

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ М. П. ДРАГОМАНОВА**

**Факультет соціально-психологічних наук та управління**

**“Затверджено”**

На засіданні Приймальної комісії  
НПУ ім. М. П. Драгоманова

**Рекомендовано**

Вченою радою Факультету соціально-  
психологічних наук та управління

**Програма вступного фахового випробування (співбесіди)**

**З МЕНЕДЖМЕНТУ**

*(Менеджмент, Управління персоналом, Теорія прийняття рішень,  
Маркетинг)*

для громадян України, іноземних громадян та осіб без громадянства,  
при вступі на навчання для здобуття ступеня

**«бакалавр»**

на базі здобутого освітньо-кваліфікаційного рівня

**«молодший спеціаліст»**

Київ – 2017

## **1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА ВСТУПНОГО ФАХОВОГО ВИПРОБУВАННЯ (СПІВБЕСІДИ)**

Галузеві стандарти вищої освіти спеціальності “Менеджмент”, освітньо-кваліфікаційного рівня “бакалавр” передбачають прийом на навчання абітурієнтів з дипломом молодшого спеціаліста.

Програма вступних фахових випробувань Факультету соціально-психологічних наук та управління Національного педагогічного університету імені М.П.Драгоманова на спеціальність “Менеджмент”, освітньо-кваліфікаційного рівня “бакалавр” розроблена у відповідності до Галузевих стандартів вищої освіти зазначених спеціальностей і побудована таким чином, щоб в ній був сконцентрований необхідний об’єм наукової інформації, якою повинен володіти абітурієнт при складанні вступного фахового випробування.

Для успішного проходження співбесіди необхідно володіти науковим категоріальним апаратом, тією понятійною базою, які складають теоретичний фундамент і розкривають зміст і сутність управлінських проблем.

Блок питань, що розглядають проблеми менеджменту, спирається на навички абстрактного і аналітичного мислення, здібність аналізувати їх з різних точок зору через усвідомлення головних ідей, їх історичний розвиток, з позицій функцій та складових менеджменту.

Блок питань, що відноситься до управління персоналом, включає оволодіння знаннями з питань взаємопов’язаних організаційно-економічних, політичних, соціальних, психологічних і культурних заходів зі створення умов для нормального функціонування, розвитку та ефективного використання трудового потенціалу співробітників організації.

При аналізуванні теорії прийняття рішень від абітурієнта вимагається чіткість і логічна побудова мислення, вільне володіння науковою термінологією, знання основних управлінських процесів і функцій, які притаманні сучасній організації, чітке уявлення про ринкову модель розвитку організації тощо.

Блок питань з маркетингу вимагає від абітурієнта чіткого володіння термінологією, понятійним апаратом маркетингу, розуміння сутності маркетингових досліджень, потреб та попиту, сегментації ринку і типології споживачів; товару, ціни, розповсюдження, комунікацій як елементу комплексу маркетингу.

При підготовці до вступного фахового випробування абітурієнту не слід обмежуватися одним підручником або одним навчальним посібником. В кінці програми буде запропонований список додаткової літератури, яку можна використовувати при підготовці до вступного фахового випробування.

Програма включає зміст завдань, список рекомендованої літератури, тестові завдання, систему оцінювання знань, умінь та навичок студентів за 100-бальною шкалою.

## 2. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ АБІТУРІЄНТА НА ВСТУПНОМУ ФАХОВОМУ ВИПРОБУВАННІ

Шкала переводу рейтингових показників нормованої стобальної університетської шкали оцінювання у стобальну шкалу оцінювання Українського центру оцінювання якості освіти:

Нормована стобальна університетська шкала	Стобальна шкала оцінювання УЦОЯО	Національна шкала оцінювання
60	124	Задовільно (E)
61	125	
62	127	
63	129	
64	131	
65	133	Задовільно (D)
66	135	
67	137	
68	139	
69	141	
70	143	Добре (C)
71	145	
72	147	
73	149	
74	151	
75	153	
76	155	
77	157	
78	159	
79	161	
80	163	Добре (B)
81	166	
82	169	
83	172	
84	175	
85	178	
86	181	
87	184	
88	186	
89	188	
90	190	Відмінно (A)
91	191	
92	192	
93	193	
94	194	
95	195	
96	196	
97	197	

98	198	
99	199	
100	200	

Зарахування абітурієнтів відбувається на підставі результатів тестового випробування. Тестове завдання містить 50 питань, які систематизовано за розділами: «Інформаційне забезпечення управління», «Основи менеджменту», «Теорія прийняття рішень», «Основи аналітичної діяльності». Максимальна кількість балів – 100, відповідно, вірна відповідь на питання оцінюється в 2 бали. Вступний рейтинг визначається сумою балів, отриманих за результатами вступного тестування.

Якщо абітурієнт під час вступного випробування з конкурсного предмету набрав від 100-123 балів, то дана кількість балів вважається не достатньою для допуску в участі у конкурсному відборі до НПУ імені М. П. Драгоманова.

Оцінювання рівня знань абітурієнтів проводиться кожним із членів предметної комісії окремо, відповідно до критеріїв оцінювання. Загальний бал оцінювання рівня знань абітурієнта виводиться за результатами обговорення членами комісії особистих оцінок відповідей абітурієнтів. Бали (оцінки) вступного фахового випробування виголошуються головою предметної комісії усім абітурієнтам, хто приймав участь у випробуванні після закінчення іспиту.

