

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЖИТОМИРСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРОЕКОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та менеджменту

„Затверджую”

Проректор з навчальної роботи

Ю.С. Цаль-Цалко

„___” _____ 2017 р.

ПРОГРАМА
фахового випробування для вступу до ЖНАЕУ
на базі ОС „Бакалавра”
для здобуття ОС „Магістр” зі спеціальності 051 „Економіка”

Житомир – 2017

Укладачі:

Ткачук В.І. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки і підприємництва

Кравчук Н.І. – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки і підприємництва

**Розглянуто і затверджено на засіданні кафедри економіки підприємства
протокол № від 2017 р.**

ВСТУП

Програма фахового випробування для вступу до ЖНАЕУ на базі ОС „Бакалавр” складена відповідно до місця та значення дисциплін, передбачених освітньою програмою підготовки магістра спеціальності 051 „Економіка”. Програма передбачає набуття студентами теоретичних та практичних навичок в ефективності діяльності підприємств різних організаційно-правових форми з урахуванням специфіки їх функціонування в умовах конкурентного ринкового середовища.

Програма упорядкована відповідно до анотації освітньої програми підготовки магістра, базується на знаннях з нормативних економічних дисциплін. Програма пов'язана з дисциплінами, які характеризують процес підвищення ефективності діяльності підприємств.

Основні питання до вивчення економічних дисциплін

1. Еволюція інноваційної теорії у працях Й. Шумпера, М.Туган-Барановського, М. Кондратьєва.
2. Місце і роль інновацій у системі господарювання.
3. Основні категорії та поняття у сфері інноваційної діяльності.
4. Життєвий цикл створення інновацій: модель стадій технологічних змін Г. Роседжера.
5. Життєвий цикл реалізації інновацій у виробництво. Етапи інноваційного процесу.
6. Сутність інноваційної діяльності та політика підприємства.
7. Розробка інноваційної стратегії підприємства.
8. Види інноваційної стратегії фірми. Методика вибору стратегії.
9. Наукові організації та установи, їх роль у формуванні та реалізації інновацій.
10. Ринкові суб'єкти інноваційної діяльності фірми: віоленти, комутанти, пацієнти, експлеренти.
11. Формування та функціонування технополісів.
12. Формування та функціонування технопарків.
13. Формування та функціонування бізнес-інкубаторів.
14. Венчурний бізнес.
15. Державна інноваційна політика, шляхи та методи державного регулювання інноваційної діяльності.
16. Інструменти державної підтримки інновацій.
17. Авторське та патентне право правової охорони інтелектуальної власності.
18. Система стимулювання інноваційної діяльності.
19. Інструменти державної фінансової підтримки інноваційної діяльності.
20. Інноваційний проект як об'єкт інвестування. Форми залучення інвестицій в інноваційну діяльність.
21. Витратний і агрегатний методи встановлення цін на інноваційні продукти.
22. Параметричний метод ціноутворення на наукомістку продукцію.
23. Види показників для оцінки ефективності інноваційних проектів.
24. Стратегії встановлення цін на інноваційні товари.
25. Способи розрахунку макроекономічного та комерційного ефектів від застосування інновацій.
26. Інструменти оцінки застосування інновацій: дисконт, чиста приведена вартість, індекс прибутковості, внутрішня норма прибутковості.
27. Інформаційне забезпечення інноваційної діяльності.
28. Шляхи підвищення ефективності інноваційної діяльності.
29. Обчислення економічних та екологічних збитків від застосування інновацій.

30. Способи формування грошових потоків для визначення ефективності інноваційного проекту.

