

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ**



Затверджую:
Ректор академії, професор

В.І. Аранчій
«20» листопада 2017 р.

**ПРОГРАМА
ФАХОВОГО ВИПРОБУВАННЯ
для вступу на основі освітньо-кваліфікаційного
рівня молодшого спеціаліста**

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

ступеня вищої освіти «Бакалавр» на 2018 рік

ПОЛТАВА – 2017

Програму підготували викладачі факультету економіки та менеджменту:

Галич О. А.	декан факультету економіки та менеджменту, к.е.н., доцент
Писаренко В.В.	завідувач, професор кафедри маркетингу, д.е.н., професор;
Воронько- Невіднича Т. В.	заступник декана факультету економіки та менеджменту, доцент кафедри менеджменту, к.е.н., доцент
Комаріст О.І.	голова науково-методичної ради спеціальності «Маркетинг», доцент кафедри маркетингу, к.е.н., доцент;
Даниленко В.І.	доцент кафедри маркетингу, к.е.н., доцент;
Калюжна Ю.П.	доцент кафедри маркетингу, к.е.н.

Схвалено науково-методичною радою спеціальності «Маркетинг»
«05» жовтня 2017 року (протокол № 2).

Голова науково-методичної ради

О.І.Комаріст

ВСТУП

Фахове випробування, як форма вступного випробування для вступу на основі здобутого освітньо-кваліфікаційного рівня, передбачає перевірку здатності до опанування навчальної програми підготовленості вступника до здобуття ступеня вищої освіти «Бакалавр» за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» на основі раніше здобутих компетенцій.

Завданням фахового вступного випробування є перевірка у вступників знань, умінь і навичок з навчальних дисциплін «Маркетинг», «Менеджмент», «Організація виробництва», передбачених навчальним планом для підготовки освітнього ступеня «Бакалавр» зі спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

При складанні фахових вступних випробувань зі спеціальності / напряму підготовки, вступники повинні, відповідно до вимог кваліфікаційної характеристики бакалавра з менеджменту, показати високу фундаментальну та фахову економічну підготовку, вміння вирішувати організаційно-господарські ситуації діяльності підприємства.

Маркетолог повинен знати:

- методичні, нормативні й інші керівні документи з питань маркетингу;
- сутність дослідницької діяльності на основі збору й обробки інформації про всі аспекти ситуації на ринку з урахуванням наукового підходу;
- організацію роботи досліджень, методи аналізу систему збору й обробки інформації, її обсяг і структуру, способи її ефективного пошуку і збору;
- перспективи технічного і економічного розвитку галузі економіки, підприємства;
- збутові потужності, технологію постачання та збуту на підприємстві;
- передовий вітчизняний і закордонний досвід по організації й удосконалюванню ринкових і прогнозних досліджень тощо.
- напрямки підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства;
- основи інформатики та комп'ютерної техніки.

КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ФАХОВИХ ВСТУПНИХ ВИПРОБУВАНЬ

Фахові вступні випробування для вступників передбачають виконання тестових завдань, які об'єктивно визначають їх рівень підготовки.

Тестова перевірка знань з дисциплін дисциплін «Маркетинг», «Менеджмент», «Організація виробництва» охоплює систему базових тестових завдань закритої форми із запропонованими відповідями.

Тестові завдання закритої форми складаються з двох компонентів:

- а) запитальної (змістовної) частини;
- б) 4 відповіді.

Ці тести є складовою частиною фахового випробування вступників. Оцінювання здійснюється за шкалою від 50 до 100 балів (табл. 1).

Таблиця 1

Відповідність балів вступних фахових випробувань шкалі 50-100

За 4-х бальною шкалою	За шкалою 50-100
2,00-2,06	51
2,07-2,12	52
2,13-2,18	53
2,19-2,24	54
2,25-2,30	55
2,31-2,36	56
2,37-2,42	57
2,43-2,48	58
2,49-2,54	59
2,55-2,60	60
2,61-2,66	61
2,67-2,72	62
2,73-2,78	63
2,79-2,84	64
2,85-2,90	65
2,91-2,96	66
2,97-3,02	67
3,03-3,08	68
3,09-3,14	69
3,15-3,20	70
3,21-3,26	71
3,27-3,32	72
3,33-3,38	73
3,39-3,44	74
3,45-3,50	75

За 4-х бальною шкалою	За шкалою 50-100
3,51-3,56	76
3,57-3,62	77
3,63-3,68	78
3,69-3,74	79
3,75-3,80	80
3,81-3,86	81
3,87-3,92	82
3,93-3,98	83
3,99-4,04	84
4,05-4,10	85
4,11-4,16	86
4,17-4,22	87
4,23-4,28	88
4,29-4,34	89
4,35-4,40	90
4,41-4,46	91
4,47-4,52	92
4,53-4,58	93
4,59-4,64	94
4,65-4,70	95
4,71-4,76	96
4,77-4,82	97
4,83-4,88	98
4,89-4,94	99
4,95-5,00	100

Для кожного вступника передбачається 50 тестових завдань. По кожному завданню передбачається 4 варіанти відповіді, з яких вступник повинен вибрати правильну. Кожна правильна відповідь оцінюється в 1 бал. Максимальна кількість балів, які вступник може набрати за виконання тестових завдань становить 100 балів.

Приймальна комісія допускає до участі у конкурсному відборі для вступу на навчання вступників на основі раніше здобутого освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста, які при складанні фахового вступного випробування отримали не менше 68 балів.