### **3. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ СПІВБЕСІДИ**

Фахова комісія аналізує результати співбесіди методом експертної оцінки й колегіально приймає рішення: про «рекомендовано до зарахування» або «не рекомендовано до зарахування», з урахуванням співбесіди з мови (української, російської).

## **4. ЗМІСТ ПРОГРАМИ ФАХОВОГО ВИПРОБУВАННЯ (СПІВБЕСІДИ)**

### **4.1. МЕНЕДЖМЕНТ**

#### **Сутність науки менеджменту**

Основні поняття науки «менеджмент»: «управління», «менеджмент», «принцип», «функція», «метод», «наказ», «розпорядження», «мотивація», «постанова», «система», «фірма», «організація», «підприємство», «установа»; схематичне зображення класифікації методів менеджменту. Принципи та функції менеджменту.

#### **Сутність, роль та методологічні основи менеджменту.**

Менеджмент як специфічна категорія людської діяльності. Система відносин в організації як предмет вивчення менеджменту. Менеджмент як система наукових знань. Менеджмент як мистецтво управління. Методи досліджень: діалектичний, конкретно-історичний, системний підхід;

моделювання: вербальне, фізичне, аналогове, математичний; науковий, експертний, соціологічні методи: анкетування, інтерв'ювання, тестування.

### **Історія розвитку менеджменту.**

Повтор курсу з історії менеджменту: передумови виникнення науки управління. Існуючі парадигми менеджменту. Класичні та неокласичні теорії.

Особливості формування сучасної моделі менеджменту в Україні.

### **Закони, закономірності та принципи менеджменту.**

Характеристика інтегрованих підходів до управління: процесний, системний та ситуаційний підхід. Закони та закономірності менеджменту.

Сутність, природа та роль принципів менеджменту. Взаємозв'язок між принципами менеджменту.

### **Функції менеджменту.**

Поняття функцій менеджменту. Функції менеджменту як види управлінської діяльності. Особливості формування функцій менеджменту. Класифікація та характеристика функцій менеджменту. Загальні (основні) конкретні (спеціальні) функції менеджменту. Динамічний взаємозв'язок загальних та конкретних функцій. Механізм реалізації конкретних функцій менеджменту на засадах використання загальних.

Планування як загальна функція менеджменту. Сутність функції організації та її місце в системі управління. Поняття та складові організаційної діяльності. Мотивація як загальна функція менеджменту та значення людського фактора в управлінні організацією. Контролювання як функція менеджменту. Регулювання як загальна функція менеджменту.

### **Основні методи менеджменту**

Сутність та класифікація методів управління. Методи менеджменту як сукупність засобів впливу керуючої системи на керовану. Методи менеджменту як результат виконання функцій менеджменту. Економічні методи. Адміністративні методи менеджменту. Соціально-психологічні.

Механізм взаємодії функцій, принципів та методів управління.

### **Організація. Підприємство. Установа.**

Поняття «організація». Співвідношення понять «організація», «установа», «підприємство». Особливості зовнішнього середовища організації. Побудова внутрішнього середовища організацій. Шляхи взаємодії. Життєвий цикл організацій.

Види та типи організацій.

### **Менеджер та його роль в управлінні.**

Менеджер та його роль в організації. Співвідношення понять: «бізнес», «підприємництво» та «менеджер»; «менеджер», «бізнесмен» та «підприємець».

Ролі менеджера в організації. Складові компетенції менеджерів. Рівні управління та види менеджерів.

### **Процес управління.**

Процес управління як сукупність взаємопов'язаних та взаємодіючих функцій, методів, управлінських рішень та інших категорій менеджменту. Мета управлінського процесу, його учасники, предмет, засоби здійснення. Управлінський цикл. Управлінські процедури: ціле визначення, інформаційне забезпечення, аналітична діяльність, вибір варіанту дій, реалізація рішення, зворотній зв'язок. Особливості процесу управління: безперервність, нерівномірність, циклічність, послідовність, надійність.

Управлінське рішення як результат управлінської діяльності. Класифікація управлінських рішень. Умови прийняття управлінських рішень. Фактори, що впливають на процес прийняття управлінських рішень. Моделі прийняття управлінських рішень. Взаємозалежність рішень. Підходи до прийняття рішень. Різновиди технологій прийняття рішень.

Класифікація методів обґрунтування та прийняття управлінських рішень.

### **Інформація та комунікаційні процеси в управлінні.**

Інформація, її види та роль в менеджменті. Носії інформації. Класифікація інформації. Вимоги, що висуваються до інформації.

Поняття та характеристика комунікацій. Різновиди «внутрішніх» та «зовнішніх» комунікацій. Перешкоди в комунікаціях. Зворотній зв'язок в процесі комунікації. Засоби комунікації, їх переваги та недоліки.

Комунікаційний процес, елементи та етапи процесу. Моделі комунікаційного процесу. Організація комунікаційного процесу. Комунікаційні переваги.

### **Керівництво та лідерство.**

Поняття та загальна характеристика керівництва. Керівництво як об'єднувальна функція менеджменту. Основні фактори та визначальні аспекти керівництва. Основи керівництва: вплив, лідерство, влада. Адаптивне керівництво. Влада як елемент примушення.