31. Сутність і особливості стратегії підприємства
32. Визначення місії і цілей підприємства
33. Розроблення і декомпонування стратегії підприємства
34. Концепція підприємницьких стратегій
35. Концепція організаційних стратегій підприємства
36. Концепція виробничих стратегій
37. Конкурентні переваги і конкурентоспроможність підприємства
38. Оцінювання та діагностування конкурентоспроможності підприємства
39. Аналіз конкурентного середовища підприємства
40. Ефект синергізму, його сутність і типи
41. Управління та методика оцінювання стратегічного потенціалу підприємства
42. Типологія функціональних стратегій підприємства
43. Маркетингова стратегія підприємства
44. Стратегія наукових досліджень і проектно-конструкторських розробок
45. Виробнича стратегія підприємства
46. Стратегія фінансування
47. Стратегія управління персоналом підприємства
48. Операційна стратегія лідерства за витратами
49. Стратегія оптимальних витрат
50. Операційна стратегія диференціації (концентрації)
51. Стратегія розвитку виробничих потужностей
52. Стратегія ресурсозаощадження
53. Сфокусовані (нішеві) стратегії підприємства
54. Стратегія виробничих процесів
55. Матричні методи економічного аналізу
56. Матриця Бостонської консалтингової групи
57. Модифікована матриця БКГ
58. Матриця McKinsey – General Electric
59. Модель аналізу McKinsey
60. Метод SPACE (стратегічного оцінювання дій)
61. Потенціал підприємства: сутність та зміст, фактори впливу.
62. Характеристика і структурні елементи потенціалу підприємства.
63. Блочно-модульна структуризації потенціалу підприємства.
64. Функціональна структуризації потенціалу підприємства.
65. Основні наукові підходи та фактори, що обумовлюють розвиток підприємства.
66. Місце і роль виробничого потенціалу в суспільному виробництві.

67. Формування виробничого потенціалу підприємства як полі структурної системи. Поняття виробничої функції і виробничої потужності.
68. Цілі, особливості та сфери застосування оцінки потенціалу підприємства.
69. Методи оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства: витратний, порівняння (ринковий), результативний (доходний).
70. Методика вартісної оцінки складових елементів потенціалу підприємства при його формуванні.
71. Оцінювання вартості земельної ділянки.
72. Оцінювання вартості будівель і споруд.
73. Оцінювання ринкової вартості машин і обладнання.
74. Нематеріальні активи підприємства і методи їх оцінювання.
75. Трудовий потенціал підприємства та його оцінювання.
76. Особливості бізнесу як об'єкта оцінки.
77. Метод дисконтованих грошових потоків.
78. Метод капіталізації при оцінці потенціалу підприємства.
79. Поточна вартість ануїтету (поточна вартість одиничного ануїтету). Майбутня вартість ануїтету (накопичування одиниці за період).
80. Витратний підхід.
81. Доходний підхід.
82. Порівняльний (ринковий) підхід.
83. Метод порівняння продажів.
84. Метод валовою рентною мультиплікатора.
85. Індексний спосіб оцінки.
86. Сучасні моделі функціонування й розвитку підприємств та їх сутнісна характеристика за товаром, технологією, ринком.
87. Характеристика основних моделей функціонування підприємства.
88. Характеристика основних моделей розвитку підприємства: зростання; прогресивний розвиток, нульовий розвиток, регресивний розвиток та ін.
89. Наслідки нестійкого та нестабільного функціонування підприємств, необхідність процесу трансформації.
90. Методичні підходи до визначення резервів розвитку підприємства та його потенціалу.

ЗРАЗКИ ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ

1. Інноваційна діяльність – це:

- а) діяльність, пов'язана з науково-технічними розробками;
- б) діяльність, спрямована на управління науково-технічним потенціалом фірми;
- в) робота з розробки, підготовки і переходу на новий продукт;
- г) процес впровадження у виробництво нового продукту (послуги).

2. Термін «інновація» запровадив:

- а) К. Маркс;
- б) Х. Кларк;
- в) Й. Шумпетер;
- г) М. Туган-Барановський;

3. Період між появою інновації та її впровадженням:

- а) інноваційний лаг;
- б) життєвий цикл інновацій;
- в) тривалість інноваційного процесу;
- г) комерціалізація інновацій.

4. Вкажіть правильне визначення: «Інноваційний менеджмент» це ...

- а) сукупність економічних, мотиваційних, організаційних і правових методів управління інноваційною діяльністю організації з метою оптимізації її стратегії;
- б) сукупність економічних, мотиваційних, організаційних і правових методів управління інноваційною діяльністю організації з метою скорочення витрат виробництва і збуту;
- в) сукупність економічних, мотиваційних, організаційних і правових методів управління інноваційною діяльністю організації з метою оптимізації економічних результатів її господарської діяльності;
- г) усі правильні відповіді.

5. Головною метою державної інноваційної політики є:

- а) створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного відтворення, розвитку і використання науково-технічного потенціалу країни;
- б) визначення державних пріоритетів інноваційного розвитку;
- в) забезпечення впровадження сучасних екологічно чистих, безпечних, енерго- та ресурсозберігаючих технологій виробництва та реалізації нових видів конкурентоздатної продукції.

