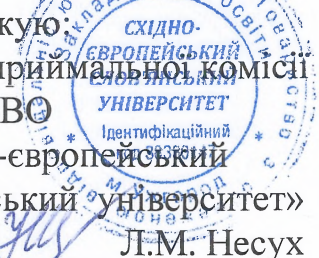


ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
«ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
СХІДНО-ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СЛОВ'ЯНСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ»

Затверджую
Голова приймальної комісії
ректор ЗВО
«Східно-європейський
слов'янський університет»
к.і.н. Л.М. Несух
29 березня 2021 р.



**ПРОГРАМА
ФАХОВОЇ СПІВБЕСІДИ**

**на базі освітньо-кваліфікаційного рівня молодший спеціаліст
або ступеня бакалавр
для вступу на навчання для здобуття освітнього ступеня «бакалавр»**

галузі знань *07 «Управління та адміністрування»*

спеціальність *073 «Менеджмент»*

освітня програма *Менеджмент спортивної діяльності
Менеджмент митної справи
Менеджмент місцевого самоврядування
Менеджмент туристичної індустрії*

Розроблено на засіданні кафедри
менеджменту, фінансів, обліку та оподаткування
(Протокол від «23» березня 2021 р. № 8)

Схвалено Вченою Радою
(Протокол № 8 від 25 березня 2021 р.)

Програма фахової вступної співбесіди для вступу на навчання для здобуття освітнього ступеня «бакалавр» за спеціальністю 073 «Менеджмент» за освітніми програмами менеджмент спортивної діяльності, менеджмент митної справи, менеджмент місцевого самоврядування та менеджмент туристичної індустрії, на базі раніш здобутого освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» або ступеня «бакалавр».

Укладачі: ст.вик. Т.Д.Вишневська
к.е.н. І.В. Штимак

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Програма розроблена на підставі Законів України «Про освіту» та «Про вищу освіту», Положення про організацію навчального процесу в Східно-європейському слов'янському університеті та Положення про приймальну комісію ЗВО «Східно-європейський слов'янський університет» 2020.

Мета фахової вступної співбесіди полягає у діагностиці рівня теоретичних знань, практичних умінь та навичок абітурієнтів, необхідних для опанування нормативних і варіативних дисциплін за програмою підготовки фахівця освітнього ступеня «бакалавр з менеджменту».

Вимоги до здібностей і підготовки абітурієнтів. Для успішного засвоєння дисциплін, передбачених навчальним планом підготовки фахівців освітнього ступеня «бакалавр з менеджменту» абітурієнти повинні мати:

освітньо-кваліфікаційний рівень «молодший спеціаліст» за спорідненою спеціальністю або за іншою спеціальністю (напрямом підготовки) або ступінь «бакалавр»;

володіти здібностями до засвоєння знань, умінь і навичок в галузі природничо-наукових, загальноекономічних та конкретно-економічних наук; вільно володіти державною мовою.

Характеристика змісту програми. Програма містить теоретичні питання зі змістовних модулів, які відображають окремі аспекти напряму підготовки, та інтегрує знання з декількох дисциплін, передбачених програмою підготовки молодших спеціалістів.

Організація проведення співбесіди

Організація проведення фахової співбесіди визначається положенням про приймальну комісію ЗВО «Східно-європейський слов'янський університет». Для проведення фахової співбесіди наказом ректора ЗВО «Східно-європейський слов'янський університет» створюється фахова комісія. Вступне випробовування у формі співбесіди з кожним абітурієнтом проводять не менше двох членів комісії.

Фахова вступна співбесіда проводиться в усній формі. Абітурієнт отримує для відповіді білет, в якому визначені 2 питання з наведеного в програмі переліку. Тривалість підготовки абітурієнта до відповіді не повинна перевищувати 30 хвилин.

Під час співбесіди екзаменатори відмічають правильність відповідей в протоколі співбесіди, який по закінченню співбесіди підписується екзаменаторами та абітурієнтом.