Тривалість фахового вступного випробування – 1 година.

ЗМІСТ ФАХОВИХ ВСТУПНИХ ВИПРОБУВАНЬ В РОЗРІЗІ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН

ДИСЦИПЛІНА «МАРКЕТИНГ»

Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція

Походження терміна „маркетинг”. Історія виникнення та розвитку маркетингу. Сутність маркетингу та його визначення.

Еволюція концепції маркетингу. Сутність виробничої, товарної, збутової та маркетингової концепцій управління підприємством. Поняття про соціально-етичний маркетинг. Тенденції розвитку сучасної концепції маркетингу.

Основні поняття маркетингу: нестаток, потреба, цінність, попит; товари та послуги; вартість; маркетингова комунікація; ринок.

Суб'єкти маркетингу: виробники товарів та послуг; оптова та роздрібна торгівля; організації обслуговування, споживачі; оператори ринку; контактні аудиторії, засоби масової інформації.

Тема 2. Система та характеристика сучасного маркетингу

Види маркетингу залежно від орієнтації та сфери маркетингової діяльності, попиту, основних об'єктів уваги та кінцевої мети, міри координації виконуваних на підприємстві маркетингових функцій, видів продукції, рівня вирішення маркетингових завдань, періоду, на який розробляється маркетингова програма діяльності підприємства.

Сутність та характеристики внутрішньо фірмового, міжнародного та соціально-етичного маркетингу.

Система та структура засобів маркетингу. Концепція „4P” та „7P”. поняття маркетингової „суміші”.

Середовище маркетингу. Фактори зовнішнього середовища: регульовальні, економічні, технологічні, екологічні, конкурентні, соціальні. Фактори внутрішнього середовища: структурні підрозділи, менеджери, робітники та службовці, власники. Маркетингові дослідження навколишнього середовища як передумова успішного маркетингу.

Європейський та світовий досвід впровадження маркетингу. Проблеми розвитку маркетингу в Україні.

Тема 3. Маркетингові дослідження та інформація

Сутність та система маркетингових досліджень: роль, мета, предмет, об'єкти. Основні принципи та завдання маркетингових досліджень. Види маркетингових досліджень: польові, пробного продажу, панельні, фокус-груп, ділових контактів.

Маркетингова інформація та її класифікація. Методи збирання первинної інформації: опитування, спостереження, експеримент, імітація. Джерела маркетингової інформації. Маркетингові інформаційні системи. Маркетингові дослідження середовища маркетингу та ринку. Аналіз конкурентного середовища і конкурентів. Маркетингові дослідження підприємства.

Тема 4. Маркетингова товарна політика

Сутність маркетингової товарної політики підприємства. Розробка товарів: планування, модифікування, обслуговування, елімінування.

Маркетингова концепція товару. Головні параметри товарів: технічні, економічні, нормативні, патентно-правові. Загальна концепція товару: користь, гарантії, монтаж, ремонтпридатність. П'ять рівнів товару.

Життєвий цикл товару та його етапи. Особливості маркетингу на різних етапах ЖЦТ. Варіанти ЖТЦ.

Конкурентоспроможність товару: сутність, концепція та методи оцінювання. Алгоритм оцінювання конкурентоспроможності продукції за технічними та економічними параметрами.

Управління товарним асортиментом і номенклатурою товарів. Вибір оптимального асортименту товарів. Аналіз рівня беззбитковості. Зняття продукту з ринку. Диференціація та диверсифікація. Старіння продукції. Організаційні форми управління продукцією.

Тема 5. Планування нових товарів

Сутність поняття „новий товар”. Категорії нових товарів. Класифікація нових продуктів за рівнями знань споживачів про них. Способи планування продукції. Процес (алгоритм) планування нових товарів та характеристика його основних етапів. Причини невдач нової продукції на ринку.

Товарна марка. Штрихове кодування товару. Упаковка та етикетка. Патентна чистота товару. Пробний маркетинг.

Тема 6. Маркетингова цінова політика

Сутність маркетингової цінової політики та її роль в діяльності підприємства. Пряма й опосередкована цінова політика. Мета ціноутворення. Алгоритм маркетингового розрахунку цін та його етапи. Попит та його цінова еластичність.

Управління цінами підприємства. Цінові стратегії: поступового зниження цін, „знімання вершків”, проникнення на ринок, диференційованих цін, престижних цін, комфортних цін, гнучких цін, стабільних цін, цін ринкової переваги. Цінова політика виживання.

Тема 7. Методи маркетингового ціноутворення

Сутність та особливості використання методів прямого ціноутворення: виходячи з витрат на виробництво і реалізацію продукції; на підставі попиту; з урахуванням умов конкуренції; у межах товарної номенклатури; за географічної ознакою, на підставі узаконених умов.

Сутність та зміст непрямого маркетингового ціноутворення: політика знижок, кредитна політика підприємства, політика кондицій.

Тема 8. Маркетингова політика комунікацій

Сутність маркетингової політики комунікацій. Основні елементи

комплексу маркетингових комунікацій: джерело інформації, кодування, звертання, канали комунікацій, декодування, отримувач, зворотна реакція, зворотний зв'язок, перешкоди.

Алгоритм формування комплексу маркетингових комунікацій: визначення мети; дослідження цільової аудиторії; вибір форми звернення; вибір засобів впливу; формування бюджету; формування каналів зворотного зв'язку.

