

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ТУГАН-БАРАНОВСЬКОГО

Навчально-науковий інститут управління та адміністрування

Кафедра маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ННІУА

Протокол № __ від “__” _____ 2018 р.

Директор ННІУА

_____ Каминський П.Д.

ПРОГРАМА

атестаційного екзамену

зі спеціальності 073 “Менеджмент”

ступінь: магістр

ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ЕКЗАМЕНУ

Проведення атестаційного екзамену має на меті перевірку рівня теоретичних знань та практичних навичок здобувачів вищої освіти (ЗВО) магістрів спеціальності 073 «Менеджмент» після вивчення навчальних дисциплін: «Менеджмент організацій», «Стратегічне управління», «Стратегічний маркетинг», «Логістичний менеджмент».

Атестаційний екзамен містить теоретичну та практичну частини.

Теоретична частина представляє собою тести з обов'язкових дисциплін циклу професійної підготовки магістрів зі спеціальності 073 «Менеджмент»: «Менеджмент організацій», «Стратегічне управління», «Стратегічний маркетинг», «Логістичний менеджмент». До теоретичної частини включено тести, в яких запропоновано чотири варіанти відповідей, з яких правильною є лише одна.

Практична частина атестаційного екзамену містить задачі з дисциплін «Менеджмент організацій», «Стратегічне управління», «Стратегічний маркетинг», «Логістичний менеджмент».

Оцінка з атестаційного екзамену складається з двох частин: оцінки за теоретичну частину, що містить 90 тестових завдань (по 20 тестових завдань з навчальних дисциплін «Менеджмент організацій», «Стратегічне управління», по 25 - «Стратегічний маркетинг», «Логістичний менеджмент») та оцінки за практичне завдання (розрахункові задачі).

За кожну правильну відповідь на одне тестове завдання ЗВО отримує 1 бал, розв'язання розрахункової задачі оцінюється у 10 балів.

Загальна оцінка за 100-бальною шкалою за атестаційний екзамен представляє собою суму балів, отриманих за теоретичну та практичну частину та розраховується за формулою:

Загальна оцінка = оцінка за теоретичну частину + оцінка за практичну частину

На атестаційному екзамені ЗВО мають продемонструвати:

глибокі знання та розуміння менеджменту організацій, стратегічного управління, що формують базис для здійснення ефективного стратегічного та тактичного управління діяльністю підприємства.

здатність продемонструвати знання і розуміння специфіки управління якістю, корпоративного управління, маркетингового менеджменту, стратегічного маркетингу, що дозволить забезпечити сучасний рівень практичної підготовки випускників до професійної діяльності у сфері менеджменту.

глибоке уявлення про те, як науковий аналіз та рішення задач можуть бути використані для конкретних навчальних програм та поза їх межами.

Тривалість атестаційного екзамену становить 3 години. 2 години 15 хвилин відведено на тестові завдання (90 тестів по 1,5 хвилини), 45 хвилин відведено на розрахункову задачу.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВКЛЮЧЕНІ У ТЕСТИ

Перелік питань, що включені у тестові завдання з дисципліни «Менеджмент організацій»

1. Аналіз розвитку управління
2. Детермінанти національного ромба
3. Діагностика кризових ситуацій та банкрутства.
4. Засади антикризового управління
5. Імідж організації
6. Класифікація ризиків
7. Конкурентна політика і конкурентне законодавство України
8. Конкурентне середовище організації і характеристика конкурентних сил
9. Конкурентні стратегії: види і характеристика
10. Концепція життєвого циклу підприємства
11. Критерії ефективності організаційної діяльності та система показників
12. Менеджмент на основних етапах життєвого циклу підприємства
13. Методи зниження ризику
14. Методи оцінки продуктивності
15. Методологія проектування структури управління
16. Нормативно-правова регламентація та порядок заснування підприємства
17. Організація керівництва. Управління дисципліною
18. Основи реструктуризації управління
19. Основні елементи системи управління організацією
20. Особливості організації і функціонування підприємств різних форм власності
21. Особливості організації як відкритої системи
22. Підвищення ефективності і таксономія методів
23. Подолання кризи на підприємстві
24. Принципи і методи оцінки ризиків
25. Результативність та ефективність системи менеджменту
26. Розробка установчих документів підприємства
27. Системний підхід в управлінні організацією
28. Сутність і основні поняття ризик-менеджменту
29. Сутність організаційної ефективності і підходи до її визначення
30. Тенденції розвитку різноманітних підприємств та їх об'єднань
31. Управління збутом
32. Управління змінами
33. Управління маркетингом
34. Управління фінансово-економічною підсистемою
35. Цільові програми управління продуктивністю та розвитком підприємства