Форми впливу та влади. Теорії лідерства. Типологія лідерства. Поняття стилю керування та континууму стилів. Характеристика та класифікація стилів керівництва. Фактори та передумови формування стилів керівництва. Критерії оцінки стилю менеджера.

Загальна характеристика моделі сучасного менеджера.

### **Сучасні тенденції практичного менеджменту.**

Провідні тенденції сучасного менеджменту.

Франчайзинг: сутність, переваги та недоліки бізнесу. Основні етапи відкриття бізнесу по франчайзингу. Особливості організації та функціонування бізнесу.

Лізінг – нова форма бізнесу. Перспективи розвитку в Україні.

Стартап або бізнес з нуля. Правила оформлення та організації бізнесу стартап-компанії. Перспективи, складнощі стартап-бізнесу в Україні.

## 4.2. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

### Управління персоналом: поняття і структура

Зміст понять “персонал”, “кадри”, “трудові ресурси”. Суб’єкти і об’єкти управління персоналом. Принципи і структура управління персоналом. Функції і методи управління персоналом. Умови, що впливають на управління персоналом.

**Основні поняття:** персонал, кадри, трудові ресурси, функції управління персоналом, методи управління персоналом.

### Методологія управління персоналом організації

Концепція управління персоналом. Принципи і методи побудови системи управління персоналом. Методи управління персоналом: адміністративні, економічні, соціально-психологічні.

**Основні поняття:** система управління персоналом, адміністративні методи управління персоналом, економічні методи управління персоналом, соціально-психологічні методи управління персоналом.

### Система управління персоналом організації

Організаційне проектування системи управління персоналом. Цілі і функції системи управління персоналом. Організаційна структура системи управління персоналом. Кадрове і діловодне забезпечення системи управління персоналом. Інформаційне і технічне забезпечення системи управління персоналом організації. Нормативно-методичне і правове забезпечення системи управління персоналом.

**Основні поняття:** проектування, формування персоналу, використання персоналу, стабілізація персоналу.

### Стратегічне управління персоналом організації

Виникнення стратегії управління персоналом. Складові стратегії управління персоналом. Різновиди стратегії управління персоналом. Взаємозв’язок стратегії управління персоналом зі стратегією розвитку організації. Компетенція персоналу як об’єкт стратегічного управління. Управління компетенцією.

**Основні поняття:** стратегія управління персоналом, стратегія динамічного зростання, стратегія ліквідації, стратегія прибутку стратегія підприємництва, компетенція, знання, навички, способи спілкування, професіограма.

### Планування роботи з персоналом

Кадрове планування: сутність, цілі та завдання. Основні види і стадії кадрового планування. Стратегічне планування персоналу. Оперативний план роботи з персоналом. Маркетинг персоналу. Визначення потреби в персоналі. Планування і аналіз показників із праці, витрат на персонал. Нормування і облік чисельності персоналу.

**Основні поняття:** кадрове планування, стратегічне планування персоналу, потреба в персоналі, нормування, облік чисельності персоналу.

### Стадія формування персоналу

Організація праці персоналу. Професійна орієнтація персоналу. Наймання, підбір і відбір персоналу. Джерела залучення персоналу. Розстановка і трудова адаптація персоналу. Ділова оцінка персоналу. Використання персоналу.

**Основні поняття:** професіограма, наймання персоналу, підбір персоналу, відбір персоналу.

### **Розвиток персоналу**

Організація системи навчання персоналу. Перепідготовка і підвищення кваліфікації персоналу. Планування трудової кар'єри. Управління діловою кар'єрою персоналу. Програми просування і вивільнення персоналу. Управління службово-професійним просуванням.

**Основні поняття:** трудова кар'єра, просування персоналу, вивільнення персоналу, вертикальний тип кар'єри, горизонтальний тип кар'єри, доцентровий тип кар'єри.

### **Соціальні аспекти управління персоналом**

Якість трудового життя. Умови праці. Охорона праці. Соціальна політика організації і аудит персоналу. Зайнятість і безробіття. Трудові ресурси і проблема зайнятості. Природна норма безробіття. Форми зайнятості і безробіття.

**Основні поняття:** умови праці, аудит персоналу, зайнятість, безробіття.

## **4.3. МАРКЕТИНГ**

### **Сутність маркетингу та розвиток його концепцій**

Історичні передумови виникнення та розвитку маркетингу. Поняття маркетингу. Основні сучасні та класичні визначення маркетингу. Етапи розвитку маркетингу.

Теоретичні основи маркетингу: сутність та концепції розвитку. Концепції маркетингу: товарна, збутова, ринкова, концепція соціально-етичного маркетингу, маркетинг відносин. Закон України «Про захист прав споживачів». Розподільчий, функціональний та управлінський аспекти маркетингу.

Маркетинг як система управління, орієнтована на ринок, маркетинг-мікс. Маркетинг як наука. Значення маркетингу.

Принципи маркетингу: комерційної результативності, наукового підходу, комплексного підходу, своєчасності реакції на потреби ринку, соціально-етичної орієнтації, активного впливу на ринок.