6. Інноваційне підприємство – це підприємство або об'єднання підприємств, що розробляє, виготовляє і реалізує інноваційні продукти або послуги, обсяг яких у грошовому виразі перевищує ___ його загального обсягу. Вкажіть правильну відповідь:

- а) 60 %;
- б) 75 %;
- в) 80 %;
- г) 70 %.

7. Методи прямого стимулювання інноваційної діяльності на підприємстві включають::

- а) надбавки, премії, розмір заробітної плати, винагороди, розвиток неспеціалізованої кар'єри, придбання акцій підприємства;
- б) пенсійне забезпечення, страхування, пільги, винагороди, премії, надбавки, розмір заробітної плати;
- в) оплату проїзду на наукові конференції, оплату членства в наукових товариствах;

г) всі відповіді правильні.

8. Нові за виглядом , формою, розміщенням частин або побудовою технічні конструкції – це:

а) промислові зразки;

б) корисні моделі;

в) винаходи;

г) ноу-хау.

9. Патент в інноваціях – це:

а) документ, авторське посвідчення на винахід;

б) документ, що свідчить про право винахідника на його винахід, про його пріоритет;

в) свідчення на право займатися чим-небудь;

г) документ, що засвідчує право власності на що-небудь;

д) документ, що свідчить про право займатися інноваційною діяльністю.

10. Засобами захисту винаходів і нових продуктів є:

а) патент;

б) торгова марка;

в) авторське право;

г) промисловий дизайн;

11. Стратегія – це:

а) сукупність взаємоузгоджених заходів і дій, що відображають довгострокову мету та основні напрями діяльності підприємства;

б) планування найважливіших дій, які треба реалізувати протягом довгострокового курсу розвитку підприємства;

в) бачення майбутнього стану підприємства;

г) плани підприємства щодо розширення можливостей на ринку.

12. Яка стратегія обіцяє швидке розширення ринку та вимагає державної підтримки:

а) стратегія фокусування;

б) стратегія зростання;

в) стратегія прориву;

г) стратегія диференціації.

13. Перспективний погляд на напрям розвитку діяльності підприємства, базова концепція того, що воно намагається зробити, чого прагне досягти – це:

а) місія підприємства;

б) стратегічне бачення;

в) стратегічний аналіз;

г) стратегічний потенціал.

14. Базовими стратегіями підприємства є:

а) виживання, стабілізація, зростання;

б) стабілізація, поглинання, зростання;

в) диверсифікація, стабілізація, поглинання;

г) поглинання, виживання, зростання.

15. Здатність досягати найкращих результатів у будь-якій справі, властивість об'єкта краще за інших представлених на ринку об'єктів задовольняти конкретні потреби – це:

- а) конкурентоспроможність;
- б) конкурентні переваги;
- в) стратегія підприємства;
- г) КФУ.

16. Концентрована форма вияву переваг в економічній, організаційній, технічній сферах діяльності підприємства, галузі, національної економіки, які можна виміряти економічними показниками – це:

- а) конкурентоспроможність;
- б) конкурентні переваги;
- в) стратегія підприємства;
- г) КФУ.

17. Декомпонування – це:

- а) об'єднання цілей в одну систему;
- б) поділ системи цілей на окремі складові;
- в) формування цілей;
- г) непередбачуваність змін зовнішнього середовища.

18. Узагальнена програма діяльності, спрямована на досягнення підприємством бажаної мети та статусу на ринку завдяки ефективному розподілу, координації та використанню ресурсів – це:

- а) місія підприємства;
- б) стратегія підприємства;
- в) стратегічний аналіз;
- г) стратегічний потенціал.

19. Стратегія, спрямована на те, щоб утримати конкурентні позиції фірми на вже існуючих ринках – це стратегія:

- а) традиційна;
- б) захисна;
- в) імітаційна;
- г) стратегія «ринкової ніші».

20. Стратегія, заснована на придбанні ліцензій чи інших об'єктів інтелектуальної власності у фірм, що їх створили – це стратегія:

- а) традиційна;
- б) захисна;
- в) імітаційна;
- г) стратегія «ринкової ніші».

21. Потенціал підприємства – це:

- а) сукупність ресурсів підприємства, що забезпечують досягнення певних результатів підприємства;
- б) сукупність ресурсів і компетенцій, які створюють певний ефект для зацікавлених сторін;
- в) здатність управління забезпечувати досягнення цілей діяльності підприємства за рахунок використання матеріальних ресурсів;

г) можливості системи ресурсів і компетенцій підприємства створювати результат для зацікавлених сторін за допомогою реалізації бізнес-процесів.