Перелік питань, що включені у тестові завдання з дисципліни «Стратегічне управління»

1. Поняття стратегія, план, місія та стратегічні цілі організації.
2. Етапи розвитку стратегічного управління та їх загальна характеристика.
3. Обґрунтування передумов виникнення стратегічного менеджменту.
4. Загальний зміст корпоративної та функціональної стратегій.
5. Фактори, що визначають стратегію компанії.
6. Рівні стратегічного управління діяльності підприємства (організації).
7. Корпоративна стратегія діяльності підприємства (організації).
8. Ділові (конкурентні) стратегії діяльності підприємства (організації).

9. Функціональні стратегії діяльності підприємства (організації).
10. Операційні стратегії діяльності підприємства (організації).
11. Стратегічний аналіз. Цілі, принципи та методи стратегічного аналізу.
12. Визначення стратегічних ресурсів підприємства та сфер діяльності.
13. Конкурентні переваги підприємства та їх визначення.
14. Методи, що застосовуються у портфельному аналізі.
15. Матриця БКГ, її структура, складові та побудова.
16. Матриця GE / McKinsey: характеристика, сфера застосування
17. Стратегічне бачення підприємства
18. Місія підприємства
19. Цінності та цілі в стратегічному управлінні
20. Сутність стратегічного планування.
21. Стратегічні плани, проекти та програми.
22. Інформаційно-аналітичне забезпечення стратегічного менеджменту.
23. Сутність стратегічної інформації.
24. Порівняльні характеристики систем управління (стратегічне, тактичне та операційне управління).
25. Місія, цілі та задачі діяльності організації, їх поєднання у процесі стратегічного управління.
26. Характеристика лідера-стратега та його роль у впровадженні стратегій на підприємстві.
27. Поняття «організаційні зміни» та послідовність внутрішніх змін
28. Приведення структури у відповідність зі стратегією діяльності підприємства (організації).
29. Сучасні тенденції структурних змін.
30. Стратегії організації, щодо виходу на міжнародні ринки.
31. Інформація, що необхідна для формулювання стратегії.
32. Характеристика системи стратегій компанії.
33. Фактори, що визначають вибір стратегії.
34. Вплив на стратегію компанії загальнолюдських цінностей та культури, корпоративної культури, цінностей, що проповідуються компанією.
35. Сутність і методи аналізу середовища функціонування підприємства
36. Технологія PEST – аналізу
37. Технологія SWOT – аналізу підприємства.
38. Характеристика концепцій життєвого циклу, які враховуються в процесі стратегічного управління підприємством
39. Обґрунтування необхідних перетворень за моделлю організаційного розвитку Л. Грейнера.
40. Зміни в управлінні організацією в ході її життєвого циклу згідно моделі І. Адізеса.
41. Стратегії диверсифікації діяльності підприємства (організації)..
42. Фактори, які формують вибір стратегії
43. Класифікація стратегій підприємства
44. Організація формування стратегії на підприємстві
45. Сутність і роль аналізу змін у стратегічному управлінні
46. Класифікація стратегічних змін у підприємствах
47. Визначення рівня стратегічних змін, необхідних підприємству
48. Обґрунтування послідовності стратегічних змін через концептуальні моделі управління змінами
49. Обґрунтування напрямків зовнішнього розвитку підприємства
50. Формування стратегії зовнішнього розвитку підприємства

Перелік питань, що включені у тестові завдання з дисципліни

«Стратегічний маркетинг»

