та вищої ланки.
19. Комунікаційний процес, елементи та етапи процесу. Організація комунікаційного процесу.
20. Загальна характеристика моделі сучасного менеджера.
21. Поняття мотивування. Взаємозв'язок потреб, спонукань, цілей і заохочень працівників у процесі мотивації.
22. Поняття контролю та його місце в системі управління. Принципи і цілі функції контролювання.
23. Сутність і зміст планування як функції менеджменту, його види та їхній взаємозв'язок.
24. Сутність організаційної діяльності та її місце в системі управління. Поняття та складові організаційної діяльності.
25. Поняття місії в управлінні та класифікація цілей організації.
26. Цілі та завдання менеджменту. Підвищення ролі та значення менеджменту в сучасних умовах.
27. Змістові та процесуальні теорії мотивації.
28. Делегування діяльності: лінійні та функціональні повноваження.
29. Методи дослідження внутрішнього середовища організації: аналітичні методи, діагностування, внутрішній моніторинг.
30. Методи дослідження зовнішнього середовища: зовнішнє спостереження, цільове спостереження, неформальний пошук, формальний пошук.

**Перелік запитань до вступних випробувань для осіб, що виявили бажання продовжити навчання для здобуття ступеня магістра**

**За спеціальністю: 073 «Менеджмент»**

1. Наведіть декілька основних повних визначень маркетингу й обґрунтуйте їх.
2. Назвіть етапи сегментування ринку .
3. Як класифікуються маркетингові стратегії залежно від ступеня охоплення ринку ?

Визначте переваги та недоліки кожної з них.

4. Що є зовнішнім середовищем підприємства? Назвіть його складові.
5. Назвіть цілі маркетингових досліджень.
6. Які напрями дослідження ринку вам відомі?
7. Поясніть сутність методів оцінки загальної та територіальної місткості ринку.
8. У чому полягає сутність методу експертних оцінок?
9. Як може змінюватись крива життєвого циклу товарів?
10. У чому полягає відмінність між ціноутворенням й ціною?
11. Охарактеризуйте деякі підходи до встановлення ціни на наявні на ринку товари й послуги.

12. Назвіть основні підходи до ціноутворення в межах товарної номенклатури.

Охарактеризуйте кожний з них.

13. Які існують підходи до ціноутворення за географічним принципом?
14. Визначити сутність процесу встановлення цін для стимулювання збуту. Назвіть підходи до встановлення цін.
15. Поясніть сутність методу встановлення ціни на основі торгів.
16. Проаналізуйте сутність методу встановлення ціни за рівнем конкурентоспроможності й методу розрахунку ціни за комерційними умовами.
17. Наведіть етапи розроблення програми маркетингових комунікацій.
18. У чому сутність маркетингової політики розподілу?
19. Охарактеризуйте основні завдання маркетингової політики розподілу на стратегічному та тактичному рівнях.

20. Поясніть поняття “ канал розподілу “. Проаналізуйте його функції та завдання.

21. Які існують види каналів розподілу?
22. Охарактеризуйте ексклюзивний, селективний та інтенсивний розподіли товарів.
23. Дайте визначення оптовій торгівлі та охарактеризуйте її функції.
24. Дайте визначення роздрібній торгівлі та наведіть її функції.
25. Які існують організаційні структури управління маркетинговими службами?

Визначте їх переваги і недоліки.

26. Проаналізуйте основні проблеми формування маркетингових служб на підприємствах України.

27. У чому сутність визначення стратегічного плану підприємства?
28. Охарактеризуйте етапи стратегічного планування.
29. Назвіть види генеральної стратегії підприємства .Поясніть, коли їх застосовують .
30. Наведіть типи маркетингового контролю .Дайте їх характеристику.

**Перелік запитань до вступних випробувань для осіб, що виявили бажання продовжити навчання для здобуття ступеня магістра**

