

Міністерство освіти і науки України
Волинський інститут економіки та менеджменту

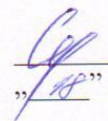
ЗАТВЕРДЖУЮ
Голова приймальної комісії,
в.о. ректора Волинського інституту
економіки та менеджменту



В.Ф. Байцим
2016 р.

**ПРОГРАМА
ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ
ДЛЯ ВСТУПНИКІВ ДЛЯ НАВЧАННЯ
ЗА СТУПЕНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ „МАГІСТР”
СПЕЦІАЛЬНОСТІ
073 „МЕНЕДЖМЕНТ”
(ЗА СПОРІДНЕНИМИ СПЕЦІАЛЬНОСТЯМИ)**

ПОГОДЖЕНО
Голова фахової атестаційної комісії

 к.е.н., доц. О.В. Нагорнова
"18" 2016 р.

Луцьк 2016

Програма з підготовки та складання вступного випробування з дисциплін “Маркетинг”, “Основи менеджменту”, “Операційний менеджмент”, “Управління персоналом” “Організація праці менеджера” “Основи ЗЕД” для вступників для навчання за ступенем вищої освіти „магістр” спеціальності 073 «Менеджмент» (за спорідненими спеціальностями)/ Укл. доц. Степанюк О.М., доц. Нагорнова О.В., доц. Милько І.П. – Луцьк: ВІЕМ, 2016.

Розглянуто та схвалено
на засіданні Фахової атестаційної комісії з менеджменту
Волинського інституту економіки та менеджменту
(*протокол № 1 від 18 лютого 2016 року*)

Голова фахової атестаційної комісії з менеджменту _____ О.В. Нагорнова

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Вступний іспит є елементом атестації з підготовки вступників для навчання за ступенем вищої освіти „магістр” спеціальності 073 «Менеджмент» (за спорідненими спеціальностями). Метою іспиту є діагностика рівня знань з фахових дисциплін.

При складанні іспиту з фахових дисциплін абітурієнт повинен продемонструвати: теоретичні знання в процесі відповіді на запитання тестових завдань.

2. УМОВИ ПРОВЕДЕННЯ ІСПИТУ:

1. Іспит проводиться в письмовій формі.
2. Студенту для підготовки надається 1 год.
3. Оцінка студенту повідомляється після підведення підсумків членами комісії.

3. СТРУКТУРА ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ

1. Тестові завдання з дисципліни “Маркетинг”.
2. Тестові завдання з дисципліни “Основи менеджменту”.
3. Тестові завдання з дисципліни “Операційний менеджмент”.
4. Тестові завдання з дисципліни “Управління персоналом”.
5. Тестові завдання з дисципліни “Організація праці менеджера”
6. Тестові завдання з дисципліни “Основи зовнішньоекономічної діяльності”

“МАРКЕТИНГ”

Тести першого рівня (одиничний вибір)

1. Поняття “дійсної потреби” ми розуміємо як:

1. Потребу, що має специфічну форму відповідну до культурного рівня та особливостей особистості.
2. Почуття нестачі чогось, яке відчуває людина.
3. Потреба, що виражена в об’єктах товарів і підкріплена грошима.

2. 3 точки зору маркетингу “товар” визначають як:

1. Все, що може задовольнити потребу і пропонується ринку.
2. Продукт фізичної, чи інтелектуальної праці.
3. Об’єкт, що має параметри, які підлягають вимірюванню.

3. “Ринок продавця” має місце, коли:

1. Пропозиція товарів перевищує попит на них.
2. Продавці змушені бути дуже активними, щоб продавати товари.
3. На ринку існує товарний дефіцит.

4. “Ринок покупця” характеризується тим, що:

1. На ринку існує товарний дефіцит.
2. Покупці виявляють велику активність у пошуках товарів.
3. Продавці змушені бути дуже активними, щоб продавати товари.

5. Комплекс маркетингу складають така елементи:

1. Нужда, потреба, попит, товар, ціна, методи розповсюдження та методи просування.
2. Товар, ціна, розповсюдження та комунікації.
3. Попит, сукупність існуючих та потенційних покупців, товар, ціна, методи розповсюдження та методи просування.

6. Різноманітну діяльність, завдяки якій товар стає доступним для цільових споживачів, відносять до:

1. Методів розповсюдження товарів.
2. Методів просування товарів.
3. Усього названого.

7. Запорукою досягнення цілей організацій є визначення нужд і потреб цільових ринків та забезпечення бажаної задоволеності ефективнішими й продуктивнішими, ніж у конкурентів способами. Організація дотримується концепції:

1. Соціально-етичного маркетингу.
2. Маркетингу.
3. Інтенсифікації комерційних зусиль.

8. За концепцією управління підприємством, споживачі будуть прихильні до товарів, які пропонують найвищу якість, найкращі експлуатаційні властивості та характеристики. Це концепція:

1. Маркетингу.
2. Удосконалення товару.
3. Соціально-етичного маркетингу.

9. Концепція соціально-етичного маркетингу вимагає від діячів ринку ув'язки таких факторів:

1. Заходів стимулювання збуту, задоволення потреб споживачів, отримання прибутку, збереження добробуту людства.
2. Задоволення потреб споживачів, отримання прибутку та збереження добробуту людства.
3. Комерційних зусиль, заходів стимулювання та задоволення потреб споживачів.

10. Місткість ринку будь-якого товару виражається:

1. Лише у грошових одиницях.
2. Лише в натуральних одиницях.
3. Як у грошових, так і у натуральних одиницях.

11. Фірма "Ч" вийшла на ринок, де попит значно перевищує пропозицію. У цьому випадку найдоцільніше для фірми буде застосування концепції:

1. Удосконалення товару.
2. Удосконалення виробництва.
3. Інтенсифікації збуту.

12. На ринку фірмами-фаворитами дедалі частіше стають ті, які пропонують технології виготовлення екологічно нешкідливої упаковки. Ці фірми застосовують концепцію:

1. Маркетингу.
2. Соціально-етичного маркетингу.
3. Інтенсифікації збуту.

13. Спеціалізована фірма "Холмс", яка проводила маркетингові дослідження впливу стратегій, застосовуваних конкурентами, на діяльність фірми-замовника, віднесла названий фактор до:

1. Макрофакторів зовнішнього середовища.
2. Мікрофакторів зовнішнього середовища.
3. Контрольованих факторів зовнішнього середовища.

14. Фактори, під постійним впливом яких знаходиться система маркетингу підприємства, поділяють на:

1. Внутрішні (мікрофактори), та зовнішні (макрофактори).
2. Внутрішні та зовнішні (мікро- та макрофактори).
3. Внутрішні (мікро- та макрофактори) і зовнішні.

15. До факторів внутрішнього маркетингового середовища діяльності фірми відносять:

1. Постачальників, структурні підрозділи підприємства.
2. Структурні підрозділи підприємства, мікроклімат у колективі, концепцію управління.
3. Постачальників, посередників, структурні підрозділи підприємства та комплекс маркетингу.

16. До контактних аудиторій не належать:

1. Постачальники.
2. Засоби інформації.
3. Державні установи.

17. У процесі своєї діяльності фірма прагне встановити зв'язок із такими контактними аудиторіями:

1. Громадськими групами дії.
2. Постачальниками та посередниками.
3. Суміжниками.

18. Організації, які купують споживчі товари для використання у сфері комунальних послуг або для постачання цими товарами малозабезпечених громадян, належать до:

1. Споживчого ринку.
2. Ринку посередників.
3. Ринку державних установ.

19. Звіт про дослідження мікрофакторів зовнішнього середовища містив аналіз:

1. Конкурентів, мережі постачальників та посередників.
2. Економічної, демографічної, екологічної ситуації.
3. Усіх названих факторів.

20. Підприємство може функціонувати на таких клієнтурних ринках (вкажіть найповнішу відповідь):

1. Ринок виробників та ринок посередників.
2. Ринок державних установ та споживчий ринок.
3. Усі названі, а також міжнародний ринок.

21. Питання у листі опитування пропонувало респонденту оцінити якість товару за п'ятибальною шкалою. Такий вид питання має назву:

1. Питання з вибірковою відповіддю.
2. Шкала Лайкерта.
3. Оціночна шкала.

22. Якщо для проведення маркетингових досліджень керівництво підприємства не обмежене у часі та фінансових коштах, йому слід вибрати найбільш універсальний метод, до якого належать:

1. Особисте інтерв'ю.
2. Опитування поштою.
3. Опитування за телефоном.

23. Система внутрішньої звітності є джерелом:

1. Первинної інформації.
2. Вторинної інформації.
3. Усього названого, залежно від обставин.

24. До питань відкритого типу належать:

1. Альтернативні.
2. Питання з вибірковою відповіддю.
3. Тематичний апперцепційний тест.

25. Співробітники служби маркетингу турфірми вирішили обмежитись лише джерелами вторинної маркетингової інформації, до яких належать:

1. Результати експерименту та спостережень, звіт про опитування.
2. Бюджет, дані про збут, дані про прибутки та збитки, рахунки клієнтів, дані про товарні запаси.
3. Дані про збут, результати досліджень, результати експерименту та спостережень, імітація за допомогою ЕОМ.

26. Проводячи ревізію товарних запасів, служба маркетингу застосовує один з таких методів:

1. Експеримент.
2. Імітацію.
3. Спостереження.

27. До методів маркетингових досліджень належать (зазначити найбільш повну відповідь):

1. Аналіз документів, спостереження, опитування, експеримент.
2. Аналіз документів, спостереження, анкетування, інтерв'ю.
3. Кабінетний аналіз, спостереження, анкетування, інтерв'ю, експеримент.

28. Підприємство "А" вирішило виявити глибинні (неусвідомлені) мотиви поведінки споживачів. Для цього були застосовані методи маркетингових досліджень:

1. Холл-тест.
2. Кількісні.
3. Якісні.

29. Невеликі підприємства за допомогою спеціалізованих фірм проводять колективні маркетингові дослідження, застосовуючи методіку опитування, яка дозволяє їм зменшити вартість дослідження. Ця методіка має назву:

1. Омнібус.
2. Моніторинг.
3. Холл-тест.

30. Підприємство розробило новий вид товарів і вирішило вивчити реакцію ринку на нього за допомогою пробного маркетингу. Який вид маркетингових досліджень застосувало при цьому підприємство:

1. Пілотний продаж.
2. Фокус-група.
3. Апперцепційний тест.

31. У спеціально обладнаній аудиторії споживачам транслювали рекламний ролик, після чого визначали зміну ставлення споживачів до товару, яке відбулося під

впливом даної реклами. В описаному випадку була застосована методика, що має назву:

1. Глибинне інтерв'ю.
2. Холл-тест.
3. Фокус-група.

32. Фірма “Холмс” відібрала одинадцять зацікавлених у певному товарі споживачів для проведення бесіди з метою виявлення глибинних, неусвідомлених ними мотивів їх поведінки. Йдеться про застосування однієї з наступних методик опитування:

1. Холл-тест.
2. Фокус-група.
3. Глибинне інтерв'ю.

33. Маркетингова фірма періодично проводила аналіз структури попиту споживачів, використовуючи їх записи у спеціальних щоденниках. Ця методика має назву:

1. Споживчі панелі.
2. Торговельні панелі.
3. Обидві відповіді правильні.

34. Проста модель поведінки споживача складається із таких елементів:

1. Спонукальні фактори маркетингу, процес прийняття рішення споживачем, відповідна реакція споживача.
2. Спонукальні фактори маркетингу та інші подразники, “чорний ящик” свідомості споживача, відповідна реакція споживача.
3. Усі можливі подразники, “чорний ящик” споживача, вибір об'єкта купівлі.

35. Київський хлібозавод № 2 випускає хліб “Український”, який вживають споживачі різного віку і різних смаків. Підприємство застосовує один із названих вище видів маркетингу.

1. Масовий.
2. Товарно-диференційований.
3. Цільовий.

36. Фірма “МММ” пропонує ринку один напій у пляшках різної місткості. Це свідчить, що фірма застосовує один із таких видів маркетингу:

1. Цільовий.
2. Масовий.
3. Товарно-диференційований.

37. Розподіл ринку на чіткі групи споживачів, для кожної з яких можуть знадобитися окремі товари чи комплекси маркетингу, - це процес:

1. Регулювання ринку.
2. Сегментації ринку.
3. Класифікації ринку.

38. Визначення для товару конкурентоспроможного становища на ринку і розробка детального комплексу маркетингу для підвищення його конкурентоспроможності — це:

1. Позиціювання товару.
2. Просування товару.
3. Диференціація товару.

39. Для сегментації ринку фірма “2” обрала психографічний принцип, особливу увагу зосередивши одну із його ознак:

1. Ставлення до товару.
2. Стиль життя.
3. Статус користувача.

40. Фірма вибирає стратегію покриття ринку, сутність якої - у розробці єдиного комплексу маркетингових заходів на весь ринок. Дана стратегія має назву:

1. Концентрований маркетинг.
2. Диференційований маркетинг.
3. Недиференційований маркетинг.

41. Сегмент ринку характеризується:

1. Стабільною конкурентоспроможністю продуктів.
2. Попитом споживачів, який є однорідним за характером.
3. Диференційованим попитом споживачів.

42. Порівняно стабільні групи у рамках суспільства, які розміщуються в ієрархічному порядку і характеризуються наявністю в їх членів схожих цінностей, інтересів і поведінки, називають:

1. Референтними групами.
2. Суспільними класами.
3. Цільовими сегментами.

43. Сукупність психологічних характеристик людини, які забезпечують відносну послідовність та постійність її відповідних реакцій на оточуюче середовище, визначає:

1. Тип особистості.
2. Спосіб життя.
3. Статус особистості.

