

УМАНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ПАВЛА ТИЧИНИ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА
БІЗНЕС-ОСВІТИ

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Перший проректор

_____/А. М. Гедзик/

«___» _____ 2016 р.

ПРОГРАМА

державного екзамену за фахом для студентів ОС «магістр»
денної та заочної форм навчання
спеціальності 8.18010016 «Бізнес-адміністрування»

ПОГОДЖЕНО

науково-методична комісія ННІ економіки та бізнес-освіти

протокол № __ від «__» _____ 2016 р.

Голова НМК

_____ доц. Н. О. Пачева

СХВАЛЕНО

кафедра маркетингу та управління бізнесом

протокол № __ від «__» _____ 2016 р.

зав. кафедри маркетингу та управління бізнесом

_____ доц. К. А. Олійник

I. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Програма державного екзамен у студентів освітнього рівня «Магістр» спеціальності 8.18010016 «Бізнес-адміністрування» розроблена відповідно до навчального плану підготовки магістрів згідно освітньо-професійної програми, ухваленої Вченою радою Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Метою даної програми є забезпечення випускників необхідною інформацією щодо структури і змісту державного екзамен за фахом, а також створення необхідних умов для оцінки знань, набутих ними у процесі навчання за освітньо-професійною програмою підготовки магістра за спеціальністю «Бізнес-адміністрування».

Державний екзамен за фахом визначає рівень засвоєння студентами матеріалів наведених вище економічних та управлінських дисциплін, вміння самостійно аналізувати складні явища та процеси суспільно-економічного розвитку, активно використовувати набуті знання у своїй професійній та суспільній діяльності.

Державний екзамен за фахом є продовженням навчально-виховного процесу, складовою частиною завершального етапу підготовки магістрів за спеціальністю «Бізнес-адміністрування». Головним завданням є контроль та оцінка рівня знань, отриманих студентом протягом 1 року і 5 місяців навчання. Реалізація цього завдання припускає перевірку методичних та теоретичних принципів, проблем і положень опанованих дисциплін, а також вміння їх використовувати в аналізі управлінських явищ і практичній діяльності. Важливим завданням є виявлення навичок вирішення практичних задач, конкретного аналізу проблемних ситуацій.

Державний екзамен за фахом виконує виховне завдання. У конкретному вираженні воно виявляється у вмінні студента самостійно, логічно й послідовно висловлювати свої економічні переконання, здійснювати самоконтроль та критично оцінювати власні знання і навички.

Перелік дисциплін державного екзамену:

1. Бізнес-планування
2. Менеджмент персоналу
3. Маркетинговий менеджмент
4. Управління міжнародним бізнесом

Державний екзамен за фахом передбачає виконання певних атестаційних кваліфікаційних завдань, є адекватною формою кваліфікаційних випробувань, яка об'єктивно і надійно визначає рівень освітньої та професійної підготовки випускників Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти УДПУ імені Павла Тичини.

Форма проведення державного підсумкового екзамену - письмова із застосуванням екзаменаційних білетів. Підготовка екзаменаційних білетів здійснювалася викладачами кафедри маркетингу та управління бізнесом. Екзаменаційні білети у кількості 30 штук були розглянуті на засіданні кафедри маркетингу та управління бізнесом (протокол № 4 від 16 листопада 2016 року). Кожен білет містить 4 теоретичні завдання з наступних дисциплін: бізнес-планування, менеджмент персоналу, маркетинговий менеджмент та управління міжнародним бізнесом.

Під час підготовки до державного екзамену за фахом велику роль відіграють консультації. Консультація організовується для потоку студентів на самому початку тижневого терміну, виділеного для підготовки й складання державного екзамену за фахом. На консультації пропонуються методичні рекомендації з організації самостійної роботи в період підготовки до державного екзамену за фахом.

На консультації ознайомлюють студентів з обсягом вимог, що висуваються на екзамені та з характером питань екзаменаційних білетів, користуючись при цьому навчальними програмами з відповідних курсів.

На консультації викладачі розповідають студентам:

- про принципи групування питань в екзаменаційних білетах;
- про місце (аудиторії), час та порядок проведення екзамену;

- про режим роботи в дні підготовки до екзамену, включаючи режим роботи бібліотеки, тощо;

- про методичні вказівки до підготовки і проведення державного екзамену за фахом.

Консультація має також за мету надати студентам допомогу у вивченні нових і найбільш складних питань фахових дисциплін.

Окрім групових консультацій, в міру необхідності, проводяться й індивідуальні. Для цього, протягом тижневого терміну, виділеного для підготовки та складання державного екзамену за фахом, на кафедрі маркетингу та управління бізнесом затверджується графік консультацій та організовуються чергування викладачів. Про це своєчасно інформуються студенти.