Загальні функції маркетингу: дослідження, розробка та планування асортименту і кількості товарів, формування цінової стратегії і тактики, розвиток системи розповсюдження, розробка маркетингових комунікацій. Еволюція функцій маркетингу.

Маркетингова програма: механізми створення цінностей і зв'язків зі споживачами. Актуальність і практична необхідність вивчення маркетингу для підготовки сучасних менеджерів в умовах ринкової економіки в Україні.

Маркетинг як механізм реалізації можливостей підприємства в нестабільних ринкових умовах. Маркетинг як філософія бізнесу та управління. Маркетинг як стратегія та тактика мислення та дій суб'єктів ринкових відносин. Маркетинг як

динамічна сфера економічної діяльності. Маркетинг – вид професійної діяльності. Маркетинг як науково-прикладна дисципліна.

### **Маркетинг як відкрита динамічна система.**

Маркетингове середовище: сутність, склад, характеристика. Визначення маркетингового середовища. Мікро- і макрооточення. PEST-фактори та їх характеристика. Характеристика мікросередовища (фактори безпосереднього оточення: постачальники, покупці, конкуренти, посередники, контактні аудиторії). Фактори внутрішнього середовища підприємства та їх характеристика. Основні етичні проблеми маркетингу. Соціальна відповідальність маркетингу.

Цілі, завдання та види маркетингу, їх характеристика. Загальні та конкретні цілі маркетингу, їх характеристика. Ієрархія цілей маркетингу. Класичні завдання маркетингу. Завдання маркетингу залежно від стану попиту на ринку.

Типи маркетингу залежно від сфер застосування. Маркетинг споживчих товарів. Маркетинг товарів промислового призначення. Маркетинг послуг. Маркетинг організацій. Маркетинг окремих осіб. Маркетинг ідей. Типи маркетингу залежно від рівня використання. Мікромаркетинг. Види маркетингу залежно від цілей діяльності. Комерційний та некомерційний маркетинг (мета маркетинг), їх порівняльна оцінка. Види маркетингу за територіальною ознакою. Маркетинг на внутрішньому ринку (Локальний, регіональний, національний). Маркетинг на зовнішньому ринку (експортний, зовнішньоекономічний, міжнародний глобальний).

### **Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень**

Інформація, її сутність, вимоги до маркетингової інформації. Законодавство України про інформацію та програму інформатизації. Класифікація маркетингової інформації. Первинна та вторинна інформація, переваги і недоліки, що визначають доцільність її отримання та використання. Значення інформації у маркетинговій діяльності. Інформаційне забезпечення. Недоліки інформаційного забезпечення.

Маркетингова інформаційна система (МІС), її склад та характеристика. Система внутрішньо-фірмової інформації. Система маркетингових спостережень.

Маркетингові спостереження як основа формування банку даних МІС підприємства. Аналіз маркетингової інформації. Система обробки інформації: методи та процеси здійснення аналітичних та прогнозних розрахунків. Використання ПК в інформаційних системах маркетингу. Компютеризованні інформаційні системи маркетингу.

Сутність види та методи маркетингових досліджень. Поняття і необхідність маркетингових досліджень. Міжнародний процесуальний кодекс маркетингових і соціальних досліджень МТП та ЕСОМАР, про сутність термінологію, принципи та правила проведення маркетингових досліджень. Види маркетингових досліджень залежно від методів отримання інформації, від мети досліджень, від суб'єктів досліджень, за призначенням та ін.

Маркетинг як арсенал сучасних прийомів та методів ринкової діяльності. Використання загальнонаукових, аналітичних, прогностичних методів.

Загальнонаукові методи: системний, ситуаційний підхід, програмно-цільовий підхід, комплексні методи дослідження. Аналітичні методи: методи порівнянь, угруповань, табличний метод, балансовий метод, ланцюгових підставок, індексний метод, лінійне програмування, сітьове планування та управління, метод теорії масового обслуговування, теорія зв'язку, теорія ігор, факторний аналіз, кластерний аналіз, контент-аналіз, дисперсійний, кореляційно-регресійний аналіз та інші у рішенні окремих завдань маркетингової діяльності. Застосування прогностичних методів у маркетингу: експертних оцінок, економіко-математичного моделювання, комплексні методи. Доцільність їх застосування.

Процес маркетингових досліджень: сутність і характеристика етапів. Зміст етапів проведення маркетингових досліджень: визначення проблеми і формування мети досліджень; попередній аналіз інформації та вивчення чинників, які обумовлюють необхідність у додатковій інформації; прийняття рішення про проведення маркетингових досліджень і визначення об'єкту дослідження; оцінка можливих джерел та способів збору інформації; складання плану досліджень; збір маркетингової інформації; реєстрація, обробка, аналіз та інтерпретація даних за допомогою ПК; підготовка та подання звіту, характеристика розділів звіту, розроблення рекомендацій; оцінка ефективності заходів, прийнятих та здійснених на основі рекомендацій.

### **Вивчення потреб та поведінки споживачів.**

Потреби і попит суб'єктів ринку: сутність, класифікація, вимірювання потреб, методи дослідження попиту. Потреби – вихідна ідея маркетингу. Визначення потреб. Стадії розвитку потреб та їх характеристика. Фактори, що впливають на потреби. Класифікація потреб за різними ознаками. Вимірювання потреб. Попит: сутність та умови виникнення. Взаємозв'язок та відмінність попиту і потреб, класифікація попиту. Методи оцінки поточного попиту. Методи прогнозування попиту.