44. Підприємство має на меті позиціювати себе на ринку поруч із одним із конкурентів. Виберіть із перелічених нижче умову, яка в даному випадку є пріоритетною:

1. Наявність економічних умов для розробки нового для даного ринку товару.
2. Ринок достатньо великий, щоб помістити ще одного конкурента.
3. Наявність технічних умов для розробки нового для даного ринку товару.

45. Стратегію охоплення ринку підприємства можна визначити як концентрований маркетинг. Іншими словами підприємство:

1. Пропонує один товар усьому ринку споживачів.
2. Пропонує один товар одному сегменту споживачів.
3. Пропонує кожному сегменту споживачів окремий товар.

46. Під поняттям “товарний знак” розуміють:

1. Позначення, розміщене на товарі або упаковці, призначене для ідентифікації товарів одного продавця.
2. Марку або її частину, забезпечену правовим захистом.
3. Частину марки, яку можна впізнати.

47. Під час розрахунку біля каси споживач В побачив індійський чай і вирішив його купити. Названий товар слід віднести до :

1. Товарів пасивного попиту.
2. Товарів імпульсивної купівлі.

3. Товарів особливого попиту.

48. Нижчеперераховані характеристики товару: рівень якості, набір споживчих властивостей, специфічне оформлення, марочна назва та специфічна упаковка представляють:

1. Товар у реальному виконанні.
2. Товар з підкріпленням.
3. Асортиментну одиницю.

49. Товари з унікальними характеристиками, заради придбання яких значна частина споживачів готова докласти додаткових зусиль, належать до товарів:

1. Для екстрених випадків.
2. Пасивного попиту.
3. Особливого попиту.

50. Коли йдеться про товар з підкріпленням, то беруть до уваги такі характеристики:

1. Рівень якості, специфічне оформлення, марочну назву.
2. Поставки, кредитування, монтаж.
3. Гарантії, специфічне оформлення, марочну назву.

51. Торговельне підприємство пропонує споживачам торти трьох видів, тістечка чотирьох видів, цукерки дванадцяти видів та напої шести видів. Визначте насиченість асортименту підприємства:

- 1.4.
- 2.15.
- 3.25.

52. Товари, що купуються без роздумів і з мінімальними зусиллями на їх порівняння між собою, відносять до товарів:

1. Повсякденного попиту.
2. Пасивного попиту.
3. Особливого попиту.

53. Етап життєвого циклу товару характеризується невеликим збутом, мізерним прибутком, максимальними затратами на маркетинг та невеликою кількістю конкурентів. Йдеться про:

1. Етап виведення на ринок.
2. Етап зростання.
3. Етап спаду.

54. Модифікація комплексу маркетингу, зокрема, за рахунок зниження ціни найбільш характерна для:

1. Етапу виведення на ринок.
2. Етапу зростання.
3. Етапу зрілості.

55. Потрапивши під дощ, споживач купив у найближчому пункті продажу парасольку, яка у даному випадку є:

1. Товаром для екстрених випадків.
2. Товаром постійного попиту.
3. Товаром особливого попиту.

56. Фірма “Світоч” поповнила асортимент, додавши до нього новий товар, який був отриманий завдяки зміні деяких параметрів старого товару. У цьому випадку фірма застосувала один з таких напрямків товарної політики:

1. Диференціація.
2. Варіація.
3. Конгломерація.

57. Стратегія розширення меж марки передбачає:

1. Присвоєння єдиної марочної назви для всіх товарів.
2. Використання марочної назви, що мала успіх, при виведенні на ринок модифікації товару чи товару-новинки.
3. Використання торгової назви фірми у поєднанні з індивідуальними марками.

58. Асортимент косметики торгової марки 8ууі\$& Рогтііа складають: системи “шампунь-кондиціонер”, засоби для укладання волосся, засоби для відновлення волосся, засоби догляду за шкірою обличчя. Це означає, що:

1. Ширина асортименту дорівнює 4.
2. Глибина асортименту дорівнює 4.
3. Немає правильної відповіді.

59. Швидкі темпи зростання збуту та прибутку, постійно зростаюче число конкурентів, невисокі затрати на маркетинг - це ознаки:

1. Етапу виведення на ринок.
2. Етапу зростання.
3. Етапу спаду.

60. Сукупність властивостей товару, які роблять можливим виконання заданих функцій і тим самим задовольняють потребу, складають:

1. Якість товару.
2. Конкурентоспроможність товару.
3. Гарантійний термін служби товару.

61. Товар фірми “О” знаходиться на етапі зростання. Який із перерахованих нижче заходів найдоцільніше застосувати:

1. Знизити ціну товару.
2. Шукати нові сегменти ринку.
3. Зменшити витрати на комунікації.

62. Фірма встановлює ціну, орієнтуючись переважно на ціни конкурентів, мало звертаючи увагу на попит. Який метод ціноутворення використовує фірма?

1. Середні витрати плюс прибуток.
2. Ціноутворення на основі рівня поточних цін.
3. Ціноутворення на основі розрахунку точки беззбитковості і забезпечення цільового прибутку.

63. До методів ціноутворення, на яких ґрунтується конкуренція, належать:

1. Метод поточних цін.
2. Метод забезпечення цільового прибутку.
3. Метод надбавок.

64. Маркетингове поле ціни дорівнює величині:

1. Попиту.
2. Собівартості.
3. Націнки посередника.

65. Максимально можливу ціну товару визначає:

1. Конкуренція.
2. Попит.
3. Цільовий прибуток.

66. Фірма несе однакові витрати на виробництво і реалізацію виробів, але продає їх за різними цінами залежно від особливостей сегмента ринку. Тут застосовуються:

1. Дискримінаційні ціни.
2. Демпінгові ціни.
3. Фіксовані ціни.

67. Встановлення середнього діапазону цін, у першу чергу відбувається під впливом:

1. Конкуренції.
2. Попиту.
3. Витрат.

68. У процесі тендерних торгів фірми-конкуренти призначають ціну пропозиції, стежачи за тим, щоб вона була:

1. Дещо вищою, ніж у конкурентів.
2. Дещо нижчою, ніж у конкурентів.
3. На рівні цін конкурентів.

69. Фірма повинна встановити ціну на товар-новинку, захищений патентом. Виявлено, що існує високий рівень попиту на товар з боку великої кількості споживачів, витрати дрібносерійного виробництва незначні, конкуренти поки що відсутні. Яку стратегію ціноутворення Ви запропонуєте керівництву фірми?

1. Стратегію “зняття вершків”.
2. Стратегію показного блиску.
3. Стратегію надійного впровадження на ринок.

70. Підприємство має на меті привертання уваги великої кількості покупців і швидкого завоювання великої частки ринку. Йому доцільно застосувати:

1. Стратегію показного блиску.
2. Стратегію “зняття вершків”;
3. Стратегію надійного впровадження на ринок.

71. Автосалон пропонує автомобілі за цінами, нижчими від середньоринкових, у той же час ціни на комплектуючі деталі й аксесуари є дещо вищими від цін конкурентів. Підприємство застосовує стратегію:

1. Престижних цін.
2. Орієнтації на цінового лідера.
3. Стимулювання комплексного продажу.

72. Фірма “М” працює на ринку чистої конкуренції. Вкажіть Вашу думку щодо того, які методи їй доцільно застосувати в рамках цінової політики:

1. Метод поточної ціни.
2. Метод “запечатаного конверта”.
3. Метод широкого проникнення на ринок.

73. Відомо, що підприємство "С" займає суттєву частку ринку і надзвичайно чутливе до цінкових політик декількох своїх конкурентів. За таких умов назване підприємство працює на ринку:

1. Монополістичної конкуренції.
2. Олігополістичної конкуренції.
3. Чистої конкуренції.

74. На ринку панує жорстка конкуренція, потреби споживачів змінюються. Виходячи з цього, основною метою ціноутворення на даному ринку буде:

1. Забезпечення виживання.
2. Завоювання максимальної частки ринку.
3. Завоювання лідерства за показниками якості товарів.

75. Виробник станків для гоління встановив на них невисокі ціни, а на леза, навпаки, - завищив ціни. Ця ситуація характеризує:

1. Встановлення цін на доповнюючі товари.
2. Встановлення цін у рамках товарного асортименту.
3. Встановлення цін на обов'язкові комплектуючі.

76. Керівництво фірми "+" реалізує електротовари, причому ціна на товари однієї асортиментної групи диференційована залежно від їх надійності, споживчих характеристик, іміджу марки. Метод ціноутворення у цьому випадку має назву:

1. Встановлення цін у рамках товарного асортименту.
2. Ціноутворення на основі відчуття цінності товару.
3. Ціноутворення на рівні поточних цін.

77. Підприємство встановило дуже низькі ціни на кухонні набори, сподіваючись у такий спосіб стимулювати збут усіх товарів, що пропонує магазин. Кухонні набори в цьому випадку мали ціну:

1. Для особливих випадків.
2. Дискримінаційну.
3. "Збиткових лідерів".

78. До методів ціноутворення, які орієнтуються на попит, відносять:

1. Метод "запечатаного конверта".
2. Аукціон.
3. Метод поточних цін.

79. Підприємство "М", яке реалізує комп'ютери, використовує послуги невеликої кількості добре підготованих посередників, застосовуючи при цьому:

1. Селективне розповсюдження.
2. Виняткове дилерство.
3. Інтенсивне розповсюдження.

80. Реалізацію товарів особливого попиту, найчастіше одного виробника здійснює мінімальна кількість відібраних виробником високопрофесійних посередників. Фірма застосовує:

1. Виняткове дилерство.
2. Селективне розповсюдження.
3. Інтенсивне розповсюдження.

81. Кількість незалежних учасників розповсюдження, що перебувають на одному й тому ж етапі ланцюга просування товарів від виробників до споживачів становить:

1. Довжину каналу розповсюдження.

2. Ширину каналу розповсюдження.
3. Число рівнів каналу розповсюдження.

82. До каналу розповсюдження входить виробник, оптовий та роздрібний торговець і споживач. Скільки рівнів має названий канал розповсюдження?

1. 4 рівні.
2. 3 рівні.
3. 2 рівні.

83. Виробник розповсюджує товар, використовуючи послуги посередників різних типів одночасно. Система розповсюдження у цьому випадку називається:

1. Багатоканальна маркетингова система розповсюдження.
2. Традиційна маркетингова система розповсюдження.
3. Горизонтальна маркетингова система розповсюдження.

84. Серед причин, що обумовлюють використання посередників, мають місце такі:

1. Вигідність капіталовкладень в основний бізнес, віддаленість споживача.
2. Збільшення числа необхідних для розповсюдження товару контактів.
3. Наявність фінансів для прямого маркетингу, концентрація споживачів у певних сегментах ринку.

85. Якщо послідовні етапи виробництва і розповсюдження товарів координуються завдяки потужності одного із учасників, то йдеться про:

1. Корпоративну маркетингову систему розповсюдження.
2. Керовану вертикальну маркетингову систему розповсюдження.
3. Договірну маркетингову систему розповсюдження.

86. Послідовні етапи виробництва і розповсюдження координуються завдяки одноосібному володінню одного із учасників, який входить до вертикальної маркетингової системи розповсюдження. Такі риси характерні для:

1. Керованої вертикальної маркетингової системи розповсюдження.
2. Корпоративної вертикальної маркетингової системи розповсюдження.
3. Договірної вертикальної маркетингової системи розповсюдження.

87. Продавець пропонує ринкові товар, про який споживачі недостатньо поінформовані (не була проведена рекламна кампанія), відповідно має місце недостатній попит на цей товар, з чого можна зробити висновок, що продавець застосовує:

1. Стратегію приваблювання споживачів.
2. Стратегію просування товару.
3. Усе назване.

88. Можливість адоптацій до вимог окремих споживачів найбільш характерна для:

1. Пропаганди (паблісіті).
2. Реклами.
3. Персонального продажу.

89. Фірма, що здійснює виготовлення та реалізацію медичних препаратів зробила внесок у благодійний фонд. У засобах масової інформації з'явилися повідомлення про цю подію. Про який елемент КМК тут йдеться:

1. Пропаганду.
2. Рекламу.

3. Стимулювання збуту.

90. вважають, що при торгівлі дорогими товарами, товарами підвищеного ризику, а також на ринках з невеликою кількістю значних продавців, найвищу ефективність має:

1. Персональний продаж.
2. Реклама.
3. Пропаганда.

ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ

Тести першого рівня (одиничний вибір)

1. Що означає термін "менеджмент":

- А. Управління.
- Б. Управління підприємством.
- В. Управління підприємством, яке діє в ринкових умовах.
- Г. Керівництво підприємством.
- Д. Керівництво людьми.

2. Термін "менеджмент" походження:

- А. Англійського.
- Б. Американського.
- В. Німецького.
- Г. Канадського.
- Д. Шведського.

3. Кінцевою метою менеджменту є забезпечення:

- А. Продуктивності праці.
- Б. Прибутковості та конкурентоспроможності.
- В. Рентабельності.
- Г. Високої якості продукції.

4. Найважливішим завданням менеджменту є:

- А. Організація виробництва товарів та послуг з врахуванням потреб споживачів на основі матеріальних та людських ресурсів, які є в наявності, а також забезпечення рентабельності діяльності підприємства і його стабільного становища на ринку.
- Б. Проведення дослідження ринка, виготовлення високоякісної продукції.
- В. Здійснення маркетингових заходів.

5. В завдання менеджменту входить:

- А. Забезпечення довічного найму працівників.
- Б. Визначення конкретних цілей розвитку підприємства.
- В. Забезпечення високої заробітної плати працівникам.

6. Фредерік Тейлор опублікував свою книгу "Принципи наукового управління" в:

- А. 1900 р.
- Б. 1911 р.
- В. 1920 р.
- Г. 1925 р.

7. Організація є системою:

- А. Закритою.
- Б. Напіввідкритою.

- В. Відкритою.
- Г. Комбінованою.