Оцінювання результатів складання державного екзамену за фахом здійснюється у порядку, передбаченому прийнятою в університеті системою контролю знань за 100-бальною шкалою ECTS:

90–100 балів – відмінно;

82–89 балів – добре;

75–81 бали – добре;

69–74 бали – задовільно;

60–68 бали – задовільно;

менше 60 балів – незадовільно.

Оцінка «відмінно» ставиться, якщо студент дає повні відповіді на запитання і показує при цьому глибоке оволодіння матеріалом, знання відповідної літератури, здатний висловити власне ставлення до альтернативних міркувань з даної проблеми, проявляє вміння самостійно та аргументовано викладати матеріал, аналізувати явища й факти, робити самостійні узагальнення й висновки, правильно виконує навчальні завдання.

Оцінка «добре» виставляється за умови дотримання таких вимог: питання висвітлені повно, викладення матеріалу логічне, обґрунтоване фактами, з посиланнями на відповідні літературні джерела, висвітлення

питань завершене висновками, студент виявив уміння аналізувати факти й події, а також наводити приклади. Але у відповідях допущені неточності, деякі незначні помилки, має місце недостатня аргументованість при викладенні матеріалу, нечітко виражене ставлення студента до фактів і подій.

Оцінка «задовільно» виставляється в тому разі, коли студент у цілому оволодів суттю питання, виявляє знання матеріалу, навчальної літератури, намагається аналізувати факти й події, робити висновки. Але дає неповні відповіді на запитання, припускається грубих помилок при висвітленні теоретичного матеріалу.

Оцінка «незадовільно» виставляється в разі, коли студент виявив неспроможність висвітлити питання чи питання висвітлені неправильно, безсистемно, з грубими помилками, відсутні розуміння основної суті питань, висновки, узагальнення.

II. ЗМІСТ ДЕРЖАВНОГО ЕКЗАМЕНУ ЗА ФАХОМ

1. «БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ»

Тема 1. Бізнес-план у ринковій системі господарювання.

Об'єктивна необхідність планування підприємницької діяльності. Суть поняття “бізнес-план”. Класифікація бізнес-планів. Цілі розробки бізнес-плану. Формування інформаційного поля бізнес-плану. Суть поняття “інформаційне поле бізнес-плану”. Основні складові інформаційного поля. Джерела отримання та вимоги до якості інформації. Загальна методологія розробки бізнес-плану. Характеристика і призначення початкової, підготовчої та основної стадій розробки бізнес-плану.

Тема 2. Підготовча стадія розробки бізнес-плану.

Логіка процесу стратегічного планування на підготовчій стадії розробки бізнес-плану. Основні цілі і складові зовнішнього аналізу. Аналіз загальноекономічних чинників зовнішнього середовища фірми. Основні складові галузевого аналізу. Поняття “ключові фактори успіху”. Оцінка конкурентної позиції фірми. Основне завдання і сутність внутрішнього аналізу. Основні елементи оцінки сильних і слабких сторін фірми. Використання форми балансу в процесі внутрішнього аналізу. SWOT-аналіз. Визначення місії та формування цілей діяльності фірми. Аналіз стратегічних альтернатив і вибір стратегії бізнесу.

Тема 3. Структура, логіка розробки й оформлення бізнес-плану.

Формування структури бізнес-плану. Фактори, що впливають на зміст і структуру бізнес-плану. Структура бізнес-плану, орієнтованого на залучення інвестицій у виробничу діяльність. Логіка розробки бізнес-плану. Загальні вимоги до стилю написання бізнес-плану. Форма титульного аркуша та правила оформлення змісту.

Тема 4. Продукт (послуги) фірми і ринок.

Цілі, логіка розробки та структура розділу “Галузь, фірма та її продукція”. Аналіз поточного стану справ у галузі. Основні складові

концепції “поведінки” фірми в галузі. Загальна характеристика фірми. Продукт та(або) послуги фірми. Захист продукції патентами, товарними знаками. Перспективи розвитку бізнесу в майбутньому. Цілі, логіка розробки та структура розділу “Дослідження ринку”. Загальна характеристика ринку продукту. Вибір цільового ринку продукції фірми. Обґрунтування вибору місця розташування фірми. Оцінка впливу зовнішніх чинників на бізнес. Конкурентна позиція фірми.

Тема 5. Маркетинг - план.

Завдання маркетинг-плану. Цілі та логіка розробки маркетинг-плану. Етапи процесу формування цілей маркетингової діяльності фірми. Стратегія маркетингу. Етапи опрацювання стратегії маркетингу. Засоби реалізації стратегії маркетингу. Прогнозування обсягів продажу продукції фірми.

Тема 6. Виробничий план.