Інформація про результати співбесіди оголошується абітурієнту в день її проведення.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ

Змістовний модуль 1. Менеджмент та його характеристики

Зміст, історія розвитку та роль менеджменту. Сутність менеджменту та умови його здійснення. Історичний розвиток менеджменту як діяльності. Соціально-економічна природа управлінської праці та проблеми її наукової організації. Основи теорії і практики традиційного і сучасного менеджменту. Поняття організації та її види. Лінійна, штабна та лінійно-штабна організація. Секційна та матрична організація. Неформальна організація. Культура організації. Розвиток організації. Причини виникнення і особливості підприємств нового типу. Ресурсозберігаючі та розширені підприємства. Організаційні структури концернів і компаній в міжнародній практиці. Глобалізація і менеджмент. Основні напрямки еволюції менеджменту. Зміст та сутність планування, його види. Прогнозування і стратегічне планування. Класифікація планів на підприємстві. Тактика, політика, процедури, правила планування. Бізнес-планування.

Змістовний модуль 2. Закономірності, принципи, функції управління та їх характеристика

Поняття закономірностей і принципів менеджменту та їх класифікація. Принципи управління як основні закономірності і правила діяльності суб'єктів (органів управління та менеджерів) управління різними процесами, діями та організацією в цілому. Характеристика загальних, спеціальних і особливих принципів менеджменту, їх зміст, процедура застосування і шляхи розвитку.

Визначення класичних принципів менеджменту. Значення класичних принципів менеджменту в сучасних умовах. Сучасні принципи менеджменту. Особливості розвитку сучасних принципів менеджменту в Україні та за кордоном.

Сукупність функцій управління як основа змісту процесу менеджменту. Характеристика основних функцій управління: планування, організація, мотивація, контроль, їх сутність, зміст і взаємозв'язок.

Функції менеджменту. Делегування, відповідальність і повноваження. Лінійні і апаратні повноваження. Централізовані та децентралізовані організації. Поняття мотивації та класифікація мотиваційних теорій. Система стимулювання. Нематеріальні форми стимулювання праці. Суть і сенс

контролю. Процес контролю. Характеристики ефективного контролю.

Змістовний модуль 3. Менеджер в організації

Управлінське рішення в менеджменті. Поняття та загальна характеристика комунікацій. Комунікаційний процес, його елементи і етапи. Види комунікацій. Типи керівників. Вимоги до особистості сучасного менеджера. Керівництво, влада, лідерство. Стиль керівництва. Природа процесу прийняття рішень. Рішення-центральна ланка менеджменту. Умови і етапи прийняття управлінських рішень. Алгоритм прийняття рішень. Фактори, впливаючі на процес прийняття рішень. Зміст «науки управління». Огляд моделей управління. Підходи до прийняття управлінських рішень. Роль прогнозування в процесі прийняття управлінських рішень.

Управління колективами (групами) працівників. Поняття трудового колективу. Зміст процесу управління людьми. Методи управління колективом. Управління конфліктами в колективі. Поняття психології управління. Психологічні якості працівника та використання їх у процесі управління. Психологія та етика керівної діяльності. Стресові ситуації та управління ними. Організація управлінської праці. Поділ та кооперація праці в апараті управління. Організація робочого місця управлінця. Розташування робочих місць і умови праці службовців. Інформаційне забезпечення управлінської праці. Механізація й автоматизація управлінської праці. Культура управління.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна

1. Веснин В.Р. Менеджмент : учебник / В.Р. Веснин. - 3-є изд., перераб. и доп. - М. : ТК Велби ; Изд-во Проспект, 2006. - 504 с.
2. Виноградський М.Д., Виноградська А.М., Шкапова О.М. Менеджмент в організації. Навч. посібник. – К., 2002. – 654с.
3. Крушельницька О.В. Мотивація та оцінка діяльності персоналу: Навчальний посібник.-Житомир: ЖІТІ, 2000.-215с.
4. Кузьмін О.С. Основи менеджменту : підручник / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. - 2-е вид., випр., допов. - К.: Академвидав, 2007. - 464 с.
5. Осовська Г.В., Косовський О.А. Менеджмент організацій: Навчальний посібник.-К.:Кондор,2005.-860с.

Додаткова

1. Василенко В.О., Шматько В.І. Інноваційний менеджмент. Навчальний посібник. За ред. В.О.Василенко. - К.:ЦУЛ.Фенікс.2003. - 440 с.