8. До внутрішньої середовища організації відноситься змінна:

- А. Сегмент ринку.
- Б. Партнери.
- В. Споживачі.
- Г. Технологія.
- Д. Засоби масової інформації.

9. Сфера контролю - це:

- А. Кількість рівнів управління в організації.
- Б. Кількість зв'язків між робітниками в даному підрозділі.
- В. Кількість робітників, підлеглих даному менеджеру.
- Г. Кількість менеджерів в організації.

10. До принципу управління відноситься:

- А. Дисципліна.
- Б. Психологічний фактор.
- В. Сфера контролю.
- Г. Динаміка.

11. Організаційним правилом управління є:

- А. Хороші стосунки.
- Б. Вміння вислухати.
- В. Приймати всіх бажаних відвідувачів.
- Г. Первинність функцій.

12. Психологічним правилом управління є :

- А. Темперамент особистості.
- Б. Заданість успіхів керівника від його здібностей.
- В. Справедливість управління.
- Г. Психологія управління.

13. Загально організаційною функцією управління, яку виконує менеджер, є:

- А. Наочність.
- Б. Черговість.
- В. Обґрунтованість.
- Д. Синтез.

14. Загальноорганізаційною функцією управління, яку виконує система управління є:

- А. Формування.
- Б. Уточнення.
- В. Контроль.
- Г. Обговорення.

15. Спеціальна (конкретна) функція управління, яку виконує система управління:

- А. Організація роботи з кадрами.
- Б. Забезпечення загального контролю.
- В. Проведення переговорів.
- Г. Координація.
- Д. Винагорода персоналу.

16. Методом управління є:

- А. Колегіальний.
- Б. Авторитарний.
- В. Організаційно-розпорядчий.
- Г. Компромісний.

17. Принципом планування є:

- А. Тимчасовість.
- Б. Точність.
- В. Мотивованість.
- Г. Неупередженість.

18. Бізнес-план - це:

- А. Керівництво до дії.
- Б. Звітний документ.
- В. Обов'язковий документ.
- Г. Документ для начальства.

19. Системний підхід до аналізу організації управління вимагає:

- А. Бути гнучким та динамічним.
- Б. Враховувати сировинні, енергетичні та фінансові ресурси.
- В. Розглядати підприємство як цілісність з особливими рисами, яка складається із підсистем та елементів із специфічними властивостями.
- Г. Використання електронно-обчислювальної техніки та економіко-математичного моделювання.

20. Найпростішим типом організаційної структури управління є:

- А. Лінійно-функціональний
- Б. Дивізіональний.
- В. Матричний.
- Г. Лінійний.

21. Для середнього підприємства з масовим виробництвом продукції, встановленим стабільним асортиментом при незначних (еволюційних) змінах технології її виробництва найбільше підходить організаційна структура управління:

- А. Лінійна.
- Б. Лінійно-функціональна.
- В. Дивізіональна.
- Г. Матрична.

22. Механістичний підхід до проектування організації виправданий коли:

- А. Відбуваються зміни у зовнішньому середовищі.
- Б. Застосовуються прогресивні технології та наявна сильна конкуренція.
- В. Використовується проста та усталена технологія і наявне нескладне зовнішнє оточення.
- Г. Використовуються різноманітні технології для виготовлення широкого асортименту продукції для декількох сегментів ринку при наявності значної конкуренції.

23. Багатовимірний тип організації характеризується орієнтацією на:

- А. Ресурси, функції, прибуток.
- Б. Ресурси, результати, ринок.
- В. Ринок, споживачів, ресурси.
- Г. Ринок, людей, гнучкість.

24. Партисипативний тип організації характеризується:

- А. Високою мотивацією людей та підрозділів.
- Б. Участю працівників в прийнятті рішень.
- В. Участю працівників в розподілі прибутку.
- Г. Працівники є акціонерами підприємства.

25. Підприємницький тип організації характеризується тим, що:

- А. Всі робітники є підприємцями,
- Б. Робітники об'єднані в підприємницькі групи.
- В. Наявні автономні робочі групи.
- Г. Автономні робочі групи безпосередньо взаємодіють із споживачами.
- Д. Кожен працівник на своєму робочому місці "займається бізнесом".

26. Найвищою потребою теорії ієрархії потреб по Маслоу є:

- А. Визнання.
- Б. Влада.
- В. Досягнення.
- Г. Самовдосконалення.
- Д. Самовираження.

27. Важливою характеристикою ефективності контролю є:

- А. Невелика кількість контролерів.
- Б. Своєчасність.
- В. Велика кількість контролерів.
- Г. Жорсткість.

28. Філософія маркетингу відображає:

- А. Сукупність заходів по залученню громадської думки на користь організації.
- Б. Основні підходи до завоювання ринку.
- В. Ціннісні орієнтири взаємодії організації із зовнішнім середовищем.
- Г. Поведінка організації при збуті продукції.

29. Філософія бізнесу включає:

- А. Філософію маркетингу та підприємництва,
- Б. Філософію підприємництва та менеджменту.
- В. Філософію маркетингу, підприємництва та менеджменту.
- Г. Філософію маркетингу та менеджменту.

30. Місія організації - це:

- А. Основні напрямки діяльності.
- Б. Поняття, що розкривають сенс існування та визначають в загальному її сферу діяльності.
- В. Соціальні очікування працівників від своєї організації.
- Г. Ціннісні орієнтири, що влаштовують підприємців, менеджерів та працівників.

31. Кредо організації - це:

- А. Отримання прибутку.
- Б. Основна загальна мета.
- В. Система взаємовідносин між менеджментом та працівниками.
- Г. Основний показник діяльності.

32. Однією з основних вихідних передумов сучасної стратегії підприємства є те, що ставка робиться на:

- А. Особистість, що самореалізується.

- Б. Мотивацію праці.
- В. Кредити.
- Г. Наукову організацію праці.

33. Під цільовим управлінням розуміють професіональне управління, яке орієнтоване на:

- А. Постановку цілей діяльності вищого керівництва.
- Б. Досягнення попередньо визначених кінцевих результатів.
- В. Постановку цілей діяльності низових ланок управління.
- Г. Досягнення стратегічних цілей.

34. При формуванні мети необхідно:

- А. Вказувати засоби досягнення мети.
- Б. Відображати взаємозв'язок з іншими цілями.
- В. Вказувати момент часу досягнення мети.

35. До основного ключового результату відноситься:

- А. Результати аналізу ринка.
- Б. Прибуток.
- В. Кількість виробленої продукції,
- Г. Невелика плінність кадрів.

36. Метою оперативного управління підприємством є:

- А. Вирішення проблем, що виникають.
- Б. Забезпечення виконання змінного завдання.
- В. Підвищення ефективності роботи підрозділів.
- Г. Забезпечення економічно-ефективної реалізації цілей підприємства під час виконання річних планів.

37. Одним з основних етапів управління за результатами є:

- А. Збір інформації про зовнішнє середовище.
- Б. Процес оперативного та ситуаційного управління.
- В. Процес підготовки виробництва.
- Г. Процес запуску виробництва.

38. При програмно-цільовому управлінні застосовується організаційна структура управління:

- А. Лінійно-функціональна
- Б. Лінійно-штабна.
- В. Дивізійна.
- Г. Матрична.
- Д. Комбінована.

39. На третьому етапі "Постановка цілей рішення" типового алгоритму прийняття та реалізації управлінського рішення здійснюється:

- А. Оцінка наявного часу.
- Б. Опис проблеми.
- В. Аналіз проблемної ситуації.
- Г. Визначення обмежень.

40. Управлінське рішення повинно відповідати вимозі:

- А. Вузконаправленість.
- Б. Своєчасність.
- В. Ієрархічність.

Г. Лаконічність.

41. При проведенні "мозкової атаки" рекомендована кількість членів групи:

- А. 5.
- Б. 5-10.
- В. 10-15.
- Г. 15-20.
- Д. 20-25.

42. "Мозкову атаку" рекомендується проводити:

- А. В першій половині дня.
- Б. В обід.
- В. В другій половині дня.
- Г. Ввечері після роботи.

43. Кар'єрограма - це:

- А. Графік, який відображає динаміку просування працівника по службовій драбині.
- Б. Документ, який відображає обов'язки підприємства перед працівником.
- В. Документ, який відображає обов'язки працівника перед підприємством.
- Г. Індивідуальний план соціально-професійного росту працівника.

44. Одним із завдань служби соціального розвитку підприємства є:

- А. Визначення перспектив розвитку підприємства.
- Б. Вивчення соціологічних і психологічних проблем організації праці, побуту та відпочинку працівників.
- В. Організація культурних і спортивних міроприємств.

45. Самооцінка працівника переслідуює:

- А. Розробка плану роботи.
- Б. Збір необхідної інформації.
- В. Визначення своєї відповідності роботі, яку виконує.
- Г. Визначення завдань, які стоять перед колективом.

46. Однією з причин дефіциту часу керівника є:

- А. Напружене планове завдання.
- Б. Нераціональна організація управління.
- В. Велика кількість підлеглих.
- Г. Вдосконалення та нововведення в підрозділі.

47. Переважну увагу керівник повинен приділяти справам:

- А. Важливим і нетерміновим.
- Б. Важливим, але терміновим.
- В. Неважливим і нетерміновим.

48. Важливою передумовою утворення ефективної команди є визнання філософії:

- А. Лідерства.
- Б. Свободи.
- В. Єдності.
- Г. Відповідальності.

49. Ефективний керівник групи:

- А. Підтримує особистий розвиток членів групи.
- Б. Допомогає членам групи виконувати їх роботу.
- В. Не втручатися в роботу підлеглих.
- Г. Надає підлеглим велику свободу у виборі цілей діяльності.

50. Принципом роботи кадрової служби є:

- А. Змагання.
- Б. Персоніфікація управління.
- В. Активність.
- Г. Колективність.

Тести 2-го рівня (множинний вибір)**1. Зміст поняття "менеджмент" можна розглядати як:**

- А. Науку, мистецтво та практику управління.
- Б. Організацію управління підприємством.
- В. Процес прийняття управлінських рішень.
- Г. Організацію виробництва.
- Д. Планування діяльності підприємства.

2. Економічний стан підприємства у кінцевому підсумку обумовлюють фактори:

- А. Можливість отримати в кредит необхідну суму коштів.
- Б. Якість продукції та рівень попиту на неї.
- В. Рівень техніки та технології.
- Г. Якість робочої сили та дієвість мотивації до праці.
- Д. Ефективність організації та управління підприємством.
- Е. Кількість рівнів управління.

3. Менеджер виконує роль:

- А. Диригента.
- Б. Адміністратора.
- В. Організатора.
- Г. Фахівця.
- Д. Громадського діяча.
- Е. Педагога.
- Ж. Вихователя.
- З. Лектора.

4. До специфічних законів управління відносяться:

- А. Ієрархічність управління.
- Б. Централізація управління,
- В. Інформативність управління.
- Г. Гнучкість управління,
- Д. Переважання людського фактору в управлінні.
- Е. Альтернативність управління
- Ж. Економічність управління.

5. До принципів управління відносяться:

- А. Соціальна справедливість.
- Б. Умови.
- В. Науковість управління.
- Г. Стимулювання.
- Д. Фактори.
- Е. Плановість.
- Ж. Гласність.

6. До організаційних правил управління відносяться:

- А. Обумовленість відношення підлеглих відношенням обслуговування.

- Б. Залежність успіхів керівника від його здібностей.
- В. Правило самозбереження.
- Г. Продуктивність праці,
- Д. Обумовленість функцій управління цілям виробництва.
- Е. Окремий кабінет.

7. До психологічних правил управління відносяться:

- А. Залежність сприйняття людьми зовнішніх впливів від відмінностей їх психологічних структур.
- Б. Неадекватність відображення людини людиною.
- В. Свідома і підсвідома розумова діяльність.
- Г. Психічна досконалість працівника
- Д. Розщеплювання змісту управлінської інформації.
- Ж. Темперамент особистості.

8. Загальноорганізаційними функціями управління, які виконує менеджер, є:

- А. Прогнозування.
- Б. Впорядкування.
- В. Планування.
- Г. Узагальнення.
- Д. Організація.
- Е. Консультація.

9. Спеціальними (конкретними) функціями управління системи управління є:

- А. Управління якістю продукції.
- Б. Технологічна підготовка виробництва.
- В. Бухгалтерський облік та звітність.
- Г. Стимулювання праці.
- Д. Просування працівників по службі.
- Е. Організація колективної роботи,

10. Методами управління є:

- А. Оперативне управління.
- Б. Прогнозування.
- В. Економічний.
- Г. Ідеологічний.
- Д. Прагматичний.
- Е. Емоційний.

11. Функція планування системи управління включає в себе:

- А. Оцінку.
- Б. Контроль.
- В. Прогнозування.
- Г. Цілепокладення.
- Д. Облік.
- Е. Синтезування.
- Ж. Власне планування.
- З. Розподіл обов'язків,

12. Принципами планування є:

- А. Економічність.
- Б. Гнучкість.
- В. Неспішність.
- Г. Закритість.

- Д. Повнота.
- Е. Мотивованість.

13. Бізнес-план виконує функції:

- А. Аналізу загального стану справ на підприємстві та конкурентоздатності його продукції і послуг.
- Б. Відображення перспективної концепції ведення бізнесу.
- В. Звітного документа.
- Г. Керівництва до дії.
- Д. Мірила оцінки фактичних результатів діяльності підприємства за певний період.
- Е. "Інструмент" фінансування проекту.

14. Підприємство містить такі типи структур:

- А. Внутрішню.
- Б. Виробничу,
- В. Професійну.
- Г. Технологічну.
- Д. Економічну.
- Е. Зовнішню.
- Ж. Соціальну.
- З. Інформаційну.