Завдання та логіка розробки виробничого плану. Зміст виробничого плану. Основні виробничі операції. Машини та устаткування, комплектуючі вироби. Виробничі і невиробничі приміщення. Додаткові відомості, що можуть бути наведені у виробничому плані.

Тема 7. Організаційний план.

Цілі та логіка розробки організаційного плану. Структура організаційного плану. Характеристика основних розділів організаційного плану. Обґрунтування вибору організаційної форми бізнесу. Визначення потреб фірми в персоналі. Організаційна схема управління фірмою. Кадрова політика фірми.

Тема 8. Оцінка ризиків.

Сутність ризику. Типи можливих ризиків. Цілі розробки та структура розділу “Оцінка ризиків”. Концепція управління ризиками. Способи реагування на небезпеки та загрози для бізнесу фірми. Заходи з мінімізації або нейтралізації негативних наслідків можливих ризиків.

Тема 9. Фінансовий план.

Завдання розробки та значення фінансового плану. Особливості розробки фінансового плану. Структура фінансового плану. Завдання розробки і процедура складання плану доходів і витрат, плану грошових надходжень і виплат, планового балансу. Очікувані фінансові коефіцієнти. Аналіз чутливості. Фінансові потреби фірми й умови повернення коштів потенційним кредиторам та інвесторам.

Тема 10. Оформлення, презентація та експертиза бізнес-плану.

Цілі та завдання презентації бізнес-плану. Чинники, що приваблюють потенційних кредиторів та інвесторів до фінансування та співробітництва. Зміст та організація проведення презентації бізнес-плану. Засоби підвищення ефективності презентації.

2. «МЕНЕДЖМЕНТ ПЕРСОНАЛУ»

Тема 1. Методологічні аспекти менеджменту персоналу

Менеджмент персоналу підприємств як предмет наукових досліджень. Актуальні проблеми, які потребують постійного науково-методичного супроводження. Ключові поняття менеджменту персоналу: менеджмент, персонал, організація. Організація як соціальний інститут і об'єкт менеджменту. Спільна праця в організації. Об'єктивна необхідність управління спільною працею.

Персонал організації та його структура. Основні якісні характеристики персоналу. Менеджмент персоналу підприємств як об'єктивне соціальне явище та сфера професійної діяльності. Цілі, об'єкти, суб'єкти, функції, принципи та засоби менеджменту персоналу. Зв'язки менеджменту персоналу з внутрішнім і зовнішнім середовищем організації. Продукт (результат) менеджменту персоналу. Менеджмент персоналу підприємств як навчальна дисципліна.

Тема 2. Стратегія та політика менеджменту персоналу організації

Зміст і завдання стратегії та політики менеджменту персоналу організації. Зовнішні та внутрішні чинники стратегії і політики менеджменту персоналу.

Під стратегією та політикою менеджменту персоналу організації розуміють систему теоретичних поглядів, ідей, принципів, які визначають основні напрями роботи з персоналом, її форми й методи. Вони розробляються власниками організації, радою акціонерів, вищим керівництвом, кадровими службами разом з профспілковими та громадськими організаціями для визначення генерального напрямку й засад роботи з кадрами, загальних і специфічних вимог до них, а також для обґрунтування необхідності використання конкретних методів і форм набору, розстановки та використання персоналу організації.

Характеристика та відмінності політики менеджменту персоналу в умовах бюрократичної та партеналістської моделей ринку праці.

Тема 3. Ресурсне забезпечення менеджменту персоналу

Нормативно-правова база менеджменту персоналу. Кодекс законів про працю України, Закон України „Про зайнятість населення”, Закон України „Про колективні договори і угоди”, Закон України „Про оплату праці”, Закон України „Про охорону праці”, Класифікатор професій та інші законодавчі акти, які регулюють трудову діяльність. Документи, які розробляються і затверджуються керівництвом організації для внутрішнього використання: Правила внутрішнього трудового розпорядку, колективний договір, положення про структурні підрозділи організації, посадові інструкції.

Науково-методичне забезпечення менеджменту персоналу. Довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників. Міжгалузеві норми та нормативи. Конвенції та рекомендації Міжнародної організації праці.

Інформаційна база менеджменту персоналу. Відмінність між даними та інформацією. Вимоги, яким повинна відповідати інформація. Інформаційна система менеджменту персоналу.

Кадрове забезпечення менеджменту персоналу. Розподіл ролей між лінійними керівниками та службою персоналу у вирішенні завдань менеджменту персоналу. Основні тенденції у галузі менеджменту персоналу, характерні для зарубіжних фірм та компаній.

Матеріально-технічне забезпечення менеджменту персоналу. Прості пристрої і знаряддя праці, організаційна техніка та обчислювальні машини.

Фінансове забезпечення менеджменту персоналу. Джерела коштів на оплату праці та інші форми матеріального заохочення найманих працівників.