**За спеціальністю: 073 «Менеджмент»**

1. Етапи розвитку фінансів.
2. Зміст і необхідність фінансів.
3. Функції фінансів.
4. Особливості організації фінансів підприємств зв'язку.
5. Економічний склад та класифікація витрат підприємства зв'язку.
6. Функції прибутку.
7. Фонди економічного стимулювання.
8. Поняття фінансових ресурсів.
9. Прибуток як джерело фінансових ресурсів.
10. Амортизаційний фонд та його роль у відтворювальному процесі.
11. Позичковий фонд та його взаємозв'язок з фінансовими ресурсами.
12. Методики нормування основних елементів оборотних коштів.
13. Зміст, завдання та методи фінансового планування.
14. Фінансовий план та порядок його складання.
15. Оперативне фінансове планування.
16. Місце сфери зв'язку та інформатизації в економіці країни. Особливості діяльності та продукції підприємства зв'язку.
17. Сутність і значення управління підприємством. Принципи і функції управління. Організаційна структура управління підприємством: поняття і види.
18. Економічна характеристика продукції підприємств зв'язку. Номенклатура послуг: принципи формування і область застосування.
19. Планування та прогнозування попиту на послуги зв'язку.
20. Виробничі фонди зв'язку, їх економічна характеристика, склад, структура.
21. Основні виробничі фонди підприємства зв'язку: поділ за видами, облік в натуральній і вартісній формах. Види вартісних оцінок основних фондів.
22. Економічна сутність зношуваності основних виробничих фондів. Види зносу і його кількісна оцінка. Амортизація основних виробничих фондів: сутність, значення, методи нарахування амортизації.
23. Система показників використання основних фондів на підприємстві. Шляхи поліпшення використання основних фондів.
24. Оборотні засоби підприємства: особливості складу і структури оборотних засобів на підприємствах зв'язку; цикл обігу; поділ за видами; показники використання.
25. Склад і структура працівників підприємства, облік їх чисельності на підприємстві. Визначення чисельності працівників. Показники використання трудових ресурсів підприємства.
26. Сутність і значення продуктивності праці. Резерви зростання продуктивності праці на підприємстві.
27. Сутність витрат. Склад витрат, поділ за ознаками. Структура і калькуляція собівартості.
28. Доходи підприємств зв'язку: сутність, формування. Чисті доходи. Планування доходів на підприємстві.
29. Формування та використання прибутку на підприємстві. Сутність і функції прибутку. Фактори, що впливають на величину прибутку. Рентабельність.
30. Сутність, принципи та оцінка економічної ефективності діяльності. Система показників порівняльної економічної ефективності капітальних вкладень і нової техніки.

## ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Економіка поштового зв'язку: навч. посіб.; 2-ге вид. перероб. і допов. / [В.М. Орлов, Н.Ю.Потапова-Сінько, Н.П.Спільна та ін.]. Одеса: ВМВ, 2012.-547 с.
2. Економіка галузі зв'язку. У 2-х т.: Підруч. для вузів і фах. зв'язку/ За зач. ред. В. М. Орлов, Ф. З. Мардаровського, Н. Ю. Потапова-Сінько, 2-ге вид., перероб і доп. – Одеса: ОНАЗ ім. О. С. Попова, 1999 – 280с.
3. Іванілов О. С. Економіка підприємства: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / О. С. Іванілов — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 728 с.
4. Экономика предприятия : учебник / Под ред. С.Ф. Покропивного. – К.: КНЕУ, 2003. – 608 с.
5. Экономика предприятия (фирмы) : учебник/ Под ред. проф. О.И. Волкова и доц. О.В. Девяткина. – 3-е изд., перераб. и доп. — М.:ИНФРА-М, 2007. – 601 с.
6. Экономика связи: Учебник для студ. вузов связи/ Е. А. Голубицкая, Г. М. Жигульская. – М.: Радио и связь, 2000 – 392с.
7. Экономика предприятия: Учебник для вузов / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. В.А. Швандара. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2007. – 670 с. – (Серия «Золотой фонд российских учебников»).
14. Савчук В.П. Финансовый менеджмента предприятия: прикладные вопросы с анализом деловых ситуаций. – К.: Изд. дом "Максимум", 2001. – 600 с.
16. Суровцев М.Е. Финансовый менеджмент. Практикум / М.Е. Суровцев, Л.В. Воронова. – М.: Эксмо, 2009. – 144 с.
17. Терехин В.И. Финансовое управление фирмой. – М.: Экономика, 1998. – 350 с.
18. Ткачук М.И. Финансовый менеджер: Справочное пособие. – Мн.: ООО «Мисанта», 1995. – 108 с.
19. Тренев Н.Н. Управление финансами. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 496 с.
20. Абчук В.А. Менеджмент: Учеб. пособие для студ. вузов. – 2-е изд. – СПб: Издательство Михайлова В.А., 2004. – 463 с.
21. Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Экономика, 1991. – 519 с.
22. Беседін М.О., Нагаєв В.М. Основи менеджменту: оцінно-ситуаційний підхід (модульний варіант): Підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 496 с.
23. Большаков А.С. Менеджмент: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2000. – 160 с.
24. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління: Навч. посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 396 с.
25. Веснин В.Р. Менеджмент: Учебник для студ.вузов. – М.: Элит-2000, 2003. – 546 с.
26. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник. – 3-е изд. – М.: Гардарики, 2002. – 528 с.
27. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 511 с.
28. Гріфін Р.В., Яцура В. Основи менеджменту: Підручник. – Л.: БаК, 2001. – 624 с.
29. Богатирьов А.М. Основи підприємництва, менеджменту та маркетингу в галузі зв'язку: навчальний посібник / Богатирьов А.М., Богатирьова Л.Д., Редькін О.С., Тардаскіна Т.М. – Одеса, 2007. – 212 с.
30. Князева Н.О. Маркетинг поштового зв'язку. – К.: ТОВ „Видавництво „Аспект-Поліграф”, 2003. –264 с.
31. Котлер Ф. Основы маркетинга / Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В.: пер. с англ. – [2-е европ. изд.]– М.:СПб:К.: Издательский дом „Вильямс”, 2003. – 944 с.
32. Фінанси підприємства зв'язку: Навч.посіб.:/[А.Д.Петрашевська, С.С. Новицька, В.М. Орлов та ін..] Одеса – Фенікс, 2009. – 116с.