15. Факторами, що враховуються під час проектування організації є:

- А. Стан зовнішнього середовища.
- Б. Сфера контролю.
- В. Технології, що застосовуються.
- Г. Стратегія розвитку підприємства.
- Д. Кількість керівників.
- Е. Кадровий склад і поведінка працівників.
- Ж. Назва підприємства.

16. Ознаками оптимальної структури управління підприємством є:

- А. Мала сфера контролю.
- Б. Невелика кількість рівнів керівництва.
- В. Орієнтація графіків робіт на споживачів.
- Г. Швидка реакція на зміни.
- Д. Наявність контрольних служб.
- Е. Достатня структуризація.

17. За взаємодією із зовнішнім середовищем виділяють такі типи організацій:

- А. Бюрократичний.
- Б. Ринковий.
- В. Механістичний.
- Г. Відкритий.
- Д. Органічний.
- Е. Цілісний.

18. За взаємодією підрозділів виділяють організаційні структури управління:

- А. Механістичні.
- Б. Корпоративні.
- В. Функціональні.
- Г. Лінійні.
- Д. Індивідуалістичні.
- Е. Лінійно-функціональні.
- Ж. Багатовимірні.

3. Обмеженого функціоналізму.

19. За взаємодією з людиною розрізняють типи організацій:

- А. "З людським обличчям".
- Б. Корпоративні.
- В. Підприємницькі.
- Г. Індивідуалістичні.
- Д. Традиційні.

20. Контроль поділяється на:

- А. Первинний.
- Б. Попередній.
- В. Вторинний.
- Г. Поточний.
- Д. Прямий.
- Е. Завершальний.

21. Організаційна культура підприємства складається з:

- А. Цінностей зовнішнього середовища.
- Б. Філософії маркетингу.
- В. Філософії бізнесу.
- Г. Ментальність народу.
- Д. Організаційної культури управління.
- Е. Структури персоналу.
- Ж. Додаткових елементів організаційної культури підприємства.

22. При формуванні мети необхідно:

- А. Застосовувати дієслова у наказовій формі.
- Б. Вказувати засоби досягнення мети.
- В. Відображати взаємозв'язок з іншими цілями.
- Г. Конкретизувати кількісно чи якісно кінцевий результат.
- Д. Узгоджувати цілі з вищестоящим керівництвом.
- Е. Ставити дуже складні цілі.

23. Оперативне управління підприємством передбачає виконання таких функцій:

- А. Організація групової роботи.
- Б. Об'ємне і оперативно-календарне планування.
- В. Диспетчеризація.
- Г. Проведення переговорів.
- Д. Рознарядка робіт.
- Е. Контролювання термінів та якості виконання робіт.
- Ж. Вироблення коректуючих впливів.

24. При управлінні за результатами виділяють такі ключові результати 3-х типів:

- А. Основні.
- Б. Комерційні.
- В. Допоміжні.
- Г. Функціональної діяльності.
- Д. Підпорядковані.
- Е. Підтримки.
- Ж. Додаткові.

25. У стратегічному управлінні виділяють такі рівні управління:

- А. Вищий
- Б. Стратегічний.
- В. Тактичний.
- Г. Середній.
- Д. Оперативний.
- Е. Поточний.

26. Системний підхід до вироблення управлінських рішень передбачає:

- А. Розгляд об'єкта, яким управляють, як системи.
- Б. Одноосібне прийняття рішення.
- В. Віднесення проблеми, що розглядається, до компетентності конкретного рівня управління.
- Г. Колективне прийняття рішень,
- Д. Локалізацію ситуації у межах системи, що розглядається.
- Е. Типізацію процесу прийняття рішення.
- Ж. Використання підлеглих.

27. Багатоступінчастий метод "мозкової атаки" включає такі етапи:

- А. Підготовчий.
- Б. Роз'яснювальний.
- В. Генерація ідей у процесі колективної діяльності (вільне висловлення ідей).
- Г. Узагальнення ідей.
- Д. Комбінування ідей.
- Е. Аналіз ідей.
- Ж. Критика ідей.
- З. Відбір плідних ідей і передача їх на розгляд фахівцям.

28. Фактори, які знижують ефективність роботи керівника:

- А. Слабке планування роботи.
- Б. Делегування повноважень.
- В. Організація колективної роботи.
- Г. Не визначає порядок важливості і терміновості своїх робіт.
- Д. Не довіряє своїм підлеглим.
- Е. Ставить перед підлеглими цілі.
- Ж. Нераціональний обмін інформацією.

29. Перепони на шляху ефективної групової роботи:

- А. Керівник є тільки формальним лідером.
- Б. Некваліфіковані співробітники.
- В. Співробітники мають особисті цілі.
- Г. Визнається взаємозалежність членів груп.
- Д. Неконструктивний мікроклімат.
- Е. Заохочується конкуренція серед співробітників.

30. Функції кадрової служби:

- А. Особовий облік.
- Б. Організація презентацій.
- В. Контроль за виконанням виробничих завдань.
- Г. Навчання.
- Д. Соціальна психологія.
- Е. Зв'язки з громадськістю.

1. Мета операційного менеджменту:

- а) раціональна організація виробництва;
- б) ефективне функціонування операційної системи;
- в) досягнення позитивних результатів і задоволення потреб споживачів продукції;
- г) забезпечення виконання завдань (планів) випуску продукції при максимально можливій ефективності виробництва.

2. Операційна система це:

- а) сукупність підрозділів підприємства;
- б) процес здійснення перетворень ресурсів у товари та послуги;
- в) відокремлена частина підприємства;

3. Операційний цикл це:

- а) кількість операцій у виробничому процесі;
- б) тривалість технологічного циклу і час транспортування деталей та інші операції;
- в) час, затрачений на виконання відповідної операції.

4. Місце операційного менеджменту у виробничому менеджменті:

- а) немає ніякого відношення до виробничого менеджменту;
- б) доповнює виробничий менеджмент;
- в) є складовою частиною виробничого менеджменту.

5. У якому випадку організація розглядається як операційна система?

- а) при відсутності ознак юридичної особи;
- б) коли має ознаки юридичної особи;
- в) група людей, об'єднаних для досягнення певної мети.

6. Операційний менеджмент це:

- а) забезпечення нормальної роботи підприємства;
- б) управлінська діяльність менеджерів по забезпеченню виконання планів, графіків, змінних завдань випуску продукції (послуг).

7. Виробничий процес це:

- а) технологія;
- б) сукупність робочих місць по випуску продукції;
- в) сукупність взаємопов'язаних процесів праці і природних процесів, внаслідок котрих вихідні матеріали перетворюються у вироби.

8. Предмети праці це:

- а) машини, обладнання, що використовуються при виготовленні продукції;
- б) продукція, що виготовляється підприємством;
- в) інструмент.

9. Що ми називаємо деталями?

- а) складальні вузли;
- б) частину предмету праці у машинобудуванні, яку можна відділити без руйнування;
- в) робочий інструмент.

10. Основні виробничі процеси у машинобудуванні це:

- а) безпосередній випуск продукції заданої номенклатури;
- б) виготовлення оснастки;
- в) виготовлення інструменту.

11. Допоміжні виробничі процеси це:

- а) ремонт приміщень та споруд;
- б) виготовлення продукції;
- в) транспортні роботи.

12. Обслуговуючі виробничі процеси це:

- а) виготовлення оснастки;
- б) складування готової продукції;
- в) ремонт обладнання.

13. Операція це:

- а) технологічний процес;
- б) частина виробничого процесу, що виконується безпосередньо на одному робочому місці;
- в) робоче місце.

14. Робоче місце це:

- а) цех підприємства;
- б) складальний конвеєр;
- в) частина виробничої площі з відповідним обладнанням, де робітники виконують окремі операції.

15. Основні операції характеризуються:

- а) будь-якою діяльністю на робочому місці;
- б) діяльністю робітника по складуванню готової продукції;
- в) зміною форм, розмірів, властивостей виробів.

16. Оперативно - виробниче управління це:

- а) загальне управління підприємством;
- б) функціональна підсистема управління виробництвом;
- в) управління структурними підрозділами підприємства.

17. Оперативно - календарні плани це:

- а) планування операцій;
- б) встановлення часу запуску - випуску деталей;
- в) планування випуску продукції.

18. При об'ємному плануванні розподіл річної програми по планових періодах визначається:

- а) розміром підприємства;
- б) складом показників;
- в) типом виробництва

19. Оперативне управління виробництвом:

- а) визначає програму випуску деталей, складальних одиниць;
- б) попереджує час і межі виконання відповідних операцій;
- в) визначає напрямки діяльності підприємства

20. Календарно-планові нормативи це:

- а) складова частина нормативної бази системи оперативного управління виробництвом;
- б) вартісні показники роботи цехів;
- в) натуральні показники роботи цехів.

21. Для розрахунків календарне - планових нормативів необхідно мати:

- а) річну виробничу програму;
- б) річну виробничу програму випуску виробів з розбивкою по кварталах і місяцях;
- в) перелік технологічних процесів.

22. Календарно-планові нормативи це:

- а) процес розробки програми підприємства;
- б) показники виробничої діяльності цеху;
- в) норми і нормативи ефективної організації виробництва.

23. До календарне - планових нормативів відносять:

- а) розмір партій (серій) деталей;
- б) показники ефективності технологічного процесу;
- в) показники роботи цеху.

24. Розмір партії (серії) деталей це:

- а) сумарна кількість деталей;
- б) випуск деталей за зміну;
- в) кількість деталей (виробів) одного найменування, що випускаються одночасно протягом порівняно короткого проміжку часу.

25. При розрахунках календарне - планових нормативів застосовуються методи:

- а) статистичні;
- б) експертних оцінок;
- в) балансові.

26. Для визначення розміру партії (серії) деталей необхідно знати:

- а) сумарні затрати часу по дільниці;
- б) тривалість зміни;
- в) штучний час на обробку всієї партії деталей.

28. Для визначення мінімального розміру партії деталей при умові не значного часу на переналадку обладнання необхідно знати:

- а) тривалість зміни;
- б) середню норму штучного часу на операцію;
- в) мінімальну норму штучного часу з усіх виконуваних операцій.

29. Ритм (періодичність) запуску - випуску партії деталей це:

- а) фіксація випуску деталей в часі;
- б) однакові проміжки часу між запуском або випуском двох суміжних партій деталей;
- в) невпорядкований проміжок часу між запуском або випуском суміжних партій деталей.

30. Одним з показників визначення випуску партії деталей є:

- а) загальний розмір партії деталей;
- б) мінімальний розмір партії деталей;
- в) натуральні показники випуску продукції.

31. Ритм партій деталей в декількох суміжних цехах це :

- а) добуток середньорозрахункового ритму і розміру партії деталей;
- б) частка від ділення розміру партії деталей на поопераційний штучний час;
- в) величина, що не залежить від розміру партії деталей.

32. Величину тривалості виробничого циклу у серійному виробництві необхідно знати для:

- а) загальної оцінки роботи підприємства;
- б) визначення потреби в деталях;
- в) розрахунку випереджень і термінів запуску - випуску партій деталей.

33. Функція виробничого менеджменту це:

- а) Здійснення процесу перетворення предметів праці у готову продукцію.
- б) Правильно сплановані завдання, стратегія і цілі виробничої діяльності.
- в). Проста зміна підходів до процесу управління.

34. Виробничий менеджмент в системі наукового менеджменту:

- а). Координує діяльність окремих фірм.
- б). Не має будь-яких зв'язків.
- в). Займає провідне місце.

35. Виробнича система це:

- а) Поєднання засобів і предметів праці.
- б) Відокремлена частина виробничого процесу здатна самостійно або спільно з іншими системами задовольняти відповідні потреби в продукції та послугах.
- в) Процес здійснення виробничої діяльності.

36. Розвивати виробничу систему означає:

- А. Одержувати високі прибутки.
- Б. Збирати і узагальнювати інформацію про діяльність виробничої системи.
- В. Спрямовувати зусилля усіх учасників системи на її вдосконалення, збільшення обсягів виробництва та підвищення ефективності.

37. Виробничій системі характерні такі властивості:

- А. Здатність чітко змінювати параметри.
- Б. Здатність виробляти необхідну продукцію і змінюватись відповідно до умов зовнішнього середовища.
- В. Не сприйнятність до зовнішнього середовища.

38. Тип виробництва це:

- А. Характерні ознаки та умови організації виробничого процесу
- Б. поєднання засобів праці і предметів праці
- В. Складові організаційної структури підприємства

39. Для одиничного типу виробництва характерні такі особливості:

- А. Випуск продукції здійснюється у значній кількості.
- Б. Номенклатура продукції нестабільна.
- В. Можливість застосування спеціального обладнання не обмежується.

40. Масовий тип виробництва характеризується:

- А. Не високою стабільністю номенклатури виробів.
- Б. Неможливістю широкого застосування у конструкціях виробів уніфікованих і взаємозамінних елементів.
- В. Виготовленням підприємством однотипної продукції.

41. При серійному типі виробництва:

- А. Не можливо здійснювати заходи по уніфікації технологічних процесів.
- Б. Повторюється випуск продукції протягом одного або декількох у років.
- В. Продукція випускається у невеликій кількості.

42. Виробнича стратегія розробляється на основі:

- A. Економічної стратегії підприємства.
- Б. Набору окремих елементів виробничої системи.
- В. досягнутого рівня виробництва.

43. Організація виробництва це:

- A. Спосіб вибору, поділу і кооперації елементів виробництва для збільшення випуску продукції при мінімальних затратах.
- Б. Підрахунки упущеної вигоди.
- В. Облік випущеної протягом певного періоду продукції.