Тема 4. Соціально-психологічні аспекти менеджменту персоналу

Знання керівниками основ психології менеджменту - необхідна передумова ефективного управління спільною діяльністю. Керівна й виховна роль керівника. Особисті якості керівника, вимоги до нього як до лідера.

Соціально-психологічні фактори трудової поведінки персоналу. Потреби та ціннісні орієнтації працівників, урахування їх у процесі мотивації трудової поведінки. Комунікації в управлінні персоналом. Сутність та структура спілкування. Функції спілкування в управлінні персоналом. Види (жанри) управлінського спілкування. Сутність зворотного зв'язку, його значення для ефективного управління. Стресові фактори й управління ними.

Типи та причини конфліктів. Управління конфліктною ситуацією. Закономірності формування позитивного соціально-психологічного клімату. Соціально-психологічні резерви колективу і методи їх використання для підвищення ефективності діяльності організації.

Тема 5. Служба персоналу й кадрове діловодство

Специфіка діяльності служб персоналу у ринкових умовах. Роль служби персоналу у формуванні конкурентоспроможного персоналу. Структура, функції та завдання служби персоналу. Співробітництво служби персоналу з іншими структурними ланками організації. Права, обов'язки й відповідальність керівника служби персоналу. Професійно-кваліфікаційні вимоги до сучасного керівника служби персоналу.

Номенклатура справ з кадрового діловодства. Склад кадрової документації та її призначення. Документаційне забезпечення руху кадрів. Ведення особових справ. Облік особового складу організації. Особові картки, штатно-посадова книга, алфавітна книга. Комп'ютеризація кадрового діловодства.

Тема 6. Планування та формування персоналу

Об'єктивні й суб'єктивні чинники зміни потреб організації в персоналі. Інформаційна база для визначення поточних і перспективних потреб організації у персоналі. Аналіз наявної чисельності та структури персоналу. Методи визначення потреб організації у персоналі різних функціональних категорій: штатно-номенклатурний, балансовий, нормативний, екстраполяції, експертних оцінок, математичного моделювання.

Зовнішній та внутрішній ринки праці як джерела поповнення й оновлення персоналу. Переваги та недоліки зовнішніх і внутрішніх джерел. Маркетинг ринку праці та ринку освітніх послуг. Методи професійного підбору персоналу. Вивчення документів, співбесіда, анкетування, тестування, перевірка рекомендацій, графологічна експертиза.

Тема 7. Розвиток персоналу

Розвиток персоналу як засіб забезпечення його конкурентоспроможності. Сутність, соціально-економічне значення і завдання розвитку персоналу. Основні положення концепції людського капіталу.

Первинна професійна підготовка кадрів у профтехучилищах, вищих навчальних закладах та на виробництві. Підвищення кваліфікації та перепідготовка кадрів. Післядипломна освіта керівників, професіоналів і фахівців. Програми „Магістр бізнес-адміністрування” (МВА). Система неперервного навчання персоналу. Сутність, значення та організація планування трудової кар'єри. Професійна кар'єра та кар'єра в організації. Планування й організація професійно-кваліфікаційного просування працівників. Професійно-кваліфікаційне просування керівників,

професіоналів і фахівців. Створення й підготовка резерву на заміщення вакантних посад керівників.

Тема 8. Управління процесами руху персоналу

Поняття руху персоналу в організації. Види та фактори руху персоналу. Показники обороту, плинності та стабільності персоналу, методи їх визначення.

Основні процеси руху персоналу: уведення в посаду, адаптація, професійні переміщення, підвищення по службі, пониження посади, звільнення. Абсентеїзм, його причини, наслідки та методи регулювання.

Підстави для припинення трудової угоди. Наслідки та практичні дії роботодавців за умов скорочення працівників. Система заходів пристосування персоналу до економічних змін. Практика пристосування персоналу до економічних змін у зарубіжних фірмах та компаніях.

Тема 9. Регулювання трудової діяльності персоналу

Значення та завдання регулювання трудової діяльності персоналу організації. Чинники ефективності діяльності організації.

Створення умов для ефективної діяльності персоналу. Визначення мети діяльності організації. Планування діяльності трудового колективу. Кадрове забезпечення ефективної діяльності організації. Нормативно-правове, організаційно-економічне та інженерно-технічне забезпечення трудової діяльності персоналу.

Підтримання встановленого ритму виробництва. Ресурсне забезпечення трудової діяльності персоналу, поточне обслуговування та оперативне регулювання виробничих і трудових процесів, облік, контроль та оцінювання результатів діяльності.

Адміністративні, економічні, правові та соціально-психологічні методи управління персоналом. Засоби регламентування діяльності першого керівника організації, його заступників, структурних підрозділів та посадових осіб. Типова структура положення про структурний підрозділ Структура

посадової інструкції. Правила поведінки й дисциплінарні процедури. Зміст і призначення Правил внутрішнього трудового розпорядку.