2. Веснин В.Р. Менеджмент : учебник / В.Р. Веснин. - 3-є изд., перераб. и доп. - М. : ТК Велби ; Изд-во Проспект, 2006. - 504 с.
3. Вершигора Е.Е. Менеджмент: Учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 1998. – 256 с.
4. Завадський Й.С. Менеджмент. - Т. 1 - 2-ге вид..- К.: УФІМБ, 1998.-542с.
5. Завадський Й.С. Менеджмент. - Т. 2 - 3-ге вид..- К.: УФІМБ, 2002.-542с.
6. Кузьмін О.С. Основи менеджменту : підручник / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. - 2-е вид., випр., допов. - К.: Академвидав, 2007. - 464 с.
7. Кузьмін О.С. Теоретичні та прикладні засади менеджменту : навч. посіб. / О.С. Кузьмін, О.Г. Мельник. - 3-є вид., допов. і перероб. - Л. : Нац. ун-т «Львів, політехніка» (Инфор.-видав. центр «ІНТЕЛЕКТ+» Ін-ту післядипломної освіти) ; «Інтелект-захід», 2007. -384 с.
8. Лебедев О.Т., Каньковская А.Р. Основы менеджмента: Учебное пособие. Под ред. О.Т. Лебедева. 2-е изд. доп. - Спб.: ИД «МиМ». 1997. - 192 с.
9. Мартыненко Н.М. Технология менеджмента: Ученик для студентов высших учеб. заведений.- К.: МП "Леся", 1997.- 800 с.
10. Менеджмент: теорія і практика : навч. посіб. / А.А. Мазаракі, Г.Є. Мошек, ЛА. Гомба та ін. - К. : Атіка, 2007. - 564 с.
11. Немцов В.Д., Довгань Л.С., Сініок Г.Ф. Менеджмент організації: Навч. Посібник. К.: ТОВ «УВИК». - 2001. - 392 с.
12. Обер-Крис Дж. Управление предприятием. - М.:Сирин, 1998. - 256 с.
13. Общий менеджмент. Дайджест учебн. Курса / под ред. А.К. Казанцеві. М.: ИНФРА. - 2001. - 252 с.

МАРКЕТИНГ

Тема 1. Сутність маркетингу, його цілі й завдання.

Розвиток маркетингу — одна з головних умов виходу підприємства на світовий ринок. Методологічні підходи до характеристики маркетингу: концептуальний, функціональний, товарний, системно-поведінковий, інституційний, національний та управлінський.

Походження та еволюція концепції маркетингу. Виробничий, товарний, збутовий та соціально-етичний маркетинг. Основні поняття маркетингу: потреби, цінності, побажання, попит, товар, вартість, задоволення, обмін та ринок.

Тема 2. Основні характеристики маркетингу.

Принципи маркетингу: свобода вибору мети, завдань, стратегії і тактики; направленість на споживачів; спрямованість на кінцевий результат діяльності; активна ринкова політика; науковий підхід до розв'язання маркетингових проблем; комплексність дій; оптимальне поєднання централізації та децентралізації управління маркетинговою діяльністю; наявність відповідної

інфраструктури та фахівців.

Система засобів маркетингу. Маркетингова суміш та її елементи. Види сучасного маркетингу. Взаємозв'язок попиту та видів маркетингу.

Тема 3. Маркетингові дослідження.

Роль, мета і предмет маркетингових досліджень, їх основні принципи та завдання. Види маркетингових досліджень та їх характеристика: кабінетні, польові, пробного продажу, панельні, фокус-груп, ділових контактів. Алгоритм маркетингового дослідження.

Маркетингова інформація та її класифікація. Методи збирання первинної та вторинної маркетингової інформації. Джерела маркетингової інформації. Алгоритм збирання та інтерпретації маркетингової інформації. Навколишнє бізнес-середовище та мікросередовище підприємства як об'єкти маркетингових досліджень. Дослідження ринку, споживачів та конкуренції. Маркетингові дослідження підприємства. Світовий досвід дослідження ринків.

Тема 4. Маркетингова товарна політика.