44. Відмітьте основні фактори, які впливають на вибір специфіки управління виробництвом:

- A. Скорочення ЖЦТ
- Б. Розширення номенклатури виробів при зменшенні їх обсягів,
- В. Суттєве ускладнення технологічних процесів,
- Г. Зростання вимог до якості обслуговування та термінів виконання замовлення, що викликає труднощі в механізмі використання виробничих систем.
- Д. Всі відповіді вірні.

45. Які основні обов'язки виробничих менеджерів?

- A. Розробка та впровадження операційних стратегій.
- Б. Проектування операційних систем, розробка та їх впровадження, планування та контроль поточного управління.
- В. Планування та контроль поточного функціонування системи.

46. Переробна підсистема виконує таку функцію:

- A. Продуктивну, пов'язану із переробкою входів у виходи.
- Б. Корегує діяльність, отримує інформацію із зовнішнього середовища (зміна попиту, вартості ресурсів).
- В. Корегує діяльність, отримує інформацію із внутрішнього середовища.

47. Підсистема планування і контролю:

- A. Виконує продуктивну функцію, пов'язану із переробкою входів у виходи.
- Б. Не пов'язана прямо із виробництвом виходів, але виконує необхідні функції для забезпечення переробної підсистеми.
- В. Корегує діяльність, отримує інформацію із зовнішнього середовища (зміна попиту, вартості ресурсів).
- Г. Корегує діяльність, отримує інформацію із внутрішнього середовища.
- Д. Отримує від переробної інформацію про стан діяльності системи (про розміри незавершеного виробництва), корегує діяльність, отримує інформацію із зовнішнього середовища (зміна попиту, вартості ресурсів).

48. Підсистема забезпечення:

- A. Виконує продуктивну функцію, пов'язану з переробкою входів у виходи.
- Б. Не пов'язана прямо з виробництвом виходів, але виконує необхідні функції для забезпечення переробної підсистеми.
- В. Корегує діяльність, отримує інформацію із зовнішнього середовища (зміна попиту, вартості ресурсів).
- Г. Корегує діяльність, отримує інформацію з внутрішнього середовища.
- Д. Отримує від переробної інформацію про стан діяльності системи (про розміри незавершеного виробництва), корегує діяльність, отримує інформацію із зовнішнього середовища (зміна попиту, вартості ресурсів).

49. Які типи переробних систем (типи виробництва) ви знаєте?

- A. Одиначна, дрібносерійна, масове виробництво, неперервне виробництво.

- Б. Одинична, дрібносерійна, масове виробництво.
- В. Дрібносерійна, масове виробництво, неперервне виробництво.
- Г. Одинична, масове виробництво, неперервне виробництво.
- Д. Одинична, дрібносерійна, неперервне виробництво.

50. Характеристику якої системи приведено? Унікальність конструкції одиниці продукції та особливе розташування. Процес виробництва має одиничний та неповторний характер. На виробництво кожної одиниці продукції затрачається тривалий період часу.

- А. Дрібносерійна.
- Б. Масове виробництво.
- В. Неперервне виробництво.**
- Г. Одиничне виробництво.

51. Характеристику якої системи приведено? Окремі підрозділи спеціалізуються на виконанні різних операцій, оскільки вимоги до обробки кожного об'єкта можуть бути різними, вони проходять різні маршрути і не обов'язково є проходження через всі виробничі ділянки:

- А. Дрібносерійне виробництво.
- Б. Масове виробництво.
- В. Неперервне виробництво.
- Г. Одиничне виробництво.

52. Характеристику якої системи приведено? Видає великі обсяги відносно стандартизованих виходів. Час проходження 1-ї продукції через систему відносно короткий (від кількох хвилин до години). Виробничі ресурси впорядковуються таким чином, що утворюють технологічну лінію (потік):

- А. Дрібносерійне виробництво.
- Б. Масове виробництво.
- В. Неперервне виробництво.
- Г. Одиничне виробництво.

53. Характеристику якої системи приведено? Переробна система з неперервним процесом виробляє значні обсяги однорідного продукту. Ресурси, які поступають на вхід, неперервним потоком проходять через систему, перетворюючись в готову продукцію:

- А. Дрібносерійне виробництво.
- Б. Масове виробництво.
- В. Неперервне виробництво.
- Г. Одиничне виробництво.

54. Що можна віднести до переліку критеріїв, за якими оцінюють діяльність будь-якого підприємства?

- А. Кількість виробництва.
- Б. Видатки виробництва.
- В. Якість і надійність продукції.**
- Г. Вчасність доставки.
- Д. Розмір капітальних вкладень і їх окупність.
- Е. Вірні усі відповіді.

55. Організація - багатоцільова система, яка як мінімум має такі головні цілі:

- А. Виробничу, економічну.
- Б. Виробничу, економічну, соціальну, культурну.
- В. Виробничу, економічну, технічну, соціальну.

- Г. Виробничу, економічну, соціальну, культурну, комерційну.
 Д. Комерційну, економічну, екологічну.

56. Продукти праці, які зазнали попередньої промислової обробки і які формують матеріально-речовий зміст готової продукції, це:

- А. Допоміжні матеріали.
 Б. Основні матеріали.
 В. Напівфабрикати.
 Г. Комплектуючі.
 Д. Готова продукція.

57. Визначте складові виробів:

- А. Деталі.
 Б. Вузли.
 В. Комплекти.
 Г. Всі відповіді вірні.

58. Коефіцієнт закріплення операцій це:

- А. Питома вага спеціалізованих робочих місць о гпдрозді...
 Б. Число закріплених за ним деталіоперацій.
 В. Середнє число операцій, які виконуються на робочою певний період часу.
 Г. Відношення числа всіх операцій до числа робочих місць
 Д. Відношення числа всіх операцій, виконаних протягом періоду часу, до числа робочих місць

59. Визначення якого типу організації виробництва подано нижче? Метод організації виробництва, при якому забезпечується суворо погоджене в часі виконання всіх операцій технологічного процесу і переміщення міжопераційних напівфабрикатів по робочих місцях з встановленими темпами випуску виробів:

- А. Масове виробництво.
 Б. Серійне виробництво.
 В. Потоківе виробництво.
 Г. Непотокове виробництво.

60. Інтервал часу між двома випущеними один за одним предметами називається:

- А. Темпом потокової лінії.
 Б. Ритмом потокової лінії.
 В. Тактом потокової лінії.
 Г. Співвідношенням планового фонду робочого часу роботи лінії до обсягу виробництва предметів за той же період.

61. Тривалість виробничого циклу найкоротша при таких видах руху предметів праці у виробничому процесі:

- А. Послідовно-паралельний
 Б. Паралельний
 В. Послідовний

2-ИЙ РІВЕНЬ (МНОЖИНИЙ ВИБІР)

1. Функціями операційного менеджменту є:

- а) оцінка роботи підприємства в цілому;
 б) оперативно-календарне планування випуску продукції;
 в) диспетчеризація процесу випуску продукції;
 г) контроль за виконання встановлених завдань;

д) підтримання платіжної дисципліни.

2. Сутність функціонування операційного менеджменту полягає у:

- а) забезпеченні випуску продукції (послуг) відповідно до плану;
- б) наявності організації, якою необхідно управляти;
- в) формування головної мети управління;
- г) з'ясуванні засобів досягнення мети управління;
- д) ефективного використання елементів виробництва.

3. Назвіть визначальні показники оцінки ефективності функціонування операційної системи:

- а) загальний обсяг випуску продукції;
- б) високий коефіцієнт використання предметів праці;
- в) високий коефіцієнт використання основних засобів;
- г) рентабельність виробництва;
- д) максимальний прибуток.

4. Що є об'єктом операційного менеджменту?

- а) технологія;
- б) операції;
- в) продукція, що виготовляється на підприємстві;
- г) виробничі процеси;
- д) взаємовідносини людей, об'єднаних у трудові колективи.

5. Фактори підвищення ефективності функціонування операційної системи:

- а) зростання продуктивності праці;
- б) збільшення чисельності управлінського персоналу;
- в) раціональне використання ресурсів;
- г) використання сучасних технологій;
- д) комплексна мотивація праці.

6. Які посади обіймають операційні менеджери:

- а) керівників функціональних підрозділів підприємства;
- б) керівників цехів;
- в) керівників ділянок;
- г) майстрів;
- д) організаторів виробничого процесу;
- е) менеджерів з персоналу.

7. Елементами операційної системи є:

- а) предмети праці;
- б) обладнання;
- в) виробничу програму підприємства;
- г) робочу силу;
- д) комунікації та звітність.

8. До внутрішнього середовища операційної системи належать:

- а) місце розташування підприємства;
- б) структура виробництва;
- в) організаційна культура виробництва;
- г) політична ситуація;
- д) ресурси.

9. Якісні параметри виробу характеризуються:

- а) зовнішнім виглядом;
- б) сортністю;
- в) тривалістю безремонтного періоду;
- г) ціною виробу;
- д) простотою в експлуатації;
- е) точністю.

10. Комплектуючі вироби це вироби, що:

- а) виготовляються в основних цехах підприємства;
- б) виготовляються в суміжних цехах підприємства;
- в) надходять з інших підприємств.

11. Цілі операційного менеджменту це:

- а) визначення місії підприємства;
- б) побудова ефективної операційної системи;
- в) розробка показників діяльності підприємства;
- г) визначення напрямів розвитку підприємства у перспективі;
- д) виконання планових завдань випуску продукції.

12. Для розробки стратегії операційного менеджменту необхідно:

- а) розробити бізнес-план підприємства;
- б) мати достатні фінансові ресурси;
- в) здійснити детальний аналіз роботи підприємства;
- г) визначити і оцінити можливості, сильні і слабкі сторони організації;
- д) обмежитись однією ідеєю.

13. Напрями визначення стратегії операційного менеджменту залежить від:

- а) організаційно-правового статусу фірми;
- б) наявності капіталу;
- в) внутрішнього середовища;
- г) наявності конкурентів;
- д) життєвого циклу товару.

14. Стратегічні рішення операційного менеджменту включають:

- а) стратегію товару;
- б) стратегію процесу виробництва;
- в) визначення планових показників роботи підприємства;
- г) стратегію людських ресурсів.

15. У чому перевага тактичних рішень операційного менеджменту:

- а) швидка адаптація до змін оточуючого середовища;
- б) можливість швидше модифікувати операційну систему;
- в) забезпечити виконання наміченої програми.

16. Світовий клас стратегії товару це:

- а) зосередження уваги на невеликій кількості асортименту найбільш прибуткових товарів;
- б) використання критерію рівня віддачі інвестицій в освоєння нових виробів;
- в) постійне оновлення виробів;
- г) високий рівень взаємодії виробничого та збутового підрозділів.

17. Світовий клас тактики управління виробництвом це:

- а) ефективне використання ресурсів;
- б) стабільність виробництва;

в) побудова організаційної структури підприємства.

18. Сутність оперативного управління виробництвом полягає у:

- а) визначенні загальних показників плану;
- б) конкретизація випуску продукції в часі і просторі;
- в) постійному контролі виконання плану;
- г) регулюванні виконання встановлених завдань.

19. Оперативне управління виробництвом спрямована на:

- а) зростання запасів усіх видів ресурсів;
- б) збільшення тривалості виробничого циклу;
- в) підвищення продуктивності роботи;
- г) підвищення якості продукції.

20. Оперативно-календарне (виробниче) планування це:

- а) планування в цілому;
- б) планування показників для окремих підрозділів підприємства;
- в) методика і техніка постановки планової роботи;
- г) вибір планово-облікових одиниць;
- д) встановлення порядку оформлення і руху планово-облікової документації.

21. Система оперативного управління виробництвом включає підсистеми:

- а) організаційну структуру;
- б) технологічну;
- в) елементну.

22. Оперативне управління основним виробництвом на рівні підприємства полягає в:

- а) організації руху предметів праці в межах декади;
- б) організації руху предметів праці в межах року;
- в) організації руху предметів праці в межах зміни;
- г) організації руху предметів праці в межах кварталу.

23. Оперативне управління основним виробництвом на рівні цеху полягає в:

- а) організації руху предметів праці в межах року;
- б) організації руху предметів праці в межах кварталу;
- в) організації руху предметів праці в межах місяця;
- г) організації руху предметів праці в межах декади;
- д) організації руху предметів праці в межах зміни.

24. Оперативне управління основним виробництвом на рівні дільниці полягає в:

- а) організації руху предметів праці в межах кварталу;
- б) організації руху предметів праці в межах декади;
- в) організації руху предметів праці в межах зміни.

25. Елементна підсистема оперативного управління виробництвом характеризується:

- а) чисельним складом управлінського персоналу;
- б) складом і змістом планово-облікової документації;
- в) кваліфікацією управлінського персоналу;
- г) визначенням структури управління.

26. Цілі об'ємного планування:

- а) простий розподіл річної програми по цехах і дільницях;
- б) рівномірне завантаження обладнання цеху;

- в) рівномірне завантаження робочих місць цеху;
- г) забезпечення встановлених кількісних і якісних показників цехами і дільницями.

27. Організаційна підсистема оперативного управління виробництвом здійснює функції через:

- а) планово-диспетчерські відділи;
- б) виробничо-технічні відділи;
- в) управлінські одиниці.

28. Внутріцехове планування в системі оперативного управління основним виробництвом це:

- а) визначення загальної програми підприємства;
- б) визначення загальної програми цехом;
- в) визначення місця і термінів початку та закінчення кожної деталіоперації;
- г) складання календарного плану-графіка роботи дільниці.

29. Функції системи оперативного управління основним виробництвом:

- а) визначення технології;
- б) керівництво;
- в) планування;
- г) контроль;
- д) регулювання.

30. Об'ємне планування в системі оперативного управління основним виробництвом це:

- а) планування річної програми підприємства;
- б) розподіл річної програми між цехами і дільницями по кварталам у натуральному виразі;
- в) розподіл річної програми між цехами і дільницями по кварталах у вартісному виразі.