Тема 9. Комплекс маркетингових комунікацій

Реклама: сутність, цілі, класифікація. Алгоритм прийняття рішення щодо реклами: вибір цільового ринку, визначення цілей, розрахунок бюджету, розробка текстової частини, вибір носіїв, розробка графіка рекламування, тестування реклами, безпосереднє рекламування, оцінка програми рекламування, внесення корективів.

Пропаганда: сутність та цілі. Форми пропаганди: підтримування контактів зі ЗМІ; проведення презентацій, ювілейних заходів, днів відкритих дверей, екскурсій; організація консультування споживачів; спонсорування громадських заходів; проведення виставок; створення корпоративної ідентичності.

Стимулювання збуту: сутність та завдання. Засоби стимулювання споживачів: цінові знижки, безоплатні зразки товарів, купони, премії, гарантії, упаковки, демонстрації, картки лояльності. Засоби стимулювання торгівлі, окрім названих: конкурси, конференції, заліки.

Персональний продаж: сутність, мета, типи. Процес персонального продажу та його цілі: інформування, переконання, нагадування. Підбір персональних продавців. Оплата праці та комісійні винагороди. Вимоги тесту MADDEN. Презентація. Подолання заперечень покупців, закінчення персонального продажу.

Прямий маркетинг: сутність та особливості. Засоби інформаційного спілкування: прямі поштові звернення, телемаркетинг, реклама з прямим відгуком, маркетинг за каталогами, електронні засоби маркетингу.

Тема 10. Маркетингова політика розподілу

Сутність, завдання та функції маркетингової політики розподілу. Базисні типи каналів розподілу — прямі та опосередковані. Характеристики каналів розподілу: довжина, ширина, типи суб'єктів. Алгоритм формування маркетингових каналів розподілу: визначення потреби у формуванні каналів розподілу; постановка й координація цілей розподілу; специфікація завдань розподілу; розробка можливих альтернативних каналів розподілу; вибір структури каналу; вибір оптимального каналу; вибір суб'єктів каналу розподілу.

Тема 11. Управління каналами розподілу

Сутність, особливості та фактори впливу. Види оцінки діяльності суб'єктів каналу розподілу — вартісна оцінка й аудит.

Ліквідація конфліктів у каналах розподілу. Горизонтальні та вертикальні конфлікти. Вертикальні маркетингові системи — адміністративні,

корпоративні, договірні. Мотивування діяльності суб'єктів каналу.

Посередницька діяльність у каналах розподілу та його засади. Торговельне посередництво. Класифікація посередницьких підприємств та організацій, їх основні типи. Маркетингові функції посередника. Маркетингова політика розподілу і логістика. Сучасний погляд на проблеми вітчизняної логістики.

Тема 12. Організація та контроль маркетингової діяльності на підприємстві

Організація маркетингової діяльності на підприємстві та її принципи. Алгоритм формування маркетингової організації структури підприємства. Концепції організації маркетингу на підприємстві.

Моделі побудови відділів маркетингу: функціональна, товарна, орієнтована на групи споживачів, орієнтована на ринки, матрична. Тимчасові маркетингові структури.

Основні складові контролю маркетингової діяльності підприємства. Види контролю: річних планів збуту, прибутковості, ефективності маркетингових заходів. Поняття про маркетинговий аудит.

Рекомендована література

1. Блайт Дж. Основы маркетинга / Дж. Блайт ; [пер. со 2-го англ. изд.]. – К. : Знання-Прес, 2003. – 493 с. – (Европейский маркетинг).
2. Буряк П. Ю. Маркетинг: навчальний посібник / Буряк П. Ю., Карпінський Б. А., Карпова Я. Ю. – К. : ВД «Професіонал», 2005. – 320 с.
3. Бутенко Н. В. Маркетинг: підручник / Н. В. Бутенко. – К. : Атіка, 2006. – 300 с.
4. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник для студентів економічних спеціальностей вузів / С. С. Гаркавенко. – 4-те вид. – К.: Лібра, 2006. – 717 с.
5. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг : підручник / Н.В. Куденко. – К. : КНЕУ, 2012. – 523 с.
- Котлер Ф. Маркетинговий менеджмент / Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф. Павленко та ін. – К. : Видавництво «Хімджест», 2008. – 720 с.
6. Крикавський Є. В. та ін. Маркетинговий менеджмент. Навчальний посібник / Є. В. Крикавський, І. О. Дейнега, О. В. Дейнега, І. Ф. Лорві. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. 380 с.
7. Крикавський Є. В. та ін. Маркетингова інформація. Підручник / Є. В. Крикавський, О. В. Дейнега, І. О. Дейнега, Л. О. Шелюк, О. А. Кратт, Р. Патора. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. 416 с.
8. Крикавський Є. В. та ін. Стратегічний маркетинг. Навчальний посібник / Є. В. Крикавський, Л. І. Третьякова, Н. С. Косар. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. 256 с.
9. Менеджмент і маркетинг: Навч. посібник / [В. І. Перебийніс, Л. М. Бойко, В. В. Писаренко та ін.] ; за ред. В. І. Перебийніса. – Полтава: ФОП Говоров, 2007. – 344 с.

10. Основы маркетинга / [Котлер Ф., Армстронг Г, Сондерс Дж., Вонг В.] ; [пер. с англ.]. – [2-е европ. изд.]. – М. ; СПб. ; К. : Издательский дом „Вильямс”, 2000. – 944 с.

Павленко А. Ф., Войчак А. В. Маркетинг: Підручник. — К.: КНЕУ, 2003. — 246 с.

11. Полторак В. А. Маркетингові дослідження: навч. пос. / В. А. Полторак. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 254 с.