Маркетингова товарна політика підприємства та її структура. Концепція та життєвий цикл товару (ЖЦТ). Особливості маркетингу на різних етапах ЖЦТ. Конкурентоспроможність товару та методи її визначення. Управління товарним асортиментом і номенклатурою товарів підприємства. Аналіз беззбитковості та збільшення випуску товарів. Горизонтальна, вертикальна та латеральна диверсифікація виробничої програми. Проблеми управління продукцією підприємства.

Тема 5. Маркетингова цінова політика.

Маркетингова цінова політика підприємства та її види. Алгоритм маркетингового розрахунку ціни. Система чинників ціноутворення. Попит та його еластичність. Управління цінами підприємства. Ринкові стратегії (політики) ціноутворення.

Методи прямого ціноутворення, їх різновиди та характеристика. Метод простих формул. Метод „середні витрати + прибуток”. Розрахунок цін на підставі маржинальних витрат. Методика встановлення цін на підставі попиту та з урахуванням умов конкуренції. Непряме маркетингове ціноутворення. Політика знижок. Кредитна політика підприємства.

Тема 6. Маркетингова політика розподілу.

Сутність маркетингової політики розподілу. Канали розподілу та їх функції. Типи каналів та їх характеристика. Формування каналів розподілу. Структура каналу та методи його формування. Економічні чинники вибору структури каналу розподілу. Комбіновані та множинні канали розподілу.

Тема 7. Маркетингова політика просування.

Управління каналами просування та його особливості. Оцінка збутової діяльності та її критерії. Ліквідація конфліктів у каналах просування. Посередницька діяльність у каналах просування. Посередницькі підприємства торговельних посередників: агенти, брокери, повірені, комісіонери, оптовики, відділи продажу, сервісні фірми, асемблери, торгові доми. Маркетингові функції посередника. Логістичні системи просування.

Тема 8. Сутність та види маркетингових комунікацій.

Сутність маркетингової політики комунікацій. Алгоритм формування комплексу. Визначення завдань маркетингової комунікації. Засоби комунікацій: реклама, пропаганда, стимулювання збуту, персональний продаж, прямий маркетинг, товар, система розподілу. Вибір засобів впливу.

Тема 9. Реклама в маркетинговій діяльності підприємства.

Реклама та її завдання. Класифікація. Алгоритм прийняття рішення з рекламування. Бюджет реклами. Рекламне звернення. Носії реклами, Тестування реклами.

Тема 10. PR в маркетинговій діяльності підприємства.

Пропаганда, її цілі та форми. Стимулювання збуту та його основні засоби, переваги та недоліки. Мотивування покупця.

Тема 11. Інтернет-маркетинг.

Використання Інтернету в маркетинговій діяльності. Інтернет-маркетинг і традиційний маркетинг: схожість і відмінності. Електронний бізнес та електронна комерція: масштаби та перспективи розвитку. Реклама з використанням Інтернету. Стимулювання збуту в Інтернеті.

Тема 12. Організація та контроль маркетингу.

Принципи формування служби маркетингу підприємства. Алгоритм формування маркетингової організаційної структури підприємства. Функціональна, товарна та матрична модель побудови відділу маркетингу. Модель орієнтована на ринки.

Контроль маркетингової діяльності підприємства та його поширення. Контроль річних планів збуту, ефективності маркетингових заходів, прибутковості.

Тема 13. План маркетингу підприємства.

Сутність поняття „новий товар”. Класифікація нових товарів. Продукція першого, другого та третього рівнів. Алгоритм планування нових товарів. Рейтингова оцінка нових товарів. Позиціонування продукції. Торгова марка, знак та назва. Упаковка товару. Пробний маркетинг. Причини невдач нових товарів.

Тема 14. Міжнародний маркетинг.