Тема 10. Управління робочим часом працівників

Поняття робочого часу як універсальної міри кількості праці.

Законодавство України про регулювання робочого часу. Регулювання робочого часу протягом тижня. Обмеження роботи в нічний час, у вихідні та святкові дні. Робота в надурочний час. Регулювання тривалості відпусток.

Правила внутрішнього трудового розпорядку як засіб регулювання робочого часу в конкретній організації. Регулювання режимів праці й відпочинку протягом зміни, доби, тижня та року. Гнучкі режими праці.

Методи аналізу ефективності використання робочого часу. Табельний облік використання робочого часу. Фотографія робочого дня.

Тема 11. Створення сприятливих умов праці

Поняття умов праці в організації. Соціально-економічні, техніко-організаційні та природні фактори умов праці, їх вплив на здоров'я, працездатність людини, продуктивність праці та інші економічні показники. Санітарно-гігієнічні, психофізіологічні, естетичні, соціально-психологічні та технічні елементи умов праці.

Державне регулювання умов праці. Гігієнічна класифікація умов праці. Оптимальні, допустимі, шкідливі, небезпечні умови праці. Оцінювання умов праці на виробництві. Атестація робочих місць. Типова методика оцінювання умов праці. Інтегральне бальне оцінювання важкості праці в конкретних умовах виробництва. Засоби компенсації впливу на працівників несприятливих умов праці.

Основні напрямки поліпшення умов праці на виробництві. Економічні та соціальні показники оцінювання ефективності заходів з удосконалення умов праці.

Тема 12. Оцінювання персоналу

Об'єктивна необхідність та значення оцінювання персоналу. Сутність, цілі та завдання оцінювання персоналу. Елементи процесу оцінювання

персоналу. Об'єкти та суб'єкти оцінювання персоналу. Вимоги, які висуваються до розробки критеріїв оцінювання.

Система оцінки персоналу та її види. Модель комплексної оцінки персоналу. Методи оцінювання персоналу. Метод «есе», графічна шкала оцінок, метод розподілу працівників усередині групи в межах заданих інтервалів, алфавітно-числова шкала, оцінка персоналу за досягненням поставлених цілей. Атестація керівників, професіоналів і фахівців: періодичність, види, функції, документація, процедура проведення та використання результатів. Центри оцінки персоналу, їх переваги у порівнянні з іншими методами оцінювання персоналу.

Тема 13. Мотивація та стимулювання персоналу

Місце мотивації персоналу в системі ринкових відносин. Потреби людини як провідна ланка мотивації персоналу, їх класифікація. Сутність, значення і взаємозв'язок категорій „мотив”, „інтерес”, „стимул” і „стимулювання”. Сучасні трактування сутності мотивації персоналу. Матеріальна мотивація трудової діяльності: сутність, основні положення і значення. Чинники, які впливають на рівень матеріальної мотивації. Еволюція полії юси доходів і її вплив на стан матеріальної мотивації. Взаємозв'язок заробітної плати, ефективності та доходів.

Сутність та функції заробітної плати. Чинники диференціації заробітної плати. Основні складові організації заробітної плати за умов ринкової системи господарювання.

Тарифна система оплати праці та її місце в мотиваційному механізмі. Вдосконалення тарифних умов оплати праці керівників, професіоналів, фахівців і працівників за традиційного підходу до побудови їх. Нові підходи до побудови тарифної системи: гнучка тарифна система, безтарифна (пайова) система, єдина тарифна система оплати праці. Нормування праці та його роль у визначенні заробітної плати. Роль систем оплати праці в посиленні мотивації трудової діяльності. Класифікація систем заробітної плати. Умови

ефективного використання форм заробітної плати. Преміальне положення: структура, вимоги до побудови.

Зміни у структурі мотивів як об'єктивна закономірність. Методи нематеріальної мотивації трудової діяльності: збагачення змісту праці, розвиток колективних форм, удосконалення умов праці, розвиток виробничої демократії, запровадження гнучких графіків роботи, підвищення інформованості персоналу.

Тема 14. Соціальне партнерство в організації

Об'єктивні передумови виникнення соціального партнера та чинники його розвитку. Роль Міжнародної організації праці в розвитку соціального партнерства. Основні міжнародні норми з питань колективно-договірного регулювання соціально-трудова відносин.

Сутність та значення соціального партнерства. Форми соціального партнерства. Принципи, на яких має функціонувати соціальне партнерство.

Роботодавці та наймані працівники як основні сторони соціальною партнерства. Функції держави у соціальному партнерстві. Сутність поняття „суб'єкт соціального партнерства”. Групи суб'єктів соціального партнерства.