12. Примак Т. О. Маркетинг : навч. посіб. / Т. О. Примак. – К. : МАУП, 2004. – 228 с.

13. Стратегічний маркетинг [Текст]: навч. посіб. / Л. В. Балабанова [та ін.]; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, Каф. маркетинг. менедж. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2008. – 551 с.

Інтернет-ресурси

<http://pidruchniki.com>

<http://studentam.kiev.ua>

<http://stud.com.ua/marketing>

libfree.com/marketing

ДИСЦИПЛІНА «МЕНЕДЖМЕНТ»

Тема 1. Поняття і сутність менеджменту

Менеджмент як специфічна сфера людської діяльності. Сутність категорій „управління” та „менеджмент”. Управлінські відносини як предмет менеджменту. Менеджмент як система наукових знань. Менеджмент як мистецтво управління. Менеджери та підприємці – ключові фігури ринкової економіки. Спільне та відмінне між менеджером та підприємцем. Рівні управління, групи менеджерів. Сфери менеджменту: виробництво, фінанси, кадри, нововведення, облік, збут, зовнішньоекономічна діяльність. Існуючі парадигми менеджменту.

Методи досліджень: діалектичний, конкретно-історичний, системний підхід; моделювання: вербальне, фізичне, аналогове, математичне; науковий, експертний, соціологічні методи: анкетування, інтерв’ювання, тестування.

Тема 2. Розвиток науки управління

Історія розвитку управлінської думки у світі та в Україні.

Передумови виникнення науки управління. Класичні теорії менеджменту: школа наукового управління; класична (адміністративна) школа управління; школа людських відносин; школа поведінських наук; емпірична школа, школа „соціальних систем”, нова школа. Характеристика інтегрованих підходів до управління: процесний підхід; системний підхід; ситуаційний підхід.

Вклад у розвиток управлінської науки зарубіжних та вітчизняних вчених.

Розвиток управлінської науки в Україні.

Особливості формування сучасної моделі менеджменту в Україні.

Тема 3. Основи теорії прийняття управлінських рішень

Сутність управлінських рішень. 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. Якість управлінських рішень.

Тема 4. Планування як функція менеджменту

Сутність і зміст планування як функції менеджменту, його види та їхній взаємозв'язок.

Основні елементи системи планування. Етапи процесу планування: визначення місії та цілей, оцінка сильних та слабких боків організації, розроблення стратегії. Базові стратегії. Оперативне планування на засадах застосування адміністративних та економічних важелів. Тактика, політика, процедура, правила. Загальна характеристика бізнес-планування.

Поняття місії в управлінні та класифікація цілей організації. Ієрархічна підпорядкованість, субординація цілей організації. Традиційний процес постановки цілей. Концепція управління за цілями.

Тема 5. Організація як функція менеджменту

Сутність організаційної діяльності та її місце в системі управління. Поняття та складові організаційної діяльності.

Повноваження, обов'язки, відповідальність. Процес делегування повноважень і відповідальності. Типи повноважень: лінійні, функціональні. Вертикальна та горизонтальна структуризація управління. Скалярний процес. Вертикальна координація: прямий контроль, стандартизація. Горизонтальна координація: взаємні комунікації, тимчасові робочі групи, комісії. Департаменталізація. Взаємодія та взаємовплив структур організації. Сутність організаційної структури управління та їх роль в досягненні мети. Елементи структури. Види організаційних структур управління. Лінійні та функціональні організаційні структури управління. Комбіновані організаційні структури управління. Єдиноначальність: поняття, сутність. Централізація та децентралізація.

Принципи побудови організаційних структур управління. Фактори, які впливають на формування організаційної структури. Критерії оцінки організаційної структури управління. Методи вибору організаційної структури управління. Проектування організаційних структур управління. Формування структурних елементів.

Тема 6. Мотивування як функція менеджменту

Значення людського фактора в управлінні організацією. Психологічні та фізіологічні особливості працівника. Поняття мотивування. Принципи врахування інтересів у мотивації. Взаємозв'язок потреб, спонукань, цілей і заохочень працівника у процесі мотивації. Теорії та моделі процесів

мотивування: змістовний та процесний підходи. Співставлення теорій мотивування. Засоби мотиваційного впливу. Стимулювання праці: цілі, принципи, види, форми.

Тема 7. Контролювання як функція менеджменту

Поняття контролю та його місце в системі управління. Принципи і цілі функцій контролювання. Етапи процесу контролювання: формування стандартів вимірювання, порівняння фактичного виконання зі стандартами, оцінка та регулювання. Модель процесу контролювання. Процес контролювання. Зворотній зв'язок при контролі. Види управлінського контролю.

Тема 8. Керівництво та лідерство

Поняття та загальна характеристика лідерства. 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 лідерів. Поняття стилю керівництва та континууму стилів керівництва. Характеристика та класифікація стилів керівництва. Фактори та передумови формування стилів керівництва. Критерії оцінки стилю менеджера. Особливості національних систем керівництва.

Загальна характеристика моделі сучасного менеджера.

Тема 9. Інформація та комунікації в менеджменті

Поняття та характеристика комунікацій. Різновиди „внутрішніх” та „зовнішніх” комунікацій. Перешкоди в комунікаціях. Зворотній зв'язок у процесі комунікацій. Засоби комунікацій, їх переваги та недоліки.

Комунікаційний процес, елементи та етапи процесу. Моделі комунікаційного процесу. Комунікаційні перевантаження.