Міжнародний маркетинг: загальний огляд. Міжнародне середовище: економічний аспект. Соціально-культурне середовище міжнародного маркетингу. Міжнародне політико-правове середовище. Вибір зарубіжних ринків. Моделі виходу фірми на зовнішній ринок.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гончаров С. М. Практикум з маркетингу : навч. посібник / С. М. Гончаров, Н. Б. Кушнір. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 208 с.
2. Дікареєв О. І. Міжнародний маркетинг (на світовому ринку паливно-енергетичних ресурсів) : навч. посібник / О. І. Дікареєв. – К. : Персонал, 2009. – 254 с.
3. Корж М. В. Маркетинг : навч. посібник / М. В. Корж. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 344 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг по Котлеру: как создать, завоевать и удержать рынок = Kotler on marketing : Пер. с англ. / Ф. Котлер. – 4-е изд. – М : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 294с.
5. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг : навч. посібник / І. Л. Литовченко, В. П. Пилипчук. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 184 с.
6. Манн И. Б. Маркетинг на 100 %: ремикс: как стать хорошим менеджером по маркетингу / И. Б. Манн. – 6-е изд. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2009. – 256 с.
7. Маркетинг : опорний конспект лекцій / уклад. В.М. Торопков. – К. : КНТЕУ, 2008. – 136с.
8. Маркетинг технічних інновацій : навч. посібник / М. К. Сукач, І. В. Ніколенко, Г. О. Оборський та ін. – К. : Ліра-К, 2013. – 414с.
9. Маркетинг у галузях і сферах діяльності : навч. посібник / [за ред. І. М. Буднікевич]. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 536 с.
10. Маркетинг : опорний конспект лекцій / авт.: Є. В. Ромат, А. І. Зіміна, І. О. Бучацька, Л. Л. Данілова, Н. А. Даниленко, Т. В. Дубовик, Д. В. Яцюк, Н. О. Бориславська, К. С. Глушенко, А. С. Крепак, К. В. Березовик. – К. : КНТЕУ, 2012. – 159 с.
11. Маркетинг : опорний конспект лекцій / авт.: Є. В. Ромат, А. І. Зіміна, Н. А. Даниленко, О. І. Бучацька, Л. Л. Данілова, Т. В. Дубовик, Д. В. Яцюк, Н. О.

Бориславська, К. С. Глушенко, А. С. Крепак, К. В. Березовик. – К. : КНТЕУ, 2013. – 159 с.

12. Планування маркетингу : навч. посібник / О. А. Овечкіна, Д. В. Солоха, К. В. Іванова та ін. – 2-ге вид., переробл. та доп. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 352с.

13. Райс Э. Маркетинг снизу вверх: от тактики до бизнес- стратегии = By Al Ries and Jack Trout Bottom-Up Marketing / Эл. Райс, Джек Траут. – пер.с англ. – М., СПб., К. : Вильямс, 2009. – 224 с. : ил.

14. Соціально-етичний маркетинг : монографія / за заг. ред. А. А. Мазаракі ; [А. А. Мазаракі, Є. В. Ромат, Г. В. Алданькова, Л. І. Андрєєва, К. В. Березовик, І. О. Бучацька, О. В. Голік, П. О. Горбоконь, К. В. Гурджиян, Н. А. Даниленко, Л. Л. Данілова, Т. В. Дубовик, А. І. Зіміна та ін.]. – К. : КНТЕУ, 2013. – 328 с.

15. Череп А. В. Основи маркетингу : навч. посібник / А. В. Череп, О. С. Богма, О. Г. Череп. – К. : Кондор, 2014. – 226 с

16. Чучка І. М. Інтерактивний маркетинг : навч. посібник / І. М. Чучка, І. П. Студеняк. – К. : Кондор, 2009. – 122 с.

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Тема 1. Підприємство як суб'єкт господарювання.

Поняття, цілі й напрямки діяльності підприємств. Класифікація та структура підприємств. Добровільні та інституціональні об'єднання підприємств. Ринкове середовище господарювання підприємств.

Тема 2. Основи підприємницької діяльності

Підприємництво як сучасна форма господарювання. Державне регулювання підприємницької діяльності. Форми реалізації та основні напрямки економічної політики держави Державна реєстрація суб'єктів підприємництва

Тема 3. Управління підприємством

Сутність і функції процесу управління. Методи управління діяльністю підприємств. Організаційні структури управління підприємствами.

