КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Факультет економіки та управління
Кафедра управління

Затверджено на засіданні
кафедри управління
(протокол № 5 від 17.04.2024)

РОБОЧА ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ
з навчальної дисципліни
«МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ»

рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
галузь знань	05 Соціальні та поведінкові науки
спеціальність	051 Економіка
освітня програма	051.00.01 Економіка міста. Урбаністика

Київ - 2024

ОПИС РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ ЕКЗАМЕНУ

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Кафедра управління
Навчальна дисципліна: Менеджмент і маркетинг
Рік навчання, семестр: 1-й рік навчання, 2-й семестр
Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)
Спеціальність: 051 Економіка
Освітня програма: 051.00.01 Економіка міста. Урбаністика
Форма проведення: комп'ютерне тестування на платформі Moodle
Тривалість: 80 хвилин
Структура тесту: 40 тестових завдань закритого типу
Шкала оцінювання: 0-40 балів
Критерій оцінювання: правильність відповіді на тестові завдання. Правильна відповідь на тестове завдання оцінюється в 1 бал, неправильна відповідь оцінюється в 0 балів
Екзамен проводиться згідно з розкладом екзаменаційної сесії. Якщо ситуація дозволяє організацію освітнього процесу очно, екзамен з навчальної дисципліни проводиться в аудиторії Університету у формі комп'ютерного тестування на платформі Moodle. Якщо ж освітній процес проходить дистанційно, то екзамен проводиться в режимі онлайн на платформі Moodle та з використанням відеоконференції засобами Google Meet. Студент має одну спробу проходження тесту. Додаткові бали за швидкість виконання, штрафи за неправильні відповіді – не застосовуються. У разі оголошення повітряної тривоги, тестування призупиняється, студенту пропонується перейти в безпечне місце та продовжити складання екзамену. При цьому час проходження тестування зупиняється, щоб у студента була можливість завершити тестування, продовживши його з тієї хвилини й того завдання, коли відбулося призупинення. Якщо студент з безпекових причин не зможе завершити тест протягом даного часу, йому буде надана можливість перескласти тест. Екзамен проводиться з неухильним дотриманням положення Університету про академічну доброчесність. Це положення, зокрема, визначає, що студенти повинні самостійно виконувати екзаменаційні завдання. Порушенням академічної доброчесності вважаються списування, допомога сторонніх осіб, розмови, обмін інформацією під час тестування. За порушення академічної доброчесності студент може бути притягнений до академічної відповідальності, зокрема повторне проходження екзамену, відрахування з Університету тощо. Оцінювання результатів навчання з навчальної дисципліни здійснюється на підставі суми результатів поточного контролю знань (максимально 60 балів) та екзамену (максимально 40 балів) – загалом 100 балів.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ЕКЗАМЕНУ

Менеджмент.

1. Організація як об’єкт менеджменту.
2. Зовнішнє та внутрішнє середовище організації.
3. Організаційна культура організації.
4. Комунікаційні процеси в організації.
5. Класична теорія менеджменту: школа наукового управління та школа адміністрування.
6. Неокласична (поведінкова) теорія менеджменту: школа людських стосунків та школа організаційної поведінки.
7. Методи дослідження в менеджменті та їх практичне застосування.
8. Моделі прийняття рішень.
9. Методи творчого пошуку альтернативних варіантів при прийнятті управлінського рішення.
10. Критерії ефективності управлінської діяльності.
11. Функції менеджменту: планування, організування, мотивування, контролювання.
12. Види планування: стратегічне, тактичне, оперативне; адаптивне, статичне.
13. Визначення SMART-цілей, OKR-цілей організації.
14. Типи організаційних структур управління: лінійна, функціональна, дивізіональна, матрична.
15. Оцінювання середовища функціонування організації: SWOT-аналіз, PEST-аналіз, аналіз 5 сил Портера.
16. Теорії мотивації в менеджменті: теорія ієрархії потреб Маслоу, двофакторна теорія Герцберга.
17. Види мотивування: внутрішнє та зовнішнє.
18. Способи мотивування працівників різних типів (прогресуючих, високопродуктивних, стабільних, повільних) та їх практичне застосування.
19. Види контролювання в менеджменті: попередній, поточний, завершальний.
20. Етапи процесу контролювання в менеджменті.

Маркетинг.

1. Поняття маркетингу, еволюція концепцій маркетингу.
2. Види маркетингу в залежності від попиту.
3. Комплекс маркетингу «4P».
4. Організація служби маркетингу: функціональна, товарна, географічна, ринкова, матрична.
5. Поняття маркетингового середовища, макросередовище та мікросередовище.
6. Методи збору даних в маркетингових дослідженнях.
7. Етапи проведення маркетингових досліджень.
8. Модель купівельної поведінки споживача.
9. Сегментування споживчого ринку та позиціонування товару на ринок.
10. Поняття та фази життєвого циклу товару.

11. Аналіз товарного асортименту: широта, глибина, насиченість та гармонійність, ABC-аналіз, XYZ-аналіз та їх практичне застосування.
12. Фактори конкурентоспроможності продукту та практичне застосування їх оцінювання.
13. Поняття та види цін. Цінова еластичність попиту.
14. Методи ціноутворення: витратне ціноутворення, орієнтоване на конкуренцію, орієнтоване на споживача.
15. Ціноутоврення зі знижками та заліками, диференційоване ціноутворення та ціноутворення з метою стимулювання збуту.
16. Рівні та показники каналів розподілу товарів, практичне застосування їх оцінювання.
17. Поняття та елементи інтегрованих маркетингових комунікацій: реклама, зв'язки з громадськістю, стимулювання збуту, персональний продаж.
18. Етапи управління рекламною кампанією.
19. Бюджет рекламної кампанії.
20. Характеристика моделей ефективного звернення до цільової аудиторії.

Екзаменатор **Наталія ТКАЧЕНКО**

Завідувач кафедри **Оксана МАРУХЛЕНКО**