1. Сутність і основні складові стратегічного управління.
2. Зміст і основні особливості стратегічного планування.
3. Функціональна й ділова корпоративна стратегія підприємства.
4. Сутність і функції стратегічного маркетингу.
5. Сутність і взаємозв'язок основних категорій стратегічного маркетингу.
6. Вимоги до маркетингових цілей й їх зв'язок з місією підприємства.
7. Місія та стратегічний господарський підрозділ (СГП) підприємства як узагальнена й первинна зона стратегічного планування.
8. Портфель бізнесу фірми.
9. Завдання стратегічного маркетингу щодо управління портфелем бізнесу фірми.
10. Єдність і відмінність показників абсолютної й відносної ринкової частки фірми.
11. Процес формування стратегії підприємства й маркетингового міксу по окремому СГП.
12. Ознаки класифікації маркетингових стратегій підприємства.
13. Основні рівні маркетингового стратегічного планування на підприємстві.
14. Переваги, завдання й функції маркетингового стратегічного планування.
15. Процес і принципи стратегічного маркетингового планування.
16. Сутність і зміст стратегічного плану маркетингу.
17. Роль і наслідки аналізу маркетингового середовища в стратегічному управлінні підприємством.
18. Необхідність дослідження мікро- і макросередовища підприємства. Огляд факторів зовнішнього середовища.
19. Управління факторами мікросередовища підприємства.
20. Характеристика факторів і показників маркетингового макросередовища.
21. Характеристика факторів і показників маркетингового мікросередовища.
22. Сутність, переваги та недоліки збалансованої системи показників.
23. Модель п'яти сил конкуренції М. Портеру й характеристика її основних елементів.
24. Сутність і завдання аналізу сильних і слабких сторін фірми, маркетингових можливостей і загроз.
25. Матриця SWOT й основні стратегічні альтернативи розвитку підприємства.
26. Аналіз маркетингових можливостей і загроз і характеристика СГП підприємства залежно від його результату.
27. Аналіз сильних і слабких сторін, стратегічні орієнтири розвитку підприємства по його сильних і слабких сторонах.
28. Основні сфери формування конкурентних переваг і їхня характеристика.
29. Вплив технології, конкуренції й споживачів на перехід до сегментації цільового ринку підприємства. Її значення в стратегічному маркетингу.
30. Місце сегментації ринку в процесі розробки маркетингової стратегії фірми.
31. Сутність і стадії STP-маркетингу. Процес сегментації ринку й вибору цільового сегмента.
32. Фактори й критерії сегментації. Принципи ефективної сегментації цільового ринку.
33. Розкрийте сутність процесу оцінки цільового сегмента й зміст його етапів.
34. Стратегії недиференційованого, диференційованого й концентрованого маркетингу.
35. Оцінка сегментів у процесі вибору цільових сегментів.
36. Маркетингові стратегії вибору цільового ринку. Відмінність ринкової ніші від сегмента.
37. Переваги й недоліки маркетингових стратегій вибору цільових ринків.

38. Сутність і класифікація маркетингових стратегій росту.
39. Матриця І.Ансоффа «товар - ринок» і порівняльна характеристика маркетингових стратегій органічного зросту й диверсифікації.
40. Маркетингові стратегії інтенсивного зростання.
41. Маркетингові стратегії інтегративного зростання.
42. Маркетингові стратегії диверсифікації.
43. Сутність і завдання маркетингового управління портфелем бізнесу фірми.
44. Стратегічна модель М. Портера.
45. Матриця Бостонської консультативної групи (матриця зросту).
46. Матриця «Мак Кінсі - Дженерал Електрик».
47. Дайте порівняльну характеристику переваг і недоліків матриць БКГ й «Мак Кінсі - Дженерал Електрик».
48. Різновиди маркетингової стратегії диференціації.
49. Позичування. Побудова позиційної схеми.
50. Різновиди стратегій позицування.
51. Сутність і класифікація маркетингових конкурентних стратегій.
52. Стратегія ринкової ніші в дослідженнях М. Портера, Ф. Котлера й у рамках концепції STP-маркетингу.
53. Маркетингові стратегії ринкового лідера.
54. Маркетингові стратегії челенджерів.
55. Маркетингові стратегії послідовників.
56. Маркетингові стратегії нішерів.
57. Стратегічні рішення комплексу маркетингу в умовах глобалізації.
58. Поняття ризиків в стратегічному управлінні.
59. Сутність та особливості стратегічних союзів.