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Тести першого рівня (одиничний вибір)

1. До принципів правління відноситься:

- а) дисципліна;
- б) психологічний фактор;
- в) сфера контролю;
- г) динаміка.

2. Найпростішим типом організаційної структури управління є:

- а) функціональний;
- б) дивізійний;
- в) матричний;
- г) лінійний.

3. Найвищою потребою теорії ієрархічних потреб за А.Маслоу є:

- а) визнання;
- б) влада;
- в) досягнення;
- г) самовираження;
- д) самовдосконалення.

4. Графік, який відображає динаміку просування працівника по службовій драбині.

- а) документ який відображає обов'язки підприємства перед працівником;
- в) документ, який відображає обов'язки працівника перед підприємством;
- г) індивідуальний план соціально-професійного росту працівника.

5. Принципом роботи кадрової служби є:

- а) змагання;
- б) персоніфікація управління;
- в) активність;
- г) колективність.

6. До робітників відносяться:

- а) техніки;
- б) економісти;
- в) сторожі;
- г) бухгалтери

7. Група методів кадрами, яка включає: прогнозування і планування кадрової роботи, розрахунок балансу робочих місць і трудових ресурсів, визначення основної і додаткової потреби в кадрах і джерел її забезпечення називається:

- а) організаційно-розпорядчими;
- б) економічними;
- в) соціально-психологічними.

8 Кадрова політика це:

- а) генеральний напрямок у кадровій роботі, який визначається сукупністю найбільш важливих, принципових положень і установок;
- б) система заходів щодо підбору, розстановки і використання кадрів.

9 Спостереження, анкетування, біографічний метод використовуються для:

- а) планування службової кар'єри;
- б) дослідження особистих якостей працівника;
- в) підвищення кваліфікації працівника;
- г) оцінка загальних морально-психологічних якостей працівника.

10 Колективний договір це:

- а) згода між суверенними державами з метою покращення економічних та культурних стосунків;
- б) договір між двома фізичними особами з метою купівлі та продажу;
- в) двохстороння угода між адміністрацією підприємства та профспілковою організацією з метою поліпшення умов праці, діяльності підприємства в цілому.

11. Атестаційна комісія попереджає працівника про атестацію:

- а) за три місяці;
- б) за два місяці;
- в) за один місяць.
- г) вірна відповідь відсутня.

12. Атестації не підлягають:

- а) пенсіонери;
- б) молоді працівники віком до 25 років;
- в) молоді спеціалісти протягом 3-х років після закінчення вузу.
- г) неодружені працівники.

13. Персонал це:

- а) основний постійний штатний склад працівників;
- б) всі працівники, які працюють в даній організації на даний час;
- в) люди, які зайшли в пошуках роботи;
- г) всі працівники організації. крім тих хто працює за трудовою угодою.

14. Найбільш складний об'єкт управління в організації: провідний речовий фактор виробництва, який володіє можливістю самостійно вирішувати, оцінювати вимоги, діяти і який має суб'єктивні інтереси це:

- а) капітал;
- б) персонал;
- в) праця;
- г) бізнес.

15. Найважливіший елемент виробничого процесу на підприємстві:

- а) основні фонди;
- б) кадри;
- в) інвестиції;
- г) технології.

16. Процес забезпечення організації необхідною кількістю кваліфікованого персоналу, прийнятим на планові посади в плановий час, - це:

- а) кадрове планування;
- б) організація виробництва;
- в) управління персоналом.
- г) набір персоналу.

17. Планування потреби в персоналі не включає:

- а) оцінку наявного потенціалу трудових ресурсів;
- б) оцінку майбутніх потреб;
- в) розроблення програм по розвитку персоналу;
- г) підвищення кваліфікації персоналу.

18. Назвіть внутрішнє джерело зміни потреби організації в робочій силі:

- а) внутрішньоорганізаційна динаміка;
- б) темпи економічного росту;
- в) рівень інфляції;
- г) рівень безробіття.

19 Резюме це:

- а) опис трудової діяльності кандидата з моменту базової підготовки;
- б) вид заяви про прийом на роботу;
- в) вид співбесіди при прийомі на роботу;
- г) групове інтерв'ю.

20. Заключним етапом процесу відбору є:

- а) тести по найму;
- б) оформлення трудового договору;
- в) медичний огляд;
- г) перевірка рекомендацій.

21. Мотив праці формується якщо:

- а) винагорода відповідає очікуванню;

- б) трудова діяльність є основною умовою отримання блага;
в) актуалізується потреба.

22. Згідно з теорією Мак-Клелланда людям властиві три потреби:

- а) влада, успіх, причетність;
б) гроші, спілкування, повага;
в) успіх, винагорода, влада.

23. Теорія мотивації "х" припускає, що:

- а) людина намагається уникнути роботи;
б) людина прагне працювати якнайкраще;
в) людина погодиться працювати тільки за відповідну винагороду.

24. Навчання після отримання працівниками основної освіти, спрямоване на послідовну підтримку й удосконалення їх професійних і економічних знань (поглиблення, підвищення, приведення у відповідність з вимогами вищої посади), навичок – це:

- а) підвищення кваліфікації;
б) ротация;
в) спеціалізація;
г) форми додаткової підготовки.

25. Документ, який містить інформацію про роботу, виконувану на певному робочому місці і відповідальність, а також про особливості робочого місця називається:

- а) опис роботи;
б) посадова інструкція;
в) специфікація роботи;
г) аналіз посади.

26. Кар'єра це:

- а) трудовий і розумовий потенціал, набутий працівником на підприємстві;
б) індивідуальне усвідомлення цінностей у трудовій культурі підприємства;
в) індивідуально усвідомлені позиція і поведінка, пов'язані з трудовим досвідом і діяльністю протягом робочого життя людини;
г) немає правильної відповіді.

27. Під вертикальною кар'єрою розуміється:

- а) переміщення в іншу функціональну ділянку роботи;
б) виконання певної службової ролі на сходинці, що не має твердого формального закріплення в організаційній структурі;
в) підйом на вищу сходинку структурної ієрархії (підвищення в посаді, що супроводжується більш вищою оплатою праці);
г) немає правильної відповіді.

28. Коли коефіцієнт інтенсивної плинності (К.і.п.) дорівнює одиниці – це:

- а) група стабільна;
б) підвищена плинність персоналу;
в) низький рівень плинності у порівнянні із загальноорганізаційною.

29. Коефіцієнт плинності характеризує:

- а) розмір плинності персоналу в цілому по підприємству;
б) плинність персоналу по статевіковим, професійним, інших групах;
в) динаміку плинності в порівнянні з попередніми періодами

30. При абсентеїзмі мається на увазі:

- а) кількість вихідних і святкових днів;
- б) кількість самовільних невиходів на роботу;
- в) заздалегідь обговорені невиходи на роботу;
- г) немає правильної відповіді.

31. Джерела які використовуються для залучення кандидатів на вакантні посади:

- а) основні і додаткові;
- б) внутрішні і зовнішні;
- в) дорогі і недорогі
- г) немає правильної відповіді.

32. Чим нижчий коефіцієнт відбору персоналу тим:

- а) процес відбору складніший;
- б) процес відбору легший;
- в) не впливає на процес відбору;
- г) немає правильної відповіді.

33. Продаж підприємства – повна ліквідація. продаж активів звільнення персоналу і повне припинення діяльності властиве:

- а) стадії розпаду (ситуація кризи);
- б) стадії стабілізації;
- в) стадії інтенсивного зростання;
- г) стадії формування організації.

34. Зміцнення організаційної і корпоративної культури характерне для стадії:

- а) інтенсивного зростання;
- б) стабілізації;
- в) кризи;
- г) формування організації.

35. Про здатність фірми до змін свідчать такі особливості персоналу:

- а) творчий підхід до справи;
- б) безупинне навчання персоналу;
- в) діалогічність свідомості;
- г) немає правильної відповіді.

36. Цикл "механізації" персоналу характерний для стадії:

- а) розпаду організації;
- б) стабілізації;
- в) інтенсивного зростання;
- г) формування організації

37. Що мається на увазі під поняттям "людський фактор"?

- а) функції людини в суспільстві;
- б) люди, працівники підприємств і установ, об'єднані для спільної діяльності;
- в) особистість, робоча група, трудовий колектив;
- г) немає правильної відповіді.

38. Особистість являє собою єдність:

- а) соціальних утворень, рис і якостей;
- б) індивідуально-психологічних особливостей рис і властивостей;
- в) біологічних структур;
- г) усі відповіді правильні.

39. Чому людина з меланхолійним типом темпераменту небажана в ролі керівника?

- а) не може забезпечити стабільний результат на тривалий час;
- б) не схильна до впровадження передових методів управління;
- в) не може швидко і оперативно приймати рішення.

40. Процес кадрового планування складається з 3-х базисних кроків. Вкажіть зайвий:

- а) визначення впливу організаційних цілей на підрозділи організації;
- б) визначення майбутніх потреб (необхідних кваліфікацій майбутнього персоналу і загального числа службовців, які необхідні для досягнення даною організацією поставленої мети;
- в) визначення додаткової потреби в персоналі при обліку наявних кадрів організації;
- г) розроблення конкретного плану дії по ліквідації потреб у персоналі;
- д) прогнозування перспективних потреб організації в персоналі (по окремих категоріях).

Тести другого рівня (множинний вибір)

1. Промислово-виробничий персонал включає такі категорії працівників:

- а) робітники;
- б) керівники;
- в) спеціалісти;
- г) службовці;
- д) охорона та учні.

2. Принципами планування є:

- а) економічність;
- б) гнучкість;
- в) неспішність;
- г) закритість;
- д) факторність.

3. За взаємодією підрозділів виділяють організаційні структури управління:

- а) механістичні;
- б) корпоративні;
- в) лінійні;
- г) лінійно-функціональні;
- д) адаптивні.

4. При формуванні мети необхідно:

- а) застосовувати дієслова в наказовій формі;
- б) вказувати засоби досягнення мети;
- в) відображати взаємозв'язок з іншими цілями;
- г) конкретизувати кількісно чи якісно кінцевий результат;
- д) узгоджувати цілі з вищестоящим керівництвом;
- е) ставити дуже складні цілі.

5. Переміщення кадрів включає:

- а) підвищення;
- б) пониження;
- в) переведення;
- г) збільшення;

д) скорочення.

6. До засобів набору персоналу відноситься:

- а) оголошення в газетах;
- б) служби зайнятості населення;
- в) особисті контакти працівників організації;
- г) угоди з навчальними закладами;
- д) співбесіда з претендентами на посаду;
- е) заява громадянина.

7. Система управління персоналом містить:

- а) набір персоналу;
- б) профорієнтація та адаптація;
- в) навчання;
- г) оцінка трудової діяльності;
- д) переміщення кадрів;
- е) управління просуванням по службі.

8. Додаткова потреба в кадрах зумовлена:

- а) поповненням приросту нових робочих місць;
- б) удосконаленням структури організації;
- в) заміною вибувших на навчання з відривом від виробництва;
- г) заміною призваних до Збройних сил;
- д) поповнення втрат від плинності кадрів;
- е) впровадженням нових технологій.

9. Джерелами забезпечення організацій персоналом є:

- а) навчальні заклади;
- б) центри зайнятості;
- в) керівники підрозділів організації;
- г) пенсіонери;
- д) зайняте населення;
- е) самостійна робота кадрових служб організації по набору кадрів.

10. Безперервне навчання керівних працівників і спеціалістів передбачає:

- а) самоосвіту;
- б) здобуття вищої освіти;
- в) стажування перепідготовку;
- г) перекваліфікацію;
- д) курсове періодичне навчання.

11. Основними факторами і мотивами плинності кадрів є:

- а) низька зарплата;
- б) погана організація праці;
- в) суворі дисципліна;
- г) погані стосунки з керівництвом;
- д) можливість професійного росту;
- е) негативний мікроклімат в колективі.

12. В основу кадрової політики покладено:

- а) забезпечення робочою силою;
- б) формування згуртованості колективу;
- в) забезпечення планованого обсягу виробництва і реалізації;
- г) затверджена концепція розвитку підприємства.

13. Яке із запропонованих завдань не є головним у системі управління персоналом?

- а) забезпечення організації кваліфікованими кадрами;
- б) формування згуртованого колективу;
- в) підвищення задоволення працею всіх категорій персоналу;
- г) удосконалення оплати праці і мотивації;
- д) участь в розробленні організаційної стратегії.

14. У процесі відбору кадрів доводиться враховувати фактори:

- а) ринок робочої сили;
- б) специфіка підприємства;
- в) вимоги профспілки;
- г) місцезрештування підприємства;
- д) сімейний стан кандидатів
- е) кваліфікацію претендента.

15. До спланованих рішень при внутрішньому наборі відносять:

- а) зміни планів на відпустку;
- б) перегляд характеристик, результатів атестації;
- в) зміни планів підвищення кваліфікації
- г) понаднормовий час.

16. При прийомі на роботу виділяють наступні види кадрових бесід:

- а) по ситуації;
- б) про політичне становище в світі;
- в) по біографії кандидата;
- г) по професійних і особистих якостях кандидатах

17. Заснована на стандартних чи спеціальних (загальних і конкретних) програмах – це форма:

- а) спеціалізації;
- б) ротації;
- в) підвищення кваліфікації;
- г) наставництва.

18. Головним завданням планування і реалізації кар'єри є:

- а) забезпечення взаємодії усіх видів кар'єр;
- б) підвищення кваліфікації працівників на підприємстві;
- в) дотримання норм і порядків передбачених статутом підприємства
- г) формування мотивації працівників;
- е) ослаблення конкуренції працівників.

19. До методів психологічного впливу відносять:

- а) переконання;
- б) навіювання;
- в) наслідування;
- г) критика;
- д) похвала;
- е) традиційні.