22. Потенціал підприємства як економічна система включає:

- а) ресурси і зв'язки між ними;
- б) сукупність відділів і виробничих підрозділів;
- в) зовнішнє оточення і внутрішні процеси, а також їхню взаємодію;
- г) внутрішні граничні можливості підприємства при використанні всіх наявних ресурсів.

23. Властивість цілісності систем означає:

- а) первинність цілого, яке можна поділяти на компоненти;
- б) первинність компонентів, з яких складається єдине ціле;
- в) тотожність властивостей системи сумі властивостей її компонентів;
- г) неможливість розчленовування цілого на окремі складові частини.

24. Елементами відтворювального підходу до формування потенціалу є:

- а) застосування випереджальної бази порівняння показників;
- б) забезпечення технічної й інформаційної сумісності елементів потенціалу;
- в) розробка нормативів по окремих елементах потенціалу;
- г) підвищення якості продукції відповідно з вимогами споживачів.

25. Загроза появи нових конкурентів на певному ринковому сегменті:

- а) знижує потенціал прибутковості сегменту;
- б) обумовлює підвищення рівня витрат на стимулювання збуту;
- в) обумовлює підвищення рівня капіталовкладень, необхідних для утримання досягнутого рівня конкурентоспроможності;
- г) усе перераховане вірно.

26. Конкурентна перевага, отримана за рахунок виробництва продукції з унікальними споживчими властивостями, орієнтована на:

- а) дешеві канали збуту;
- б) низькі витрати;
- в) стандартизацію товарів;
- г) диференціацію товарів.

27. Пряме порівняння окремих індикаторів конкурентоспроможності з метою визначення переваг і недоліків порівнюваних підприємств - це зміст методу:

- а) рангів;
- б) різниць;
- в) балів;
- г) моделювання.

28. Вартісна оцінка підприємства в цілому проводиться з метою:

- а) визначення розміру виручки від реалізації незадіяних у виробничому процесі основних фондів;
- б) визначення ступеня усталеності іміджу підприємства

в) визначення вартості устаткування підприємства, що є об'єктом лізингу;

г) одержання кредиту під заставу частини нерухомості підприємства.

29. Термін «ліквідність підприємства» пов'язаний із:

а) можливістю швидко і вчасно розрахуватися по боргових зобов'язаннях;

б) гнучкістю підприємства та здатністю до зміни виробничих факторів в умовах нестабільності зовнішнього середовища;

в) низьким рівнем дебіторської і кредиторської заборгованості;

г) можливістю швидкого продажу активів за рішенням власника.

30. Яка функція застосовується для розрахунку накопиченої суми рівних амортизаційних відрахувань?

а) майбутня вартість одиниці;

б) зростання одиниці за період;

в) фактор фонду відшкодування;

г) внесок на амортизацію одиниці.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Нормативна

1. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» №433-IV від 16 січня 2003 р. //ВВР. – 2003. – № 13.
2. Закон України «Про оцінку земель» від 11.12.2003 р.
3. Закон України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» від 12.07.2001 р.
4. Національний стандарт № 1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав», затверджений постановою Кабінету міністрів України від 10.09.2003 р. №1440.
5. Постанова КМУ «Методика оцінки вартості майна при приватизації» від 12.10.2000 р. № 1554
6. Постанова КМУ «Про експертну грошову оцінку земельних ділянок» від 11.10.2002 р. № 1531
7. Постанова КМУ «Про затвердження методики оцінки вартості майна» від 10.12.2003 р. № 1891 Закон України «Про інноваційну діяльність» від 4.07.2002 № 4 // Відомості ВРУ
8. Закон України «Про спеціальний режим інвестиційної та інноваційної діяльності технологічних парків» від 16.07.1999 № 991 XIV//ВВР. – 1999. - № 40. – Ст. 363. В редакції Закону № 3333 – IV від 12.01.2006