Інформація, її види та роль в менеджменті. Носії інформації. Класифікація інформації. Вимоги, які пред'являються до інформації. Технологія інформаційної діяльності. Електронні засоби інформації.

Тема 10. Ефективність менеджменту

Сутність та основні параметри організаційних перетворень. Організаційні зміни та управління ними. Моделювання процесу організаційних перетворень. Опір змінам. Система подолання опору організаційних змін.

Сутність результативності та ефективності менеджменту. Економічна, організаційна та соціальна ефективність управління.

Показники економічної, організаційної та соціальної ефективності управління, їх склад і методи визначення.

Комплексний підхід до удосконалення управління організаціями.

Рекомендована література

1. Бєсєдін М.О. Основи менеджменту: оціночно-ситуаційний підхід (модульний варіант): [підручник] / М.О. Бєсєдін, В.М. Нагаєв. – К.: ЦНЛ, 2005. – 496 с.
2. Герчикова И.Н. Менеджмент: [учебник] / И.Н. Герчикова. – М.: ЮНИТИ, 2005. – 501 с.
3. Гудзинський О. Д. Менеджмент підприємницької діяльності [Текст] : навч. посіб. / О. Д. Гудзинський, С. М. Судомир, Т. О. Гуренко : заг. ред. О. Д. Гудзинського ; Ін-т підготов. кадрів держ. служби зайнятості України. - К. : ІПК ДСЗУ, 2010. - 321 с.
4. Кожушко Л. Ф. Менеджмент [Текст] : навч. посіб. для студ. напряму підготов. "Економіка і підприємництво" / Л. Ф. Кожушко, Т. О. Кузнецова ; Нац. ун-т вод. госп-ва та природокористування. - Рівне : НУВГП, 2010. - 346 с.
5. Лепейко Т. І. Менеджмент [Текст] : навч. посіб. / Лепейко Т. І., Миронова О. М. ; Харк. нац. екон. ун-т. - Х. : Вид. ХНЕУ, 2010. - 204 с.
6. Менеджмент: [навчальний посібник] / за ред. С.І. Михайлова. – Вінниця: НОВА КНИГА, 2006. – 416 с.
7. Мескон М.Х. Основы менеджмента/ Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф.; пер. с англ. – М.: Дело, 1992. – 702 с.
8. Охріменко А.Г. Основы менеджменту: [навч. посіб.] / Охріменко А.Г. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 130 с.
9. Потьомкін С. К. Менеджмент [Текст] : навч. посіб. / Потьомкін С. К., Козлова І. М., Яндола К. О. ; Харк. нац. екон. ун-т. - Х. : ХНЕУ, 2009. - 276 с.
10. Рульєв В.А. Менеджмент. Навчальний посібник / Рульєв В.А., Гуткевич С.О. - К.: Центр учбової літератури, 2011. - 312 с.
11. Стадник В. В. Менеджмент [Текст] : підручник / В. В. Стадник, М. А. Йохна. - 2-ге вид., випр. і допов. - К. : Академвидав, 2010. - 472 с.
12. Хмурова В. В. Менеджмент підприємницької діяльності [Текст] : навч. посіб. / В. В. Хмурова ; Київ. нац. ун-т технологій та дизайну. - К. : КНУТД, 2011. - 247 с.
13. Черваньов Д. Менеджмент : Терміни, тексти, вправи, завдання. Навчальні конкретні ситуації (кейси). Проблематика курсових, випускних, дисертаційних робіт : підручник. / Д. Черваньов. – К. : Вид.- поліграф. центр "Київський університет, 2010. – 853 с.
14. Шегда А.В. Менеджмент: [навч. посібник] / А.В. Шегда. – К.: Знание, 2002. – 583 с.
15. Комп'ютерні технології і аграрна галузь / [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.derevo.info>
16. Сайти періодичних видань: "Менеджмент". [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.management.com.ua>

ДИСЦИПЛІНА «ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА»**Тема 1. Організаційні основи виробництва**

Формування науки про організацію. Передумови, сутність і суспільне значення виробничої діяльності в сучасних умовах. Сутнісно-змістова характеристика виробництва. Цілі й завдання виробництва. Взаємозв'язок технології та організації виробництва. Виробнича функція. Характеристика ресурсних складових виробництва. Моделі виробничої функції та оцінка продуктивності. Процес організації: зміст, елементи процесу організації, суб'єкти організації.

Тема 2. Виробничі системи

Поняття системи ведення господарства, її роль в організації діяльності різних видів сільськогосподарських підприємств. Фактори, що визначають формування системи ведення господарства. Поняття, складові елементи та структура. Вхід, процес, вихід як компоненти та пристрої виробничої системи. Інформаційні та матеріальні потоки виробничої системи. Класифікація виробничих систем. Взаємодія виробничої системи із зовнішнім середовищем.

Закони статичної організації виробничих систем. Закони розвитку виробничих систем: інерції, еластичності, безперервності вдосконалення. Загальні відмінні особливості та властивості виробничих систем: цілеспрямованість, поліструктурність, відкритість, складність, різноманітність. Властивості, які проектуються: результативність, надійність, гнучкість, керованість, довгостроковість.

Системи господарства за галузями і елементами виробництва. Система галузей рослинництва, її елементи та їх організаційно-економічне значення. Система галузей тваринництва, її елементи та їх організаційно-економічне значення. Система допоміжних, обслуговуючих і підсобних промислових виробництв, її елементи та їх організаційно-економічне значення.