20. При прийомі на роботу працівника його обов'язково знайомлять:

- а) з колективним договором;
- б) правилами внутрішнього розпорядку;

- в) правилами техніки безпеки і охорони праці;
- г) біографією керівника організації;
- д) інструкцією роботи на комп'ютері.

21. Прорахуйте фактори, що дозволяють підсилити кадровий потенціал організації:

- а) стабільність працівників;
- б) поінформованість працівників про справи організації;
- в) об'єктивність оцінки особистого внеску кожного;
- г) корпоративна культура;
- д) підвищення заробітку за рахунок зниження прибутку фірми;
- е) підвищення кваліфікації працівників.

22. У яких випадках людина повинна підтримувати своє здоров'я?

- а) коли прагне зробити кар'єру;
- б) коли хоче мати сім'ю;
- в) коли готується в турпохід;
- г) коли готується вступати у вуз;

23. Індивідуально-психологічні властивості особистості це:

- а) характер;
- б) темперамент;
- в) здібності;
- г) сприйняття;
- д) відчуття;

24. Люди з яким типом темпераменту найбільше відповідають для посади керівника?

- а) холерик;
- б) сангвінік;
- в) флегматик;
- г) меланхолік

25. На стадії спаду підприємство має такі сценарії додаткового розвитку:

- а) введення зовнішнього управління;
- б) продаж підприємства;
- в) пошук інвестицій під конкретний проект, вкладення коштів;
- г) купівля додаткових акцій.

26. До факторів внутрішньоорганізаційної динаміки відносяться:

- а) декретна відпустка;
- б) вихід на пенсію;
- в) конкуренція;
- г) стан ринку;
- д) служба в Збройних силах;

27. Мета управління персоналом:

- а) економічна;
- б) науково-технічна;
- в) виробничо-комерційна;
- г) навчальна;
- д) законодавча.

28. Методи управління персоналом, за допомогою яких здійснюється матеріальне стимулювання працівників, називаються (вказіть невірні):

- а) адміністративними;
- б) соціально-психологічними;
- в) економічними
- г) матеріальними;
- д) грошовими.

29. Адаптація працівника на підприємстві складається із наступних видів:

- а) соціально-психологічна;
- б) психофізична;
- в) професійна;
- г) пристосування;
- д) ознайомлення.

30. Дисциплінарні відносини є:

- а) охоронні;
- б) заохочувальні;
- в) виховні;
- г) економічні;
- д) організаційні.

31. Атестації не підлягають працівники які:

- а) пропрацювали менше одного року;
- б) вагітні жінки;
- в) молоді спеціалісти протягом 3-х років після закінчення навчального закладу;
- г) пенсіонери;
- д) жінки, які мають дітей віком до 3-х років.

32. За порушення трудової дисципліна адміністрація має право накладати наступні стягнення:

- а) догану;
- б) сувору догану;
- в) зауваження;
- г) звільнення;
- д) попередження.

33. Ділова кар'єра може бути:

- а) вертикальною;
- б) сходинковою;
- в) горизонтальною;
- г) відкритою;
- д) прихованою;
- е) закритою.

34. При оцінюванні працівника виділяють наступні критерії оцінки:

- а) кількість праці;
- б) якість праці;
- в) ставлення до роботи;
- г) ставлення до колег;
- д) старанність у роботі;
- е) готовність до співробітництва

35. При проведенні реорганізації організації можуть застосовуватися наступні методи:

- а) примусовий;
- б) адаптивних змін;
- в) управління кризовою ситуацією;
- г) добровільний;
- д) управління опором "акордеону"

36. Організація складається з наступних елементів:

- а) мета;
- б) структура;
- в) місія;
- г) технології;
- д) фінанси;
- е) персонал

37. Відбір претендентів на посаду проводиться наступними методами:

- а) кадрова співбесіда;
- б) на основі документів;
- в) по рекомендації знайомих;
- г) тестуванням;
- д) по резюме

38. Згідно "теорії справедливості" Дж.Адамса люди завжди співставляють:

- а) індивідуальні затрати;
- б) індивідуальні потреби;
- в) потреби інших;
- г) затрати інших;
- д) надбання інших;
- е) втрати інших

39. Модель "придбаних цінностей" Д.Мак-Клелланда виділяє п'ять видів потреб. Відмітьте їх:

- а) фізіологічні;
- б) безпеки і захисту;
- в) лідерства;
- г) успіху;
- д) належності;
- е) влади

40 Атестація персоналу може проводитись, як :

- а) підсумкова;
- б) початкова;
- в) проміжкова;
- г) спеціальна;
- д) загальна

41 Японський підхід до управління персоналом полягає в:

- а) пожиттєвому наймі;
- б) рідкому делегуванні влади;
- в) сімейних відносинах з підлеглими;
- г) прийнятті рішень знизу до верху;
- д) оплаті праці залежно від стажу роботи;
- е) великій конкуренції на одне місце

42 Американський підхід до управління персоналом полягає в:

- а) прийнятті рішень зверху вниз;
- б) частому делегуванні влади;
- в) сімейних відносинах з підлеглими;
- г) наймі по ділових якостях;
- д) оплаті праці залежно від стажу роботи;
- е) низьких гарантіях для працівників

“ОРГАНІЗАЦІЯ ПРАЦІ МЕНЕДЖЕРА”**Тести першого рівня (одиничний вибір)****1. Делегування повноважень це:**

- а) Передача частини повноважень підлеглим;
- б) Вибори делегата;
- в) Перекладення відповідальності на підлеглих.

2. По підсумкових питаннях, що розглядаються на зборах колективу приймають:

- а) Угоду;
- б) Постанову;
- в) Рішення.

3. Нарада це:

- а) Форма організованої, цілеспрямованої взаємодії керівника з колективом;
- б) Зібрання співробітників;
- в) Передача інформації “зверху” до “низів”.

4. Для прийому співробітників варто:

- а) Ввести години прийому;
- б) Робити обхід робочих місць;
- в) Прийом вести безпосередньо на вимогу співробітника.

5. Телефонну розмову для абонента, який дзвонить першим варто. розпочинати розмову зі слів:

- а) Алло;
- б) Хто це?
- в) Уточнити відділ і назвати прізвище необхідного абонента.

6. Регламент зборів це:

- а) Документ, який приймається по веденню зборів
- б) Час відведений для доповіді і виступів;
- в) Вид виступу на зборах.

7. Середньостроковий план діяльності розрахований на:

- а) 1 рік;
- б) 2 роки;
- в) 5 роки.

8. Ділову розмову варто проводити :

- а) За 3 хв.;
- б) За 10 хв.;
- в) За 40 хв.

9. Рішення зборів повинно бути:

- а) Загальним з контактуючої і зобов'язуючою частинами;
- б) Коротким без визначених строків;
- в) З визначеними строками і виконавцями.

10. Довгостроковий план діяльності організації розрахований :

- а) На 3 роки;
- б) На 5 років;
- в) На 10 років.

11. Власний архів керівника це:

- а) Особисті листи та записи
- б) Зібрання документів, що утворилися в процесі виробничої діяльності керівника
- в) Чернетки з питань виробничої діяльності.

12. Середньостроковий план діяльності розрахований на:

- а) 1 рік;
- б) 2 роки;
- в) 5 роки.

13. При складанні поточного (місячного) плану роботи варто залишати в резерві:

- а) 40% робочого часу;
- б) 60% робочого часу;
- в) 10 % робочого часу.

14. Положення, інструкції, правила, статuti називаються:

- а) Розпорядчими документами
- б) Довідково-інформаційними документами
- в) Організаційними документами

15. Надання відпустки оформляється:

- а) Розпорядженням
- б) Наказом
- в) Графіком відпусток

16. Реквізит це :

- а) Елемент офіційного документа;
- б) Меблі в кабінеті
- в) Офіційний документ.

17. Робочий день варто розпочинати з вирішення:

- а) Найскладніших справ;
- б) Розкладу документів;
- в) Нескладних питань.

18. Власний документ це:

- а) Диплом, атестат, характеристика
- б) Документ створений працівником в сфері його діяльності(заява, скарга);
- в) Документ створений посадовою особою від імені організації.

19. Резолюція це:

- а) Вид документу;
- б) Вказівка щодо до виконання документа;
- в) Гриф затвердження.

20. В бізнес – сфері дозволяється використовувати:

- а) Будь – які візитки
- б) Лише класичні візитки
- в) Візитки юридичних осіб.

21. Найоптимальніший час для проведення нарад вважається:

- а) Початок робочого дня;
- б) 10 – 11 год. дня;
- в) 16 год. дня.

22. Строки розгляду заяв і скарг:

- а) 1 місяць;
- б) 3 місяці;
- в) 6 місяців.

23. При простоях виробництва працівника можуть переводити на іншу роботу строком на:

- а) 6 місяців;
- б) 1 місяць;
- в) 3 місяці.

24. Прихована кар'єра це:

- а) Працівник не займає високих посад, але долучається в еліту керівництва;
- б) Працівник має певні пільги і вищу оплату праці;
- в) Працівник підвищує кваліфікацію у формі ротації.

25. Повторною заява або скарга вважається:

- а) Написаного з одного і того питання вдруге;
- б) Написана однією і тією ж особою з іншого питання ;
- в) Написана іншою особою з першого питання.

26. Трудова книжка оформляється на працівника, який прийнятий в організацію:

:

- а) 1 місяць;
- б) 10 днів;
- в) 5 днів.

27. Службовці – це працівники які:

- а) Виконують інформаційно – допоміжні операції;
- б) Спеціалісти певної спеціалізації;
- в) Всі працівники керівного складу.

28. Якщо необхідне додаткове поглиблене вивчення питання поданого через заяву заявника, то встановлюється строк:

- а) Не більше одного місяця;
- б) Не більше 10 днів ;
- в) Не більше 2 тижнів.

29. “Тиск знизу” це:

- а) Подача інформації керівникові від підрозділів про хід справ;
- б) Вимоги колективу до керівника;
- в) Конфлікти в колективі.

30. Демократичний стиль керівництва це:

- а) Коли контролюється кінцевий результат, а не процес виконання;
- б) Створюється ряд правил, які регламентують свободу дій з метою зосередженості працівника;
- в) Повна довіра до виконавців.

31. Перевід на іншу роботу працівника допускається :

- а) По ініціативі керівництва без згоди працівника;
- б) По виробничій необхідності без відома працівника;
- в) Лише по згоді працівника.

32. Накази по особовому складу зберігаються в архіві підприємства:

- а) 10 років;
- б) 20 років;
- в) 40 років.

33. Трудові книжки, які не були отримані працівниками при звільненні зберігаються у відділі кадрів :

- а) 3 місяці;
- б) 2 роки;
- в) 50 років.

34. Менеджер це:

- а) Організатор конкретних видів робіт;
- б) Керівник підприємства в цілому;
- в) Адміністратор будь – якого рівня.

35. Соціографічний метод формування колективу це:

- а) Добровільний вибір партнерів;
- б) Стійкий підхід до формування колективу;
- в) За ініціативою адміністрації.

36. Управління “за відхиленням це”:

- а) Ліберальний стиль керівництва;
- б) Інформація керівника про відхилення в роботі від встановлених параметрів;
- в) Інформація про дріб’язкові ситуації.

37. Документ, котрий регламентує трудову дисципліну є:

- а) Штатний розпис;
- б) Правила внутрішнього розпорядку ;
- в) Статут підприємства.

38. Обов’язки секретаря референта полягають в:

- а) Охороні дверей керівника
- б) Передаванні документів і усних вказівок
- в) Сприянні економії робочого часу керівника, вивільнення його від нетворчих операцій

39. Сегретивна нарада це:

- а) Право голосу має тільки керівник
- б) Коли керівник визначає тих, кого він бажає вислухати
- в) Коли думками працівники обмінюються довільно

40. Керівник організації повинен проводити прийом відвідувачів:

- а) В запланований день і час
- б) Через секретаря, коли прийде відвідувач
- в) “Тримати двері відчиненими” для всіх відвідувачів

41. Резолюцію щодо виконання документа має право накладати:

- а) Секретар приймальної
- б) Перший керівник
- в) Зав. канцелярії

42. Трудові книжки працівників зберігаються у:

- а) Працівника
- б) Керівника підрозділу
- в) Відділі кадрів

43. Юридичною силою оригіналу документу є:

- а) Копія
- б) Дублікат
- в) Витяг

44. Після доповіді учасники зборів переходять:

- а) До обговорення доповіді
- б) До прийняття рішення
- в) До виборів мандатної комісії

45. В особовій справі працівника зберігаються:

- а) Всі документи щодо його трудової діяльності
- б) Документи, які регламентовані положенням про ведення особових справ
- в) Лише ті документи, які оформляв працівник при прийомі на роботу

Тести другого рівня (множинний вибір)

1. Якості які необхідні керівникові поділяють на три групи. Відмітьте їх:

- 1. Особисті;
- 2. Суспільні;
- 3. Професійні;
- 4. Ділові;
- 5. Громадські.

2. Влада керівника буває:

- 1. формальною;
- 2. Особистою
- 3. Діловою;
- 4. Професійною.

3. В діяльності керівників вищої ланки переважають:

- 1. Безособистісні форми контактів з підлеглими (звіти, накази, інструкції тощо);
- 2. Систематичні особисті контакти з іншими керівниками;
- 3. Постійні особисті зустрічі з рядовими працівниками;
- 4. Епізодичні зустрічі з підлеглими (прийом відвідувачів).

4. В діяльності керівників низової ланки переважають:

- 1. Забезпечення ефективної роботи робітників та інших не управлінських працівників;
- 2. Систематичні особисті контакти з підлеглими;

3. Видання наказів , заохочення та накладання стягнень на підлеглих;
4. Звіти про роботу свого підрозділу перед керівниками середньої ланки.