Перелік питань, що включені у тестові завдання з дисципліни
«Логістичний менеджмент»

1. Основні етапи та становлення логістичного менеджменту.
2. Сутність логістичного менеджменту
3. Логістичне управління: досвід і перспективи розвитку.
4. Принципи та функції логістичного управління
5. Система керування – структурний компонент діяльності підприємства
6. Функції управління ланцюгами поставок.
7. Інтеграція підприємств й створення структур корпоративного типу
8. Сучасні напрями управління ланцюгами поставок
9. Система логістичного обслуговування споживачів
10. Принципи побудови та функціонування логістичних систем.
11. Системи управління матеріальними потоками.
12. Синергічний ефект системи логістичного менеджменту
13. Логістичний продукт і логістична послуга
14. Теоретичні основи формування логістичної стратегії
15. Особливості формування логістичних стратегій.
16. Стратегічний комплекс логістичного управління підприємством.
17. Види організаційних структур.
18. Методологія логістичного менеджменту.
19. Системний підхід у логістичному менеджменті.
20. Кібернетичний підхід логістичного менеджменту
21. Логістична система та її об'єктна декомпозиція.
22. Класифікація логістичних систем.
23. Основні цілі логістичного менеджменту підприємства.

24. Характеристики прямої логістичної системи.
25. Характеристики гнучкої логістичної системи
26. Характеристика ешелонованої логістичної системи.
27. Логістичні системи, що діють у сфері матеріально-технічного забезпечення.
28. Логістичні системи, що діють в сфері виробництва.
29. Логістичні системи, що діють в сфері розподілення.
30. Функції відділу управління матеріальним потоком.
31. Основні органи управління логістикою.
32. Особливості логістичного планування на підприємствах
33. Напрями стратегічного логістичного планування.
34. Процес моніторингу логістичного плану.
35. Аутсорсинг у системі логістичного менеджменту
36. Формування організаційної структури логістичної системи.
37. Лінійно-функціональна організаційна структура управління логістикою, її переваги і недоліки.
38. Класифікація видів планування в логістиці
39. Дивізійна структура управління логістикою, її переваги і недоліки.
40. Матрична структура управління логістикою.
41. Аналіз логістичної діяльності, його ціль та зміст.
42. Види аналізу логістичної діяльності.
43. Види логістичного аудиту та їх зміст
44. Логістичний аудит в Україні
45. Основи аналізу та синтезу логістичної системи.
46. Ефективність логістичної системи.
47. Показники оцінювання логістичних систем.
48. Інформаційне забезпечення систем Material Resource Planning (MRP), Capacity Requirements Planning (CRP).
49. Сучасний ринок програмного забезпечення системи SCM.
50. Інформаційні системи і технології у ланцюгу поставок.
51. Класифікація логістичного аналізу.
52. Логістичний контроль.
53. Процедури логістичного аудиту.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Господарський Кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV
2. Адизес, И. Управление жизненным циклом корпорации / Пер. с англ. под науч. ред. А. Г. Сеферяна. — СПб.: Питер, 2008. — 384 с.: ил. — (Сер. «Теория менеджмента»).
3. Балабанова Л.В. Логістика: підручник / Л.В. Балабанова, А.М. Германчук. — Львів: Вид-во ПП «Магнолія 2006», 2013. — 368 с.
4. Балабанова Л.В. Стратегічний маркетинг [Текст]: підручник : затверджено МОН України / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. - К. : Центр учбової літератури, 2014. - 612 с.
5. Балабанова Л.В. та інші. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій підприємства: Навчальний посібник. –Донецьк: ДонДУЕТ, 2005.–180с.
6. Василенко В.А. Стратегічне управління: навч. посібник / В.А. Василенко, Т.І. Ткаченко. – К.: Знання, 2003. – 110 с.
7. Виноградський М.Д. Менеджмент в організації: [навч. посіб. для студ. економ. спец. вузів] / М.Д. Виноградський., А.М., Виноградський О.М. Шкалова – К.: „Кондор”, 2004. – 598с.
8. Дикань В. Л. Стратегічне управління [текст] : навч. посіб./ В. Л. Дикань, В. О. Зубенко, О. В. Маковоз, І. В. Токмакова, О. В. Шраменко – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 272 с.
9. Довгань Л. Є. Стратегічне управління. Навч. посіб. / Л. Є. Довгань, Ю. В. Каракай, Л. П. Артеменко. - 2-ге вид. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 440 с.
10. Економічна діагностика : навч. посіб. / Косянчук Т. Ф., Майорова Н. І., Швид В. В. – Л. : Новий Світ - 2007. - 452 с.
11. Заборська Н.К. Основи логістики: навч. посіб. / Н.К. Заборська, Л.Е. Жуковська. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. – 216с.
12. Зуб А. Т. Антикризисное управление: Учеб. пособие для студентов вузов / А. Т. Зуб. — М.: Аспект Пресс, 2005.— 319с.
13. Кайлюк Є. М. Стратегічний менеджмент [текст] : навч. посіб. / Є. М. Кайлюк, В. М. Андреева, В. В. Гриненко; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2010. – 279 с.
14. Корецький М. Х. Стратегічне управління. Навчальний посібник / М. Х. Корецький, А. О. Дегтяр, О. І. Дачій. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 240 с.
15. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография / под общ. ред. д.э.н., проф. И. Ю. Беляевой, д.э.н., проф. М. А. Эскиндарова. - М. : КНОРУС, 2008.
16. Котельніков, Д. І. Управління підприємством. Словник-довідник юридичних термінів. – К : Кондор, 2009. – 227 с.
17. Крехівський, О. В. Вхідження підприємства в ринок : метод. посіб. для пром. п-в. — К. : Фенікс, 2008. — 80 с.
18. Кривов'язюк, І. В. Підприємство в умовах ринку : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. - Київ: "КОНДОР", 2009. - 840 с.
19. Крикавський Є.В. Логістика: компендіум і практикум : навч. посіб. /Є.В. Крикавський, Н.І. Чухрай, Н.В. Чернописька. – К.: Кондор, 2006. –340с.
20. Крикавський Є.В. Логістичне управління: підручник / Є.В. Крикавський. – Львів: Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2005.–684 с.
21. Кристофер М. Логистика и управление цепочками поставок / М. Кристофер; под общ. ред. В.С. Лукинского. – СПб.: Питер, 2004 – 316 с.
22. Левицька, Е. В. Менеджмент підприємств за кризових умов : навч. посіб. –Л., 2007. - 176 с.
23. Мак-Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга / М. Мак-Дональд – СПб.: Питер, 2000. – 320 с.