Види продукції. Класифікація підприємств. Техніко-виробнича база та її складові. Ієрархічна структура виробничої системи підприємства. Рівні організованості та особливості створення виробничих систем. Сучасні виробничі стратегії та концепції гнучкості й мобільності виробничих систем. Підприємництво - як складна виробнича система.

Тема 3. Виробничий процес і організаційні типи виробництва

Поняття, цілі й завдання технології виробництва. Сутність, зміст і структура виробничого процесу. Класифікаційні ознаки основних, допоміжних і обслуговуючих виробничих процесів. Характеристика стадій основного виробництва різних галузей. Характеристика, правила й порядок розробки технологічних операцій і процесів. Чинники, що впливають на структуру виробничого процесу. Особливості розподілу виробничих процесів за характером об'єкта виробництва.

Сутність і призначення принципів: диференціації, концентрації, інтеграції, спеціалізації, пропорційності, паралельності, прямоочності,

безперервності, ритмічності, автоматичності, гнучкості, гомеостатичності. Об'єкти й результати комплексного застосування принципів організації виробничого процесу.

Поняття типу виробництва. Порівняльна техніко-економічна характеристика типів виробництва. Організаційно-технічний рівень виробництва: сутність, методи визначення.

Тема 4. Організація трудових процесів і робочих місць

Соціально-економічна характеристика трудових ресурсів в аграрних формуваннях. Трудовий процес та його структура. Методи аналізу трудового процесу. Раціоналізація та проектування методів і прийомів праці. Трудові ресурси та ринок робочої сили. Демографічні особливості трудових ресурсів. Суть і характеристика ринку праці, його елементи і функції. Безробіття і його причина в аграрній сфері. Сезонність та шляхи її зменшення.

Сутність, цілі й завдання організації праці. Форми організації праці. Сфери застосування та критерії впливу на виробництво. Поділ і кооперування праці, їх форми та межі. Сумісництво професій. Багатоверстатне обслуговування. Бригадна форма організації праці. Вимоги організації праці до технічних параметрів та експлуатаційних характеристик устаткування й виробничого середовища. Принципи організації праці та трудових процесів.

Сутність і роль робочого місця у виробничому процесі. Класифікація робочих місць. Вимоги до організації робочого місця як системи праці. Складові елементи робочого місця. Зовнішнє та внутрішнє його планування. Умови праці, раціональні режими праці та відпочинку. Техніка безпеки. Організаційні системи забезпечення та обслуговування робочих місць. Структура проекту організації робочого місця та карта організації праці.

Тема 5. Нормування праці

Сутність і місце нормування в організації праці. Призначення, завдання та організація нормування на підприємстві. Види трудових норм: часу, виробітку, обслуговування, чисельності, керованості. Об'єкти нормування праці: робочий час, виробнича операція, технологічна структура операції, трудовий елемент, обсяг робіт, зона обслуговування, чисельність персоналу. Сфера застосування трудових норм.

Класифікація затрат робочого часу. Типова структура норми часу на операцію. Методи аналізу затрат робочого часу: безпосередніх вимірів, моментних спостережень. Фотографія робочого часу. Хронометраж. Фотохронометраж.

Призначення та класифікація нормативів праці. Методичні особливості створення трудових нормативів. Система мікроелементного нормування. Класифікація норм затрат праці. Чинники, що впливають на величину норми. Методи нормування праці та способи встановлення норм. Особливості визначення складових частин норм часу. Трудомісткість продукції та її організаційно-економічне значення.

Суть матеріального стимулювання та самостійність підприємств в організації оплати. Оплата праці працівників основного виробництва в сільськогосподарських підприємствах. Матеріальне стимулювання керівників та спеціалістів в сільськогосподарських підприємствах.

Тема 6. Побудова виробничої структури у просторі

Принципи побудови організації «ідеального» процесу: спеціалізація, пропорційність, прямоточність. Поняття про загальну та виробничу структури. Вимоги оптимізації взаємозв'язків усередині виробничої системи. Чинники впливу на територіальне розміщення засобів виробництва: характер виробничого процесу, масштаб виробництва, характер та ступінь спеціалізації, охоплення життєвого циклу продукції. Система сівозмін. Організація використання земельних ресурсів. Організаційно-економічне обґрунтування землекористування. Правові основи землекористування в Україні. Організація кількісного і якісного обліку земель, трансформація земель, державний контроль за використанням і охороною земель. Показники, що характеризують виробничу структуру. Шляхи вдосконалення виробничих структур.

Тема 7. Організація виробничого процесу у часі

Сутність, структура та характеристика виробничих циклів. Визначення чинників тривалості циклу та її техніко-економічне значення. Сфера застосування виробничого циклу.

Вплив технологічного процесу на рух предметів праці. Побудова графіків та розрахунок операційного циклу для послідовного, паралельного та паралельно-послідовного способів поєднання операцій. Особливості визначення інших складових виробничого циклу. Умови ефективного застосування способів поєднання операцій у різних типах виробництва.

Поняття склад і структура засобів виробництва підприємств. Система відтворення в часі засобів виробництва. Поняття склад і структура засобів виробництва підприємств. Амортизація, порядок списання і відтворення основних засобів виробництва. Системи машин та економічні вимоги до них, методика визначення потреби в техніці. Організація раціонального використання машинно-тракторного парку. Організація внутрішньогосподарського транспорту. Організація техобслуговування, ремонту техніки та зберігання. Системи машин та економічні вимоги до них.

Особливості побудови циклового або сітьового графіка. Чинники, що впливають на тривалість циклу.