Тема 4. Персонал

Поняття, класифікація та структура персоналу. Кадрова політика на підприємстві. Оцінка персоналу як важливий елемент системи управління трудовим колективом. Зарубіжний досвід формування та ефективного використання трудового потенціалу фірми. Показники ефективності використання трудових ресурсів. Методи виміру продуктивності праці.

Тема 5 . Капітал. Виробничі фонди.

Загальна характеристика капіталу і виробничих фондів. Сутність, класифікація та структура основних фондів. Оцінка основних фондів.

Спрацювання, амортизація та відтворення основних фондів. Ефективність відтворення та використання основних фондів.

Тема 6. Нематеріальні ресурси та активи

Нематеріальні ресурси. Нематеріальні активи. Оцінка вартості та амортизація нематеріальних активів.

Тема 7 .Оборотні кошти

Економічна сутність, склад і структура оборотних коштів. Склад і структура оборотних фондів. Визначення потреби в оборотних коштах. Характеристика наявності і ефективного використання оборотних коштів. Шляхи поліпшення використання оборотних коштів.

Тема 8. Інвестиційні ресурси

Суть та значення інвестицій. Склад і структура інвестицій. Визначення необхідного обсягу та джерел фінансування інвестицій. Оцінка ефективності виробничих і фінансових інвестицій. Шляхи підвищення ефективності використання інвестицій.

Тема 9. Інноваційні процеси.

Загальна характеристика інноваційних процесів. Науково-технічний прогрес, його загальні та пріоритетні напрями. Організаційний прогрес. Оцінка ефективності технічних та організаційних нововведень.

Тема 10. Техніко-технологічна база виробництва

Характеристика техніко-технологічної бази виробництва. Організаційно-економічне управління технічним розвитком підприємства. Лізинг як форма оновлення технічної бази виробництва. Формування та використання виробничої потужності підприємства.

Тема 11. Організація виробництва

Структура та принципи організації виробничого процесу. Організаційні типи виробництва. Суспільні форми організації виробництва.

Тема 12. Виробнича і соціальна інфраструктура

Поняття, види та значення інфраструктури. Система технічного обслуговування. Соціальна інфраструктура та соціальна діяльність підприємства.

Тема 13. Регулювання, прогнозування та планування діяльності.

Державне економічне регулювання діяльності суб'єктів господарювання. Прогнозування розвитку підприємств. Методологічні основи планування. Стратегія розвитку підприємства та бізнес-планування. Тактичне й оперативне планування

Тема 14. Виробництво, якість і конкурентоспроможність продукції

Маркетингова діяльність і формування програми випуску продукції. Сутність, значення і задачі матеріально-технічного забезпечення виробництва. постачання і збуту. Стандартизація і сертифікація продукції, їх роль в забезпеченні якості продукції. Економічна ефективність і шляхи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції.

Тема 15. Продуктивність, мотивація та оплата праці.

Продуктивність праці персоналу. Мотивація трудової діяльності. Економічна сутність оплати праці. Форми і системи оплати праці. Особливості організації оплати праці в сучасних умовах.

Тема 16. Витрати і ціни на продукцію

Сутність і значення собівартості продукції як економічної категорії та її види. Структура собівартості і чинники, що її визначають. Управління витратами на підприємстві в сучасних умовах. Місце ціни в системі економічних категорій. Функції та принципи ціноутворення. Класифікація цін. Методи встановлення цін. Регулювання цін. Напрями вдосконалення ціноутворення на продукцію.

Тема 17. Фінансово-економічні результати й ефективність діяльності

Зміст і форми фінансової діяльності підприємства. Формування і використання прибутку. Оцінка фінансово-економічного стану підприємства. Економічна суть і загальна методологія визначення ефективності . Види ефективності. Чинники зростання ефективності діяльності підприємства.

Тема18. Економічна безпека підприємства

Змістово-типологічна характеристика економічної безпеки підприємства. Аналітична оцінка рівня економічної безпеки підприємства. Основні напрями організації економічної безпеки за окремими функціональними складовими. Служба безпеки підприємства.

Тема19. Реструктуризація і санація підприємств

Загальна характеристика процесу реструктуризації підприємств. Практика здійснення та ефективність реструктуризації підприємств. Санація (фінансове оздоровлення) суб'єктів.