Колективний договір як форма оптимізації інтересів соціальних партнерів. Виробнича демократія як складова форм соціального партнерства. Напрями розвитку виробничої демократії. Економічні та соціальні аспекти розвитку виробничої демократії. Актуальні проблеми розвитку виробничої демократії на підприємствах України за сучасних умов.

Тема 15. Ефективність менеджменту персоналу

Загальні засади ефективності в економіці та управлінні. Головне економічне завдання виробничого підприємства, будь-якої комерційної організації. Принцип економічної доцільності в менеджменті персоналу. Сутність понять „ефект”, „ефективність” та „ефективність менеджменту персоналу”. Чинники, які визначають ефективність менеджменту персоналу.

Витрати на персонал. Групи витрат роботодавців на персонал. Пряма оплата, оплата за невідпрацьований час, премії та нерегулярні виплати,

витрати на соціальне забезпечення працівників, витрати на професійне навчання, витрати на утримання громадських служб та їхні елементи. Сутність та показники економічної ефективності менеджменту персоналу. Сутність методу порівняння в аналізі економічної ефективності менеджменту персоналу. Сутність та показники соціальної ефективності менеджменту персоналу.

3. «МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Тема 1. Зміст і категорії маркетингового менеджменту

Завдання і структура дисципліни «Маркетинговий менеджмент». Взаємозв'язок маркетингового менеджменту з менеджментом інших функціональних аспектів діяльності підприємства (виробничим менеджментом, інноваційним менеджментом, менеджментом персоналу, фінансовим менеджментом). Зміст маркетингового менеджменту. Категорії маркетингового менеджменту. Об'єкти і суб'єкти маркетингового менеджменту. Етапи еволюції концепції маркетингового менеджменту. Сутність концепцій маркетингового менеджменту: виробничо - орієнтована, продуктово - орієнтована, збутово - орієнтована, ринкова (маркетингова). Новітні концепції маркетингового менеджменту маркетингового менеджменту: стратегічна, соціально-етична, холістична. Проблеми і тенденції розвитку маркетингового менеджменту.

Тема 2. Маркетинговий менеджмент в системі управління підприємством

Модель процесу управління маркетингом підприємства. Внутрішнє середовище системи «маркетинг». Зовнішнє середовище системи «маркетинг». Ієрархія системи «маркетинг-підприємство». Функціональні області та рівні управління. Визначення цілей, стратегій маркетингової стратегії підприємства. Стратегії маркетингу. Стратегічне управління маркетингом: об'єкти та завдання. Оперативне управління маркетингом:

об'єкти та завдання. Функції маркетингового менеджменту: маркетингове планування, організація маркетингової діяльності, мотивація маркетингової діяльності, маркетинговий контроль. Функції маркетингу і види маркетингової діяльності в межах кожної функції. Проблеми узгодження маркетингового менеджменту системою управління підприємств України.

Тема 3. Маркетинговий аналіз в управлінні маркетингом підприємства

Роль стратегічного ситуаційного аналізу в процесі управління маркетингом. Проблеми вибору та обґрунтування методів аналізу. Об'єкти стратегічного ситуаційного аналізу, SWOT- аналізу. Стратегічний аналіз комплексу маркетингу, елементів маркетингової діяльності підприємства. Місія підприємства як основа визначення та аналізу цілей маркетингової діяльності. Ієрархія цілей підприємства. Проблеми аналізу процесу управління маркетингом підприємств України. Проблеми вибору методів маркетингового аналізу. Вибір засобів маркетингового менеджменту підприємства: розробка організаційного механізму; формування програм реалізації маркетингової стратегії, підбір необхідних ресурсів; бюджетування.

Тема 4. Тактичне й оперативне планування маркетингу

Етапи загального корпоративного стратегічного планування. Сутність окремих етапів розробки та реалізації маркетингового стратегічного плану. Зміст маркетингового планування. Мета та завдання маркетингового планування. Маркетинговий план та його взаємозв'язок з бізнес - планом підприємства. Види планів маркетингу залежно терміну, масштабів, предмету, об'єкту планування та залежно від спрямованості процесу розроблення плану. Принципи маркетингового планування. Характеристика етапів процесу маркетингового планування: аналіз проблеми; визначення мети та завдань маркетингової діяльності; пошук альтернатив вирішення існуючої проблеми, оцінка найкращого варіанту вирішення проблеми та визначення його наслідків, прогнозування розвитку, прийняття рішення та постановка планового завдання, моніторинг виконання плану.

Визначення та завдання тактичного плану маркетингу. Сутність і процедури маркетингового оперативного планування. Етапи (річний цикл) оперативного планування маркетингу. Структура та зміст оперативного плану маркетингу. Проблеми вибору і обґрунтування методів розробки оперативного та тактичного планів маркетингу підприємствами України. Преваги сітьових методів планування. Алгоритм сітьового планування. Будування сітьового графа виконання робіт згідно маркетингового плану.