Зниження трудомісткості операцій за рахунок удосконалення конструкцій та технологій. Збалансованість виробництва, раціоналізація процесів транспортування, складування та контролю. Удосконалення нормативної бази, планів-графіків, диспетчерування виробничого процесу.

Тема 8. Організація допоміжних виробництв

Сутність та місце технічного обслуговування в системі основного виробництва. Розвиток та адаптація інфраструктури до внутрішніх і зовнішніх змін виробництва. Класифікація підсобних виробництв і промислів.

Передумови та завдання формування системи обслуговування виробництва. Організація зберігання, обліку та забезпечення робочих місць оснащенням. Шляхи скорочення витрат на виробництво технологічного оснащення. Класифікація переробних підприємств. Сучасні тенденції організації переробних підприємств та механізмів підвищення рівня прибутковості господарювання.

Завдання технічного обслуговування та ремонту засобів праці. Системи ремонтного обслуговування устаткування. Нормативна база ремонтного виробництва. Шляхи зниження витрат на утримання, ремонт і експлуатацію устаткування. Організаційно-технічний прогрес у ремонтному виробництві. Зарубіжний досвід комплексного експлуатаційного обслуговування.

Тема 9. Організація обслуговуючих господарств

Завдання та структура транспортного господарства. Системи організації внутрішньозаводських транспортних потоків. Визначення величини вантажопотоків, вантажообігу та системи перевезень. Класифікація транспортних засобів. Вибір транспортної системи й розрахунок потреби в рухомому складі. Показники використання транспортних засобів. Організація транспортного обслуговування робочих систем. Шляхи вдосконалення роботи транспортного господарства на підприємстві.

Матеріальні ресурси та їх потоки у виробничій системі. Завдання, функції та структура складського господарства. Класифікація матеріальних ресурсів. Визначення потреби в матеріальних ресурсах. Класифікація складських приміщень. Розрахунок корисних площ складських приміщень і устаткування складів. Порядок прийому, збереження й видачі матеріалів зі складів. Логістичні системи матеріального обслуговування. Показники роботи складського господарства. Напрями вдосконалення матеріального обслуговування виробництва. Роль енергії у виробництві. Структура енергетичного господарства та органи управління. Методи визначення потреби в енергоресурсах. Норми й нормативи енергоспоживання. Діагностика устаткування, мереж та контроль за використанням енергоресурсів. Сучасні регулювальні системи енергоспоживання. Організація ремонту енергоустаткування. Основні напрями енергозбереження.

Тема 10. Одиничний та партійний методи організації виробництва

Сутність методу організації виробництва у просторі та часі. Характеристика перервного, напівперервного й безперервного методів. Чинники, що визначають вибір методів.

Характеристика ознак методу. Форми спеціалізації непотокового виробництва: технологічна, предметно-групова та змішана. Обчислення

кількості устаткування та його розміщення. Сфера застосування непотокового методу.

Завдання і шляхи збільшення виробництва продукції рослинництва. Виробничі і науково виробничі системи у сільському господарстві. Організація рільництва. Принципи організації виробничих процесів. Організація системи сівозмін і структури посівних площ. Організація основного обробітку ґрунту. Комплекс робіт з основного обробітку ґрунту. Підготовка поля до виконання робіт. Організація праці на основі обробітку ґрунту та раціоналізація виробничих процесів. Виробничі процеси в рослинництві. Організація внесення добрив. Прямоточні і перевантажувальні схеми. Організація передпосівного обробітку і посівних робіт. Комплектування агрегатів. Організація праці на основних роботах.

Організація догляду за посівами та збирання врожаю основних сільськогосподарських культур.

Організація виробничих процесів в галузях господарювання. Складання технологічної карти вирощування культур. Виробнича програма діяльності господарювання.

Тема 11. Організація потокового та автоматизованого виробництва

Сутнісно-змістова характеристика потокового методу. Основні його ознаки й умови організації. Техніко-економічна характеристика потокового виробництва. Класифікація поточкових ліній. Особливості та основні техніко-економічні показники видів поточкових ліній. Методика розрахунку параметрів поточкових ліній. Способи синхронізації виробничих процесів. Транспортні засоби й технологічне планування поточкових ліній.

Організаційно-економічне обґрунтування поточковості та ритмічності виробництва галузі тваринництва. Виробничі типи спеціалізованих скотарських підприємств і виробничих об'єднань. Організація відтворення стада. Організаційно-економічне обґрунтування структури та обороту стада, рівномірних і сезонних отелів і надходження продукції. Організація виробництва молока. Види підприємств із виробництва молока. Особливості організації поточно-цехової системи виробництва молока. Організація первинної обробки і зберігання молока та контроль за його якістю. Адаптація організації молочного скотарства до вимог СОТ, шляхи досягнення міжнародних стандартів на молочну сировину та продукти її переробки.

Організаційно-економічне обґрунтування структури і обороту стада, раціональних систем одержання приплоду в галузі свинарства, вівчарства, птахівництва. Поняття і принципи організації кормової бази та кормо виробництва, їх роль і місце в діяльності сільськогосподарських підприємств залежно від їх видів, спеціалізації. Системи кормо виробництва та зберігання кормів. Джерела надходження кормів і система організації кормо забезпечення аграрних підприємств. Загальна характеристика та види автоматичних ліній. Продуктивність і компонування автоматичних ліній. Гнучкі автоматизовані виробництва (ГАВ) та гнучкі виробничі системи (ГВС). Сутність гнучкості та принципи її розрахунку.