Тема 20. Банкрутство і ліквідація підприємств

Банкрутство підприємств як економічне явище. Методичні основи визначення ймовірності банкрутства суб'єктів господарювання. Ліквідація збанкрутілих підприємств.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна

1. Економіка підприємства: Підручник/ за заг. ред. С.Ф. Покропивного. – К.: КНЕУ, 2000. – 528с.
2. Шваб Л.І. Економіка підприємства : Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: Каравела, 2004. – 568с.
3. Семернікова І.О., Мешкова – Кравченко Н.В. / Економіка підприємства : Навчальний посібник (курс лекцій). – Херсон: ОЛДІ – плюс, 2003. – 312 с.
4. Економіка підприємства : Збірник практичних задач і ситуацій : Навчальний посібник / За ред. д.е.н., професора Покропивного. – К.: КНЕУ, 2005. – 323 с.
5. Економіка підприємства: Індивідуальні завдання для самостійної роботи студентів і методичні вказівки до їх виконання: Навчальний посібник/ В.М. Данілін, Н.В. Мешкова-Кравченко, І.О. Семернікова, О.Г. Семернікова – Херсон, ХДТУ. – 2003. – 120с.
6. Економіка підприємства : Навчально – методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни, Г.О. Швиданенко, С.Ф. Покропивний, С.М. Клименко та інші – К.: КНЕУ, 2000. – 248 с.

Додаткова

1. Економіка підприємства / За ред. д.е.н., професора Й.М. Петровича – Л. Могнолія плюс, – 2006. – 580 с.
2. Сідун В.А., Пономарьова Ю.В. Економіка підприємства : Навчальний посібник: - К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 356 с.
3. Ковальчук І.В. Реальна економіка / Навчальний посібник з економіки підприємства. – К.: ВІПОЛ, 2002. – 335 с.
4. Свинцицька О.М. Планування діяльності підприємства: Навчальний посібник. – К.: Видавництво Епроп. ун – ту, 2004. – 232 с.
5. Економіка підприємства: Навч. посіб./ За ред. А.В. Шегди. – К.: Знання, 2005. – 431с.
6. Фінансова діяльність підприємства: Підручник / Бандурка О.М., Коробов М.Я., Орлов П.Т., Петрова К.Я. – К.: - Либідь, 2003. – 384 с.
7. Экономика предприятия: Учебник / Под. ред. проф. О.И. Волкова. – М.: - Инфра – М, 2002. – 280 с.

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИКА ОЦІНЮВАННЯ ФАХОВОЇ ВСТУПНОЇ СПІВБЕСІДИ ВИМОГИ ДО ВІДПОВІДІ АБІТУРІЄНТА

В процесі фахової співбесіди абітурієнт має виявити достатній рівень набутих знань і вмінь.

Підсумкова оцінка за результатами вступної фахової співбесіди визначається за шкалою від 100 до 200 балів за наступними критеріями:

191-200 балів абітурієнт отримує, виявивши такі знання та вміння:

- повне, логічне та послідовне розкриття змісту матеріалу, поставленого завдання
- вільне володіння спеціальною термінологією
- досконале застосуванні одержаних знань, умінь та навичок з різних дисциплін для правильного вирішення всіх поставлених завдань.

161-190 балів абітурієнт отримує, виявивши такі знання та вміння:

- послідовне розкриття змісту матеріалу, поставленого завдання
- вільне володіння спеціальною термінологією, можливі деякі неточності
- в основному правильне застосування одержаних знань, умінь та навичок з різних дисциплін для вирішення більшості поставлених питань.

124-160 балів абітурієнт отримує, виявивши такі знання та вміння:

- зміст питань викладено частково, не завжди послідовно
- у відповідях є помилки у використанні окремих понять
- при вирішенні поставленого завдання абітурієнт не розуміє шляхів практичного використання одержаних знань

100-123 бали абітурієнт отримує, виявивши такі знання та вміння:

- основний зміст завдання розкрито
- допущено грубі помилки у відповідях
- відсутнє володіння спеціальною термінологією.

У разі використання заборонених джерел абітурієнт на вимогу члена комісії залишає аудиторію та одержує загальну нульову оцінку.