Тема 5. Організація маркетингу на підприємстві

Принципи організації маркетингу на підприємстві (цілеспрямованість, чіткість, гнучкість, наукова обґрунтованість, координованість, стимулювання, ієрархія рівнів управління, ефективність). Фактори, що впливають на вибір маркетингових структур. Типи маркетингових структур. Інтегровані та не інтегровані маркетингові структури. Моделі побудови інтегрованих маркетингових структур. Структури організаційних служб маркетингу побудовані за функціональною, продуктовою, клієнтурною, географічною ознакою: переваги та недоліки застосування. Тимчасові (матричні) та змішані форми побудови маркетингових інтегрованих структур на підприємстві.

Сучасні тенденції та проблеми побудови маркетингових підрозділів підприємств та розподілу функціональних обов'язків їх працівників. Нові посади в сфері маркетингової діяльності (теперішня термінологія). Розподіл функцій маркетингу між фахівцями в службах підприємства. Обґрунтування необхідності залучення аутсорсерів. Особливості побудови маркетингових структур підприємств України.

Тема 6. Контроль маркетингової діяльності

Контроль, як завершальна стадія процесу маркетингового менеджменту. Зміст, завдання та функції контролю маркетингової діяльності підприємства: діагностична і прогнозна. Термінологічне визначення процесу маркетингового контролю (контроль і контролінг маркетингової діяльності). Характеристика етапів маркетингового контролю: установки стандартів, виміру (оцінки) фактично досягнутих результатів і проведення коректувань).

Модель маркетингового контролю. Класифікація видів маркетингового контролю: за часом здійснення, за рівнем планування, відносно організації, за регулярністю проведення. Особливості стратегічного і оперативного контролю маркетингової діяльності. Маркетинговий аудит та маркетингова ревізія. Види та об'єкти маркетингової ревізії. Принципи організації маркетингового контролю. Проблеми оцінювання ефективності маркетингової діяльності, результативності маркетингової діяльності підприємства.

4. «УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМ БІЗНЕСОМ»

Тема 1. Глобалізація економіки і управління міжнародним бізнесом.

Інтернаціоналізація і глобалізація світової економіки. Фактори глобалізації міжнародного бізнесу. Роль міжнародних компаній в глобалізації бізнесу. Основні напрямки інтернаціоналізації українського бізнесу. Місце та роль курсу міжнародного бізнесу в управлінській підготовці спеціалістів.

Тема 2. Міжнародне середовище бізнесу.

Міжнародна корпорація і зовнішнє середовище. Основні елементи зовнішнього середовища міжнародного бізнесу. Економічний сектор міжнародного середовища. Постачальники ресурсів. Конкуренти.

Технологічний сектор зовнішнього середовища. Вплив національних культур. Політичний сектор зовнішнього середовища. Особливості аналізу зовнішнього середовища міжнародного бізнесу.

Тема 3. Організаційно-правові форми міжнародного бізнесу.

Системи організаційно-правових форм бізнесу в Україні і в інших країнах світу. Напрями організаційних перетворень у міжнародних корпораціях і їхніх структурних одиницях. Зміна організаційно-правової форми, складу власників, структури капіталу.

Фактори організаційного розвитку міжнародних корпорацій та макрорівня (штаб-квартира корпорації). Основні форми корпоративної

інтеграції в міжнародному бізнесі. Прямі іноземні інвестиції (ПІІ) у світовій економіці. Вигоди та витрати від прямих іноземних інвестицій для вітчизняної країни компанії інвестора. Інструменти урядової політики країни-донора та країни реципієнта ПІІ.

Тема 4. Інтернаціоналізація малого та середнього бізнесу.

Малі та середні підприємства (МСП) в умовах глобалізації. Перепопи виходу МСП на міжнародний ринок. Моделі виходу малих та середніх підприємств на міжнародний ринок. Кооперація, мережі, кластери, міжнародні стратегічні альянси.

Корпорація і конкурентні переваги. Об'єднання в кластери як один із засобів міжнародного розвитку МСП.

Тема 5. Стратегічне планування в міжнародних фірмах.

Передумови формування стратегії міжнародних фірм. Стратегічні рішення відносно міжнародної діяльності. Організація стратегічного планування в міжнародній фірмі, передумови формування стратегії міжнародних фірм.

Види міжнародних стратегій. Алгоритми стратегічного планування. Корпоративні стратегії розвитку. Корпоративні стратегії здійснення закордонних операцій. Практика розробки і реалізації стратегічних планів багатонаціональних компаній (БНК).