Моделювання поведінки покупців типи покупців, їх характеристика та особливості. Процес прийняття рішення щодо купівлі товарів виробничого та невиробничого призначення, вибору продукту для задоволення існуючої потреби. Основні фактори, що визначають процес прийняття рішення про купівлю: економічна, політична ситуація в країні, стан кон'юнктури ринку, інфраструктура підприємства, особливості підприємства, міжособистісні відносини та особливості рис характеру відповідального за закупку. Розгорнута модель поведінки покупців.

### **Товар у комплексі маркетингу**

Товар та його характеристики при маркетинговому підході. Рівні товару. Цільові напрями в роботі з товаром. Об'єкт дослідження товарів.

Класифікація товарів. Ієрархія товарів. Характеристика товарного асортименту (ширина, глибина, порівнюваність). Шляхи розширення асортименту: нарощування, насичення. Конкурентоспроможність товарів та методи її оцінки. Поняття конкурентоспроможності товару.

Якість товару в системі маркетингу. Привабливість товару для споживача. Рівні якості товару, їх характеристика. Петля якості. Значення системи

сертифікації товарів у підвищенні рівня їх якості ISO 9001:2000. Ціна споживання. Поняття конкурентоспроможності товару. Методи оцінки конкурентоспроможності товару. Система показників оцінки конкурентоспроможності товару. Позиціонування товару на ринку.

Концепція життєвого циклу товарів (ЖЦТ): сутність і характеристика етапів ЖЦТ. Поняття життєвого циклу товарів. Види та стадії життєвого циклу товарів і їх характеристика.

Нові товари в маркетингу: сутність, типи нововведень, етапи розроблення нових товарів. Товарна марка, упаковка, сервіс у маркетингу.

Товарна марка: поняття, типи, значення. Рішення щодо створення товарних марок. Законодавче забезпечення охорони прав на знаки для товарів і послуг. Функції та значення товарної марки.

Упаковка товарів: поняття, види, функції, фактори, які обумовлюють рішення відносно упаковки. Сервіс у комплексі маркетингу: види, завдання, значення системи сервісу.

### **Ціна у комплексі маркетингу.**

Ціна як елемент комплексу маркетингу. Етапи процесу встановлення ціни, Вплив на ціну факторів: споживачів, правового поля, учасників каналів товароруку, конкурентного середовища, витрат виробництва та реалізації товарів.

Взаємозв'язок ціни з елементами комплексу маркетингу. Ціна як показник економічної цінності товару. Роль ціни у комплексі маркетингу. Цінові стратегії: поняття, види. Цінові стратегії на ринку нових товарів. Цінові стратегії на модернізовані товари. Стратегії формування цін на традиційну продукцію.

Методи розрахунку рівня цін. Метод розрахунку цін основі витрат. Метод математичного моделювання залежності ціни від ринкових чинників. Параметричний метод. Метод формування цін з орієнтацією на попит. Метод розрахунку цін з орієнтацією на конкурентів. Методи ціноутворення на основі споживчої цінності товару.

### **Розповсюдження у комплексі маркетингу**

Сутність, цілі, принципи, процес розповсюдження у системі маркетингу. Учасники товароруку та їх функції. Комплексний процес товароруку та його етапи. Чинники, які впливають на процес товароруку. Критерії вибору ефективної системи товароруку.

Канали розповсюдження, їх характеристика. Структура та організація каналу товароруку. Маркетингові канали споживчих товарів і послуг. Електронні маркетингові канали. Прямий та непрямий канали товароруку. Вибір каналів товароруку.

Оптова торгівля у системі маркетингу. Функції оптової торгівлі. Форми оптової торгівлі: оптова діяльність виробників, комерційна оптова діяльність, агенти, брокери.

Роздрібна торгівля та її функції у розповсюдженні. Множинні канали і стратегічні об'єднання. Вертикальні, горизонтальні та комбіновані системи розповсюдження.

Мерчандайзинг: сутність і заходи. Мерчандайзинг – планування й здійснення

діяльності щодо активізації продажу та створення зручностей для покупців. Маркетинговий логістичний підхід при організації розповсюдження товарів.

### **Комунікації у комплексі маркетингу**

Поняття, функції, види маркетингових комунікацій. Комплекс маркетингових комунікацій: реклама, стимулювання збуту, пабліситі, персональний продаж, прямий маркетинг.

Реклама в комплексі маркетингових комунікацій. Сутність реклами. Цілі, завдання, функції, види реклами. Елементи реклами як процесу: рекламодавці, рекламні організації, підприємства, агентства, засоби реклами, аудиторія реклами. Законодавче поле комунікаційної діяльності. Оцінювання рекламної програми.

Синтетичні маркетингові комунікації. Виставки та ярмарки: призначення і особливості проведення. Спонсорство: характерні риси, умови застосування.

### **Управління маркетинговою діяльністю**

Цілі, завдання та функції управління маркетинговою діяльністю. Стратегічне і тактичне планування маркетингової діяльності. Організаційні структури управління. Принципи та умови ефективної діяльності служби маркетингу. Види маркетингових організаційних структур та їх характеристики. Особливості товарної, географічної, ринкової і матричної організаційних структур управління. Умови застосування оптимальних маркетингових структур управління. Організація маркетингового контролю.