Тема 12. Організаційно-виробниче забезпечення якості та конкурентоспроможності продукції

Еволюція технології та поняття якості. Основні вимоги до якості продукції. Класифікація показників якості. Стандартизація процесів, продукції та послуг. Засоби вимірювання та методи оцінки якості. Система забезпечення якості та її елементи.

Системне управління якістю на основі ДСТУ ISO 9000-2001. Моделі системи якості. Елементи системи якості. Документація системи якості. Особливості системи якості в аграрному виробництві та продуктів її переробки. Зарубіжний досвід управління якістю продукції. Сутнісно-змістова характеристика конкурентоспроможності продукції та методів розрахунку.

Види й методи технічного контролю якості: попереджувальний, статистичний. Розрахунки параметрів якості. Статистичне регулювання технологічних процесів і приймальний контроль. Сутність і завдання сертифікації продукції. Атестація виробництв. Сертифікація систем якості. Оцінка якості проектів, технологій.

Тема 13. Комплексна підготовка виробництва до випуску нової продукції

Система створення та освоєння нової продукції. Життєвий цикл продукції (процесів) та характеристика етапів. Сучасні концептуальні підходи до зміни продукту. Сутність комплексної підготовки виробництва та її складові. Особливості створення та освоєння продукту: етапи, процедури. Організаційні форми й методи досліджень, проектування та освоєння виробів. Організація науково-технічних досліджень і проектно-конструкторської підготовки. Сутнісно-змістова характеристика досліджень. Поняття, цілі й завдання проектно-конструкторської підготовки.

Технологічна та екологічна підготовка. Цілі, зміст та логіка технологічної підготовки. Системи технологічної підготовки виробництва. Види технологічних процесів. Екологічні стандарти. Моніторинг впливу технології виробництва на довкілля. Планування та реалізація заходів для зменшення забруднення середовища від виробничого процесу.

Організаційно-економічна підготовка виробництва та освоєння нового продукту. Зміст і завдання організаційно-економічної підготовки. Проектування та впровадження нових форм і методів організації виробничих і трудових процесів. Організація освоєння продукту на виробництві. Методи освоєння нової продукції. Організація виробництва в галузях промислової сфери АПК.

Тема 14. Організаційне проектування виробничих систем

Передумови та сутність організаційного проектування. Цілі, завдання та зміст організаційного проектування. Етапи оргпроектиування. Методи та принципи організації проектних робіт. Установлення еталонів проекту організації виробничої системи. Методологія оцінки ефективності оргпроектиування.

Оцінка рівня організаційної, функціональної, елементної побудови виробничої системи на рівні ділянки. Аналіз економічних показників та оцінка організаційно-технічного рівня діючого виробництва. Розробка заходів щодо вдосконалення організації виробництва.

Рекомендована література

1. Березівський П.С., Михалюк Н.І. Організація виробництва в аграрних формуваннях: [навчальний посібник] / За ред. П.С. Березівського. К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 560 с.
2. Васильков В.Г. Організація виробництва: [навчальний посібник] / В.Г. Васильков – Вид. 2-ге, без змін. – К.: КНЕУ, 2008. – 524 с.
3. Гриньова В.М. Організація виробництва - [Електронний ресурс] Бібліотека українських підручників. - Режим доступу до методичних матеріалів http://libfree.com/172196543-ekonomikaorganizatsiya_virobnitstva_grinova_vm.html. – Назва з титул. екрана.
4. Дядик Т.В. Економіка праці та соціально-трудові відносини: [навчальний посібник] – Полтава: ФОП Говоров, 2008. – 344 с.
5. Економіка та організація виробництва: Підручник. / За ред. В.Г. Герасимчука, А.Е. Розенплентера. - К.: Знання, 2007. – 678с.
6. Зінь В.А. Планування діяльності підприємства: Підручник. / Зінь В.А., Турченко М.О. – К.: ВД «Професіонал», 2004. – 320 с.
7. Зрібняк Л.Я. Організація і планування сільськогосподарського виробництва: [навчальний посібник] / Л.Я. Зрібняк, М.М. Ільчук, І.А. Коновал – К.: ЗАТ «Нічлава», 2004. – 304 с.
8. Іванова В.В. Планування діяльності підприємства: Навчальний посібник. / Іванова В.В. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 472 с.
9. Калина А.В. Економіка, планування та організація діяльності підприємства: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В.Д. Корнеєва. – К.: Університет «Україна», 2006.
10. Організація виробництва в аграрних підприємствах. [навчальний посібник для студентів економ. спец. вищих аграрних закладів освіти II-IV рівнів акредитації] / За ред. М.Г. Тютюнника. – Полтава: ФОП Говоров С.В., 2009. – с. 416.
11. Організація і планування сільськогосподарського виробництва. Підручник / За редакцією М.М. Ільчука та Л.Я. Зрібняка. - Вінниця: Нова Книга, 2008. – 456 с.
12. Пасічник В.Г. Планування діяльності підприємства: Навчальний посібник / Пасічник В.Г., Акіліна О.В. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 256 с.
13. Тарасюк Г.М. Планування діяльності підприємства: Навчальний посібник. / Тарасюк Г.М., Шваб Л.І. – К.: «Каравела», 2003. – 432 с.

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Критерії оцінки фахових вступних випробувань.....	4
Зміст фахових вступних випробувань в розрізі навчальних дисциплін....	6
Дисципліна «Маркетинг».....	6
Дисципліна «Менеджмент».....	10
Дисципліна «Організація виробництва».....	14