Тема 6. Організація міжнародного бізнесу

Вертикальна диференціація. Аргументи на користь централізації чи децентралізації. Горизонтальна диференціація. Міжнародний поділ. Структури товарного підрозділу в світовому масштабі.

Механізм інтеграції. Перешкоди на шляху координації. Формальні і неформальні механізми інтеграції. Система контролю і стратегія в міжнародному бізнесі. Синтез: стратегія та структура. Міжнародні фірми. Трансакціональні фірми. Глобальні фірми. Середовище, стратегія, структура та результативність.

Тема 7. Технологічна політика міжнародних корпорацій.

Суть і тип технологічної політики в міжнародному бізнесі. Особливості сучасного технологічного розвитку. Інтернаціоналізація технологічної політики. Характеристика міжнародного ринку технологій. Форми технологічного трансферту. Планування міжнародних НДДКР. Організація процесу реалізації НДДКР.

Тема 8. Етика в міжнародному бізнесі.

Вплив національних культур. Кодекси поведінки в бізнесі. Позитивні і негативні аспекти діяльності міжнародних корпорацій. Етика бізнесу. Ділова репутація та її рейтингова оцінка. Етичні конфлікти на макрорівні: корпорація-держава, корпорація-споживач. Міжнародні корпорації та організації по захисту навколишнього середовища.

Список рекомендованих джерел

1. Балабанова Л.В. Управління персоналом. - К.: Центр учбової літератури, 2011.- 467 с.
2. Михайлова Л.І. Управління персоналом. - К.: Центр учбової літератури, 2007. – 346 с.
3. Мурашко М.І. Менеджмент персоналу. - К.: Знання, 2006.- 311 с.
4. Кол. авт.: М.Д. Виноградський, С.В. Беляєва, А.М. Виноградська Управління персоналом.- К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 504 с.
5. Петюх В. М. Управління персоналом: Навч.-метод. посібник для самостійного вивчення дисципліни. - К.: КНЕУ, 2000.
6. Крикавський Є. В., Дейнега І. О., Дейнега О. В., Лорві І. Ф. Маркетинговий менеджмент [Текст] : Навчальний посібник : рек. МОН України / МОН України, Національний університет "Львівська політехніка". – Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2014. – 379 с.
7. Щербань В. М. Маркетинговий менеджмент [Текст] : Навч. посіб. для студ. ВНЗ. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 222 с.
8. Кучеренко В. Р., Карпов В. А., Маркітан О. С. Бізнес-планування фірми [Текст] : Навч. посібник : рек. МОН України .- К. : Знання, 2006 .- 423 с.
9. Македон В. В. Бізнес-планування [Текст] : Навч. посіб.-К.:Центр учбової літератури, 2009 .- 234 с.
10. Покропивний С. Ф. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: Навч. посібник — Вид. 2-ге, доп. / С.Ф. Покропивний, С.М. Соболь. Г.О. Швиданенко, О.Г. Дерев'янку. — К.: КНЕУ, 2002. — 379 с.
11. Ясинський В. В., Гайдей О. О. Бізнес-планування: теорія і практика [Текст]: Навч. посібник для студентів ВНЗ освіти .- К. : Каравела, 2004 .- 232 с.
12. Тарасюк Г.М. Бізнес-план: Розробка, обґрунтування та аналіз: Навчальний посібник / Г.М. Тарасюк – К.:Каравела, 2006. –280 с.

13. Тарасюк Г.М. Планування діяльності підприємства: Навчальний посібник / Г.М. Тарасюк, Л.І. Шваб. - К.: Каравела, 2003. – 432 с.
14. Барроу К. Бізнес-план. Практ. посіб. Пер. з 4-го англ. вид. / К. Барроу, П. Барроу, Р. Браун – К.: Т-во "Знання", КОО, 2005. – 434 с.
15. Должанський І.З. Бізнес – план: технологія розробки: Навчальний посібник / І. З. Должанський, Т. О. Загорна - К.: «Центр учбової літератури». – 2009 р.– 384 с.
16. Міжнародний менеджмент [Текст] : [навч.-методичний посібник] / МОН, молоді та спорту України, Уманський ДПУ ім. П. Тичини, Ін-т соціальної та економічної освіти ; уклад. В. І. Рудий ; [рец. О. Г. Чирва, Т. Г. Ковальчук]. – Умань : [УДПУ], 2011. – 158 с.
17. Михайлова Л. І., Юрченко О. Ю., Данько Ю. І., Михайлов А. М. Міжнародний менеджмент [Текст] : рек. МОН України як навч. посіб. для студ. ВНЗ. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 199 с.
18. Яхно Т. П., Лапшина І. А. Міжнародний менеджмент [Текст] : рек. МОН України як навч. посіб. для студ. ВНЗ / МОН України, Львівська комерційна академія. – Львів : Компакт-ЛВ, 2005. – 299 с.