24. Мишин, В. М. Исследование систем управления : учеб. для вузов. — 2-изд., стереотип. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 527 с. - (Серия «Профессиональный учебник: Менеджмент»).
25. Монастирський, Г. Л. Теорія організації : навч. посіб. - К. : Знання, 2008. - 319 с.
26. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент: навчальний посібник /В.Д. Немцов, Л.Є Довгань. – Київ, 2002. – 560 с.
27. Окландер М.А. Логістика: підручник / М.А. Окландер. – К.: Центр учбової літератури, 2008. –346 с.
28. Осовська, Г. В. Менеджмент організацій. Для самостійного вивчення: навч. посіб. / Осовська Г.В., Осовський О. А. — К.: Кондор, 2009. — 378 с.
29. Пономаренко В.С. Логістичний менеджмент : підручник / Пономаренко В.С., Таньков К.М., Лепейко Т.І.; за ред. д-ра екон. наук проф. В.С. Пономаренка. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2010. – 482 с.
30. Порохня В. М. Стратегічне управління: [навч. посіб.] / В. М. Порохня, Т. О. Безземельна, Т. А. Кравченко – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 224 с.
31. Рудьєв В. А. Менеджмент : навч. посіб. / Рудьєв В. А., Гуткевич С. О. - К. : ЦУЛ , 2011. - 312 с.
32. Румянцева, З. П. Общее управление организацией. Теория и практика : учебник. — М. : ИНФРА-М, 2009. — 304 с.
33. Семеняк И.В. Стратегический маркетинг: [учебное пособие] / И.В. Семеняк. – Х.: ХНУ имени В. Н. Каразина, 2007. – 304 с.
34. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. / Н.В. Куденко; ред. Н.Г. Царик. –К.: КНЕУ, 2006. – 152 с.
35. Тридід О.М. Логістичний менеджмент: навч. посіб. / О.М. Тридід, К.М. Таньков; за ред. проф., д-ра екон. наук О.М. Тридіда. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2005. – 224 с.
36. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг: учебник / Р.А.Фатхутдинов. – СПб.: Питер, 2006. – 640 с.
37. Холод В.В. Стратегічний маркетинг: конспект лекцій / В.В. Холод. –Донецьк: ДонДУЕТ, 2009. – 479 с.
38. Хомяков, В. І. Менеджмент підприємства. - 2-е вид., перероб. і доп. – К. : Кондор, 2009. - 434 с.
39. Шершньова З .Є. Стратегічне управління: підручник / З .Є. Шершньова. – 2-ге вид., переробл. і допов. – К.: КНЕУ, 2004 – 699 с.