## **4.4. ТЕОРІЯ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ**

### **Рішення як предмет наукового дослідження**

Рішення в організаціях. Сутність, специфіка і функції управлінського рішення. Інтелектуальна діяльність при розробці рішень. Поєднання формального і неформального аспектів при розробці рішення.

**Основні поняття:** організація, управлінське рішення, нормативний підхід, дескриптивний підхід.

### **Типологія управлінських рішень**

Класифікація рішень: за юридичним оформленням, за масштабом проблеми, за формою вираження та ін. Типологія рішень: за рівнями управлінської ієрархії, за функціональними областями та ін. Проблеми та їх розв'язання. Графічне зображення проблемної ситуації.

**Основні поняття:** наказ, розпорядження, інструкція, глобальні рішення, локальні рішення, усні рішення, письмові рішення, кодовані рішення, стратегічні рішення, тактичні рішення, оперативні рішення.

### **Умови та фактори якості управлінського рішення**

Властивості якісних рішень: обґрунтованість, своєчасність, ефективність, несуперечливість, конкретність, простота, повноважність. Умови та фактори якості рішень. Економічні умови забезпечення якості рішень. Фактори

ситуаційного та поведінкісного характеру. Організаційно-психологічні передумови якості рішень.

**Основні поняття:** якісні рішення, обґрунтованість, своєчасність, ефективність, несуперечливість, конкретність, простота, повноважність.

### **Технологія та моделі процесу розробки управлінських рішень**

Технологія розробки рішень, з конкретизацією по різних його етапах. Моделювання процесу розробки рішень. Переваги моделювання. Побудова математичної моделі. Різновиди математичних моделей та їх використання. Моделі на основі теорії статистичних рішень. Евристичні моделі. Статичні та динамічні моделі. Технологія динамічного моделювання. Використання технічних засобів у процесі моделювання. Імітаційні моделі.

**Основні поняття:** технологія розробки рішень, моделювання рішень, матрична модель прийняття рішень, евристичні моделі прийняття рішень, статичні і динамічні моделі прийняття рішень, імітаційні моделі прийняття рішень.

### **Цільова орієнтація управлінських рішень**

Взаємозв'язок цілей і рішень. Залежність управлінських рішень від типу управлінського процесу: цільове управління, програмне управління, ситуаційне управління, програмно-цільове управління. Альтернативи досягнення цілей і вибір рішення. Типи рішень і методи їх реалізації. Стратегічні й тактичні рішення, їх взаємозв'язок та специфічні особливості.

**Основні поняття:** цільове управління, програмне управління, ситуаційне управління, програмно-цільове управління, тип управлінського рішення, стратегічні рішення, тактичні рішення.

### **Діагностика і аналіз проблемної ситуації**

Діагностика ситуації і виявлення проблеми. Обґрунтування системи цілей. Формулювання проблеми. Методи збору інформації. Аналіз і методи інтерпретації.

**Основні поняття:** система цілей, формальні (збирання первісної аналіз вторинної), неформальні (неформальні бесіди, особисті спостереження) методи збору інформації, діаграма розсіювання, кореляційний аналіз, діаграми “причина – наслідок”, аналіз “чому-чому?”, діаграма Парето, функціонально-вартісний аналіз.

### **Організація процесу розробки управлінського рішення**

Методологія процесу розробки рішення. Організація розробки рішення. Методи доведення завдань до виконавця. Демократизація розробки управлінських рішень. Організація і ефективність використання експертних оцінок.

Творчий потенціал при розробці альтернатив управлінських рішень. Методи активізації розробки альтернатив: аналітичні; методи, що сприяють творчому мисленню.

**Основні поняття:** розробка управлінського рішення, наради, збори, бесіди, інструктування, демонстрація зразків виконання, вивчення документів, експертні

оцінки, складання списку властивостей, матриця ознак і альтернатив, методи аналогії, мозкова атака, метод Гордона, номінальний груповий метод, морфологічний аналіз

### **Аналіз альтернатив управлінських рішень**

Виявлення керованих факторів та визначення альтернатив. Підходи до аналізу альтернатив: впорядкування списку альтернатив і детальний розгляд двох крайніх і середньої альтернатив; виявлення чисельності альтернатив, вибір допустимих альтернатив, попередній вибір найкращої альтернативи, оцінка альтернатив з боку ОПР, експериментальна перевірка двох-трьох переважних альтернатив, здійснення остаточного вибору однієї альтернативи. Етапи аналізу альтернатив. Порівняння альтернатив і вибір рішення. Аналіз альтернатив при розробці групових рішень.

**Основні поняття:** альтернатива управлінського рішення, список альтернатив, вибір рішення, групові рішення.

### **Оцінка і вибір альтернатив управлінських рішень**

Фактори оцінки альтернатив. Оцінка можливості виконання альтернатив. Оцінка прийнятності альтернатив. Оцінка уразливості альтернатив.

Загальна характеристика фази вибору. Формулювання обмежень і критеріїв. Стандарти для порівняння. Міра реальності альтернатив. Процес вибору.