Основна

1. Міщенко А. П. Стратегічне управління / А. П. Міщенко / Навч. посібник.– Київ: «Центр навчальної літератури», 2004. – 336 с/
2. Немцов В. Д. Стратегічний менеджмент / В. Д. Немцов, Л. С. Довгань / Навч. посібник. – К.: ТОВ "УВПК ЕксОб", 2004. – 560 с.
3. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: Навчальний посібник / Н. С. Краснокутська. - К.: Центр навчальної літератури, 2005. - 352 с.
4. Круш П.В. Оцінка бізнесу: навчальний посібник / П.В. Круш, С.В. Поліщук. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 264 с.
5. Федонін І. М. Потенціал підприємства: формування та оцінка / І. М. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2004. – 316 с.
6. Менеджмент і маркетинг інновацій: моногр. / За заг. ред.. д.е.н. проф. С.М. Ілляшенка. - Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. – 616 с.
7. Современные инновационные структуры и коммерциализация науки / Под ред. А.Мазура. – Харьков: Ин-т Монокристаллов, 2000. - 256 с.
8. Технологічні парки: світовий та український досвід / Під ред. Д.В. Табачника. – К.: ТП ІЕЗ, 2004. – 48 с.
9. Бурмака М.М. Управління розвитком підприємства (на прикладі підприємств будівельної галузі) / М.М. Бурмака, Т.М. Бурмака. - Харків: ХНАДУ, 2011. - 204 с.

10. Горелов Д.О. Стратегія підприємства [навч.-метод. посіб. для студ. вищ.навч. закл.] / Д.О. Горелов, С.Ф. Большенко. - Харків: Вид-во ХНАДУ, 2010. - 133 с.
11. Шинкаренко В.Г. Системная доработка стратегии предприятия / В.Г. Шинкаренко, В.А. Федорова. - Харьков: ХНАДУ, 2010. - 160 с.
12. Шинкаренко В.Г. Формирование стратегии развития автотранспортного предприятия: [монография] / В.Г. Шинкаренко, О.П. Левченко. - Харьков: ХНАДУ, 2009. - 166 с. Допоміжна
13. Ковтун О.І. Стратегія підприємства [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / О.І. Ковтун. - Львів: "Новий Світ" - 2000, 2009. - 680 с.
14. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / М.Г. Наєнко. - Тернопіль: Економічна думка, 2006. - 390 с.
15. Селезньова Г.О. Стратегія підприємства [навч. посібн.] / Г.О. Селезньова. - Харків: Вид. ХНЕУ, 2007. - 240 с.
16. Стратегія підприємства : підручник / Ю.Б. Іванов, О.М. Тищенко, Т.М. Чечетова-Терашвілі та ін. - Харків: ВД "ІНЖЕК", 2009. - 560 с.
17. Заблоцький Б.Ф. Економіка й організація інноваційної діяльності: Навч. посібник. – Львів: Новий Світ-2000, 2007. – 456 с.
18. Активізація інноваційної діяльності: організаціо-правове та соціально-економічне забезпечення: Монографія / О.І.Амоша, В. П.Антонюк, А.І.Землянкін та ін. / НАН України. Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2007. – 328 с.

Інформаційні ресурси

1. Бібліотечно-інформаційний ресурс (книжковий фонд, періодика, фонди на електронних носіях тощо) бібліотеки ЖНАЕУ, Житомирської обласної універсальної наукової бібліотеки ім. Олега Ольжича (<http://www.lib.zt.ua/>, 10014, м. Житомир, Новий бульвар, (0412) 37-84-33), Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського (<http://www.nbuv.gov.ua/>, Київ, просп. 40-річчя Жовтня, 3 +380 (44) 525-81-04).
2. Василенко В.О., Шматько В.Г. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tnu.in.ua/study/books.php?do=file&id=1319>
3. Антонюк Л.Л., Поручник А.М., Савчук В.С. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: монографія. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=2871672>
4. Волков О.І., Денисенко М.П., Гречан та ін. Економіка та організація інноваційної діяльності: Підручник (третє видання). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.twirpx.com/file/606037/>
5. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи: навч. посіб. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://proeconomic.ru/index.php?newsid=469>

6. Краснокутська В.Н. Інноваційний менеджмент: навч. посіб.– [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://stud-lugansk.ucoz.ua/load/3-1-0-16>
7. Студентська наукова бібліотека «Читалка». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://chitalka.info/menedzment_organizacij.html
8. Інституційний репозитарій ЖНАЕУ (наукові статті, автореферати дисертацій та дисертації, навчальні матеріали, студентські роботи, матеріали конференцій, патенти, комп'ютерні програми, статистичні матеріали, навчальні об'єкти, наукові звіти).