**Основні поняття:** оцінка альтернатив, фаза вибору, обмеження, критерії оцінки і вибору альтернатив.

### **Топологічні методи в прийнятті управлінських рішень**

Сітьове планування в технології розробки управлінських рішень.

Сутність і призначення методу сітьового планування та управління. Методика побудови та розрахунок параметрів сітьового графіку.

**Основні поняття:** топологічні методи, критичний шлях, фіктивна робота, сітьове планування, сітьовий графік.

### **Організація та контроль виконання управлінських рішень**

Організація виконання управлінських рішень. Значення, функції та види контролю. Методи контролю та механізм його здійснення. Соціально-психологічні аспекти контролю та оцінки виконання рішення.

**Основні поняття:** контроль, функції контролю, види контролю, попередній контроль, спрямовуючий контроль, фільтруючий і наступний (контроль за результатами) контроль, методи контролю.

### **Оцінка ефективності управлінських рішень**

Рішення як інструмент змін у функціонуванні та розвитку підприємств. Принципи здійснення змін в організації. Модель успішного управління організаційними змінами Л.Грейнера. Особливості оцінки ефективності рішень: якісної та кількісної. Показники ефективності розробки управлінських рішень. Обмеження кількісної оцінки ефективності прийнятих рішень. Методологічні підходи до оцінки ефективності рішень.

**Основні поняття:** організаційні зміни, оцінка ефективності рішень, показники ефективності розробки рішень.

### **Управлінські рішення та відповідальність**

Сутність і різновиди відповідальності залежно від сфер життєдіяльності, за рівнем суб'єкта, за часовою ознакою. Правова відповідальність, громадянська відповідальність, дисциплінарна відповідальність, матеріальна відповідальність, карна відповідальність, адміністративна відповідальність, економічна відповідальність. Регламентне управління та розподіл відповідальності. Моральна відповідальність керівника.

**Основні поняття:** відповідальність, правова відповідальність, громадянська відповідальність, дисциплінарна відповідальність, матеріальна відповідальність, карна відповідальність, адміністративна відповідальність, економічна відповідальність.

## 5. СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антошкіна Л. І. Маркетинг : навч.-метод. посіб. для самот. вивч. дисципліни для підготов. бакалаврів за напрямом 0305 / Л. І. Антошкіна, І. О. Тарлопов, Д. І. Соловійов; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Бердян. ун-т менеджменту і бізнесу. — Донецьк : Юго-Восток, 2012. — 204 с.
2. Армстронг М. Практика управління человеческими ресурсами: учебник / М. Армстронг. — 10-е изд. — пер. с англ. — М.: ИНФРА-М, 2012. — 848 с.
3. Бакуменко В. Д. Прийняття рішень в державному управлінні: навч. посіб. : у 2 ч. Ч. 1. Теоретико-методологічні засади / В. Д. Бакуменко; Акад. муніцип. упр. — К., 2010. — 276 с.
4. Балабанова Л.В. Управління персоналом / Балабанова Л.В., Сардак О.В. Підручник.— К.: Центр учбової літератури, 2011. — 468 с.
5. Банько Н. А. / Управление персоналом / Банько Н. А., Карташов Б. А., Яшин Н. С. В двух частях: Учеб. пособие / ВолгГТУ, Волгоград, 2006. — 184 с.
6. Буднік О. М. Маркетинг : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. М. Буднік; Житомир. нац. агрокол. ун-т. — Житомир : Житомир. нац. агрокол. ун-т, 2012. — 226 с.
7. Бычкова А.В. Управление персоналом: Учеб. пособие / Бычкова А.В. — Пенза: Изд-во Пенз. гос. ун-та, 2006. — 200 с.: ил.,табл., библиогр. 25 назв.
8. Василенко В.О. Теорія і практика розробки управлінських рішень. - К.: ЦУЛ, 2002. -420с.
9. Васюткіна Н. В. Маркетинг : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Н. В. Васюткіна; Європ. ун-т.— 2-е вид., допов. і випр. — К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2011. — 247 с.
10. Веснин В. Р. Основы менеджмента, — М.: 1999.
11. Виханский О. С, Наумов А.И. Менеджмент. — М.: Экономист, — 2004. — 528 с.
12. Воробьев С. А. Теория принятия решений : Классические подходы : учеб. пособие для студентов спец. 7.080405 / Воробьев С.А., Марьин С.А., Пономаренко О.С. ; Ин-т содержания и методов обучения, Харьк. гос. техн. ун-т радиоэлектроники. — Х., 2000. — 194 с.
13. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник / С.С. Гаркавенко. — 5-те вид., допов. — К.: Лібра, 2007. — 720 с.
14. Герчикова И. Н. Менеджмент. — М.: Банки и биржи, 1994. — 685 с.
15. Гончаров С. М. Маркетинг: вітчизняні, європейські та загальні основи : навч. посіб. / С. М. Гончаров; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Нац. ун-т вод. госп-ва та природокористування. — Рівне : Волин. обереги, 2012. — 446 с.
16. Горелов Д. А. Маркетинг : учеб. пособие / Горелов Д. А., Лаврова Ю. В.; М-во образования и науки, молодежи и спорта Украины, Харьк. нац. автомоб.-дор. ун-т. — Х. : ХНАДУ, 2012. — 289 с.
17. Гріфін Р. В., Яцура В. Основы менеджменту: Підручник. — Львів: Бак, 2001. - 624 с.

18. Довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників / Міністерство праці та соціальної політики України. – 3-тє вид., доп. та перероб. – Краматорськ: Центр продуктивності, 2007. – Вип.1: Професії працівників, що є загальними для всіх видів економічної діяльності. – Розд. 1: Професії керівників, професіоналів, фахівців та технічних службовців. – 354 с.

19. Інтернет портал для управлінців [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.management.com.ua/bpr/bpr010.html>.

20. Кабушкин Н. И. Основы менеджмента. – Минск: Высшая школа, 1996. – 275 с.

21. Кендюхов, Олександр Володимирович. Маркетинг : термінол. сл. / О. В. Кендюхов; Донец. ун-т економіки та права. — Донецк : ДонУЕП, 2008. — 309 с.

22. Кибанов А.Я. Основы управления персоналом: Учебник / Кибанов А.Я. – М.: Инфра – М, 2012. – 447 с.

23. Кодекс законів про працю України від 10.12.1971 № 322-VIII // Відомості Верховної Ради УРСР від 17.12.1971. – додаток до № 50. - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/322-08/print1345717157480608>

24. Колпаков В.М. Маркетинг персоналу: (Навч. посіб. Для студ. серед. і вищ. навч. закл.) / Колпаков В.М. – К.: МАУП, 2006. – 408 с.

25. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – СПб.: Питер, 2004. – 800 с.

26. Крушельницька О.В. Управління персоналом Навчальний посібник. Видання друге, перероблене й доповнене. / Крушельницька О.В., Мельничук Д.П. – К., «Кондор». — 2006. – 308 с.

27. Кузьмін О. Є. Сучасний менеджмент. – Львів: Центр Європи, 1995. – 176 с.

28. Ларичев О. И. Теория и методы принятия решений, а также Хроника событий в Волшебных Странах : учеб. для студентов вузов. — М. : Логос, 2002. — 390 с. — (Учебник XXI века).

29. Мальська М. П. Корпоративне управління: теорія і практика : підручник / М. П. Мальська, Н. Л. Мандюк, Ю. С. Занько. - К. : Центр учбової літератури, 2012. - 359 с.

30. Нестеренко Г.О. Управління персоналом на засадах самоорганізації: Навчальний посібник / Г.О. Нестеренко. – К.: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2010. – 350 с.

31. Новак В.О. Організаційна поведінка : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / В. О. Новак, Т. Л. Мостенська, О. В. Ільченко ; Нац. авіац. ун-т, Нац. ун-т харч. технологій. - К. : Кондор, 2013. - 493 с.

32. Орлов А. И. Организационно-экономическое моделирование: теория принятия решений: учебник / А. И. Орлов. — М. : КНОРУС, 2011. — 567 с.

33. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навч. посіб. / Ю. Є. Петруня.— 2-е вид., переробл. і допов. — К. : Знання, 2010. — 351 с.

34. Сердюк О. Д. Теорія та практика менеджменту. — К.: Професіонал, 2004. – 432 с.

35. Системы и методы принятия решений : учеб. пособие / Е. М. Угрюмова и др.; М-во образования и науки Украины, Нац. аэрокосм. ун-т им. Н. Е. Жуковского "Харьк. авиац. ин-т". — Х. : ХАИ, 2010. — 91 с.

36. Теорія і практика прийняття управлінських рішень : навч. посіб. / А.С.Крупник, К.О.Линьов, Є.М.Нужний, О.М.Рудик. — К. : Простір, 2007. — 154 с.
37. Управление персоналом организаций: Учебник / Под ред. А. Я. Кибанова. — М.: ИНФРА-М, 1997. — 512 с.
38. Управление персоналом: Учебник для вузов / Под ред. Т. Ю. Базарова, Б. Л. Еремина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. — 560 с.
39. Хміль Ф. І. Основи менеджменту. — К.: Академвидав, 2003. — 608 с.
40. Хміль Ф. І. Практичні завдання менеджменту торговельного підприємства. — К.: НМЦ «Укоопосвта», 1998. — 86 с.
41. Хміль Ф. І. Становлення сучасного менеджменту в Україні (проблеми теорії та практики): Монографія. — Львів: ЛКА, 1996. — 206 с.
42. Чухрай Н. І. Маркетинг і логістика у вищому навчальному закладі / Н.І.Чухрай, Р.А.Патора, А.М.Лялюк; М-во освіти і науки України, Волин. нац. ун-т ім. Л.Українки, Екон. ф-т. — Луцьк : РВВ «Вежа» Волин. нац. ун-ту ім. Л.Українки, 2008. — 322 с.
43. Шегда А. В. Основы менеджмента. — К.: Знание, 1998. — 512 с.
44. Щекин Г. В. Практическая психология менеджмента: Научнопрактическое пособие. — К.: 1994.

**"Схвалено"**

Вченою радою  
Факультету соціально-психологічних  
наук та управління  
НПУ імені М.П.Драгоманова  
від 17 березня 2016 р.  
протокол № \_\_

**Голова Вченої ради  
Факультету соціально-психологічних  
наук та управління  
НПУ імені М.П.Драгоманова  
доктор історичних наук, професор**

**Євтух В.Б.**