5. Основою влади керівника є:

1. Адміністративна влада;
2. Власність на ресурси;
3. Знання і компетентність;
4. Добровільне підпорядкування;
5. Імідж керівника.

6. З точки зору особливостей поведінки виділяють наступні типи підлеглих:

1. Самостійні;
2. Обережні;
3. Вперті;
4. Терплячі;
5. Добросовісні.

7. Ділова орієнтація на роботу характеризує наступні типи підлеглих:

1. Трударі;
2. Пасивні;
3. Ліниві;
4. Активні;
5. Підприємливі.

8. З точки зору сприйняття інформації виділяють наступні типи підлеглих:

1. Резистентні;
2. Обережні;
3. Активні;
4. Пасивні;
5. Тупі.

9. Трудову дисципліну регламентують наступні документи:

1. Правила внутрішнього розпорядку;
2. Статут підприємства;
3. Посадова інструкція;
4. Колективний договір;
5. Накази по основній діяльності.

10. До документів по особовому складу відносяться:

1. Накази по особовому складу;
2. Заяви;
3. Трудова книжка;
4. Листування з іншими організаціями;
5. Звіти.

11. Затверджують такі види документів:

1. Положення;
2. Штатні розписи;
3. Листи;
4. Акти;
5. Копії документів.

12. Принципами кадрової організації є:

1. Комплексність;

2. Системність;
3. Спеціалізація;
4. Регламентація;
5. Стабільність.

13. Обов'язком кожного працівника в організації є дотримання:

1. Правил техніки безпеки;
2. Дисципліни;
3. Збереження майна організації;
4. Учасі в раціоналізаторській діяльності;
5. Підвищення кваліфікації.

14. Стратегіями впливу на підлеглих є:

1. Підштовхування (батіг);
2. Переконавання;
3. Приманювання (пряника);
4. Дисциплінарна;
5. Підготовча.

15. По способах видання, розпорядження керівника можуть бути:

1. Усними;
2. Письмовими;
3. Документальними;
4. Змішаними.

16. Тактика роботи з підлеглими базується на наступних засобах:

1. Переконавання;
2. Критика;
3. Контроль;
4. Навіювання;
5. Похвала.

17. Делегувати можна:

1. Видання наказів;
2. Підпис фінансових документів;
3. Ті завдання, які можуть бути виконані іншими співробітниками;
4. Тим, хто виконає дану роботу краще за Вас;
5. Відповідальність.

18. Накази в організації поділяють по наступних видах:

1. По особовому складу;
2. По основній діяльності;
3. По вказівках керівника;
4. По відпустках

19. Підготовка до ділової бесіди включає:

1. Визначення її мети;
2. Написання плану проведення;
3. Прогноз результатів;
4. Досягнення результатів власних умов.

20. При обході підприємства варто:

1. Залучити керівників підрозділів;
2. Втручатись у всі справи, які на Ваш погляд виконуються не так;

3. Записати прохання і пропозиції працівників, щоб прийняти відповідні заходи;
4. Постійно давати оцінки діяльності керівникові підрозділу, щоб підлеглі бачили Вашу безкомпромісність;
5. Втручатись в хід роботи лише при порушеннях правил техніки безпеки;

21. Ділову телефонну розмову здійснюють:

1. Якщо особисті контакти неможливі;
2. З 8-ї до 21-ї години;
3. В будь-який час;
4. В час зручний для абонента;
5. В час зручний для Вас.

22. В ході публічного виступу варто використовувати:

1. Інформаційну мову;
2. Переконаючу мову;
3. Голосну мову;
4. Спонукаючу мову;
5. Крик.

23. Щоб публічний виступ був доступним необхідно:

1. Говорити короткими фразами;
2. Читати по написаному тексту;
3. Вживати іншомовні слова, що свідчатиме про Вашу ерудицію;
4. Імпровізувати;
5. Говорити вільно по раніше складеному плану.

24. Існують наступні способи комунікації:

1. Вербальні;
2. Мова жестів;
3. Невербальна;
4. За допомогою поглядів;
5. За допомогою рук.

25. Нарadi по завданнях класифікують:

1. Проблемні;
2. Інструктивні;
3. Оперативні;
4. Загальні;
5. Учбові.

26. За тематикою питань, що розглядаються наради класифікують:

1. Адміністративні;
2. Фінансові;
3. Технологічні;
4. Індивідуальні;
5. Кадрові

27. За кількістю учасників наради класифікують як:

1. З вузьким складом учасників (до 5 чоловік);
2. Розширені наради (до 20 чоловік);
3. Великі наради (понад 100 чоловік);
4. Представницькі наради (понад 20 чоловік);

28. За періодичністю наради класифікують:

1. Разові;
2. Нерегулярні;
3. Регулярні;
4. Періодичні.

29. За способом проведення наради поділяють на:

1. Диктаторські;
2. Авторитарні;
3. Секретні;
4. Дискусійні;
5. Довільні.

30. Робоче місце керівника складається із наступних зон:

1. Прийому відвідувачів;
2. Нарад;
3. Відпочинку;
4. Прийому їжі;
5. Робочої.

31. Для обміну інформацією використовують візитки:

1. Чоловічі;
2. Жіночі;
3. Ділові;
4. Особисті;
5. Юридичних осіб.

32. За стадіями створення документи розділяють на:

1. Оригінали;
2. Внутрішні;
3. Дублікати;
4. Витяги;
5. Копії.

33. По гласності документи ділять на:

1. Звичайні;
2. Офіційні;
3. Особисті;
4. Для службового користування;
5. Секретні.

34. За засобами інформації документи розділяють на:

1. Рукописно-друковані;
2. Графічні;
3. Фотодокументи;
4. Звукові;
5. Архівні.

35. Накази з особового складу регламентують:

1. Прийняття на роботу та звільнення;
2. Переведення працівника на інше місце роботи;
3. Адміністративної діяльності організації;
4. Стягнення і заохочення;
5. Надання відпусток.

36. Листи, які отримує організація називаються:

1. Оперативною інформацією;
2. Вхідними документами;
3. Вихідними документами для підрозділів;
4. Власним архівом керівника.

37. Власним архівом керівника вважають:

1. Підготовчі і чорнові матеріали деяких документів;
2. Особисті листи до рідних і знайомих;
3. Контакти, службові записки, протоколи тощо.
4. Робочі блокноти, зошити із записами семінарів.

38. Посадова інструкція складається із наступних розділів:

1. Загальні положення;
2. Обов'язки;
3. Права;
4. Нагороди;
5. Відповідальність.

39. Звернення громадян можуть бути:

1. Усними;
2. Письмовими;
3. Гласними;
4. Первинними;
5. Повторними.

40. При прийомі відвідувачів менеджер повинен дотримуватись наступних рекомендацій:

1. Не займатись одночасно іншими справами;
2. Вислухати відвідувача до кінця не перебиваючи;
3. Братися за виконання будь-яких проблем, які необхідні для відвідувача;
4. Свою відповідь починати з вказівок на недоліки і суперечності;
5. Чітко сформулювати причину відмови і вибачитись, за причину відмови.

ОСНОВИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**1 рівень**

1. Зовнішньоекономічна діяльність це:
 1. сукупність експортно-імпортних операцій суб'єктів світогосподарських зв'язків;
 2. відносини міжнародних економічних організацій;
 3. діяльність державних структур на міжнародному ринку;
 4. взаємодія інститутів на мікроекономічному рівні країн;
 5. всі відповіді правильні.
2. Діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території країни, так і за її межами – це:
 1. зовнішньоекономічна діяльність;
 2. зовнішньоекономічний контракт;
 3. зовнішньоекономічні зв'язки;
 4. зовнішня торгівля;
 5. міжнародна економіка.

3. До основних форм зовнішньоекономічних зв'язків слід віднести:
1. міжнародну торгівлю товарами та послугами;
 2. міжнародний рух капіталів;
 3. міжнародний рух робочої сили;
 4. міжнародне співробітництво;
 5. всі відповіді правильні.
4. Переміщення товарів, вироблених за межами держави через територію країни без будь-якого використання цих товарів на зазначеній території – це:
1. генеральна торгівля;
 2. транзит товарів;
 3. компенсаційна торгівля;
 4. реімпорт;
 5. реекспорт.
5. Торгівля товарами, яка передбачає зустрічні зобов'язання експортерів закупити в імпортерів продукцію на частину вартості або повну вартість експорту має назву:
1. генеральної торгівлі;
 2. транзит товарів;
 3. компенсаційна торгівля;
 4. реімпорт;
 5. реекспорт.
6. Найбільшими експортерами світу є:
1. Німеччина, Франція, Великобританія, США;
 2. Швейцарія, Венесуела, Україна, Чехія;
 3. Польща, Росія, Бразилія, ПАР;
 4. Україна, Словаччина, Румунія;
 5. вірних відповідей немає.
7. До тенденцій розвитку зовнішньоекономічної діяльності України слід віднести:
1. формування внутрішніх умов для стабільного розвитку економіки;
 2. створення єдиного економічного простору в межах СНД чи ЄС;
 3. запровадження спільних економічних проектів;
 4. формування експортно орієнтованої стратегії розвитку;
 5. всі відповіді правильні.
8. Суб'єктами ЗЕД в Україні є:
1. підприємці, що отримали відповідний дозвіл;
 2. торгово-промислові палати;
 3. філії комерційних банків іноземних держав;
 4. спільні підприємства;
 5. всі відповіді вірні.
9. Комерційні операції з вивезення товарів, робіт, послуг з митної території країни за кордон з метою їх подальшого перепродажу називають:
1. експортом;
 2. імпортом;
 3. реекспортом;
 4. реімпортом;
 5. транзитом.
10. Комерційні операції з ввезення товарів, робіт, послуг на митну територію країни з-за кордону з метою їх подальшого продажу називають:
1. експортом;
 2. імпортом;
 3. реекспортом;
 4. реімпортом;
 5. транзитом.
11. Вивезення товарів, раніше ввезених, але не перероблених у країні називають:

1. експортом;
 2. імпортом;
 3. реекспортом;
 4. реімпортом;
 5. транзитом.
12. Ввезення товарів, раніше вивезених, але не перероблених називають:
1. експортом;
 2. імпортом;
 3. реекспортом;
 4. реімпортом;
 5. транзитом.
13. Під час підготовчого етапу здійснення зовнішньоторговельної операції відбувається:
1. підготовка та організація переговорів;
 2. вибір форм і методів роботи на ринку;
 3. оформлення документації;
 4. вирішення суперечок;
 5. укладання контракту.
14. Під час організаційного етапу здійснення зовнішньоторговельної операції відбувається:
1. підготовка та організація переговорів;
 2. вибір форм і методів роботи на ринку;
 3. оформлення документації;
 4. вирішення суперечок;
 5. укладання контракту.
15. Під час виконавчого етапу здійснення зовнішньоторговельної операції відбувається:
1. підготовка та організація переговорів;
 2. вибір форм і методів роботи на ринку;
 3. оформлення документації;
 4. проведення рекламної кампанії;
 5. планування зовнішньоекономічної діяльності.
16. Різниця між експортом і імпортом товарів – це:
1. сальдо торговельного балансу;
 2. сальдо балансу послуг;
 3. сальдо балансу поточних операцій;
 4. сальдо платіжного балансу;
 5. вірних відповідей немає.
17. Через біржові установи здійснюється торгівля великими обсягами:
1. товарів;
 2. валютних цінностей;
 3. деривативів;
 4. цінних паперів;
 5. всі попередні відповіді вірні.
18. Основною функцією бірж як форми міжнародної торгівлі є:
1. торгівля масовими товарами, валютою, цінними паперами;
 2. створення умов для торгівлі;
 3. забезпечення надходжень до державного бюджету;
 4. збалансування руху товарів;
 5. вірних відповідей немає.
19. Серед операцій на організованих біржових ринках найчастіше використовують:
1. ф'ючерсні операції;
 2. форвардні операції;
 3. угоди хеджування;
 4. усі види операцій, залежно від мети, яку переслідує суб'єкт ЗЕД;
 5. вірних відповідей немає.

20. Аукціонна торгівля предметами антикваріату широко поширена в таких містах як:
1. Лондон;
 2. Москва;
 3. Нью-Йорк;
 4. Ліверпуль;
 5. всі відповіді вірні.
21. Об'єктами міжнародної торгівлі готовою продукцією є:
1. проектно-пошукові, конструкторські роботи;
 2. автотранспорт;
 3. машини та обладнання;
 4. мінеральна сировина;
 5. нафта і нафтопродукти.
22. Об'єктами біржової торгівлі є:
1. проектно-пошукові, конструкторські роботи;
 2. автотранспорт;
 3. машини та обладнання;
 4. мінеральна сировина;
 5. нафта і нафтопродукти.
23. Об'єктами міжнародної торгівлі сировинними товарами є:
1. проектно-пошукові, конструкторські роботи;
 2. автотранспорт;
 3. машини та обладнання;
 4. мінеральна сировина;
 5. нафта і нафтопродукти.
24. Об'єктами міжнародної торгівлі продукцією у розібраному вигляді є:
1. проектно-пошукові, конструкторські роботи;
 2. автотранспорт;
 3. машини та обладнання;
 4. мінеральна сировина;
 5. нафта і нафтопродукти.
25. Об'єктами торгівлі комплектним обладнанням є:
1. проектно-пошукові, конструкторські роботи;
 2. автотранспорт;
 3. машини та обладнання;
 4. мінеральна сировина;
 5. нафта і нафтопродукти.
26. Зустрічна торгівля:
1. один з найбільш давніх методів міжнародної торгівлі;
 2. зовнішньоторговельна операція, при здійсненні якої в зовнішньоекономічних контрактах фіксуються тверді наміри контрагентів провести повністю чи частково обмін товарами;
 3. може передбачати викуп техніки, що була у використанні;
 4. може передбачати здійснення толінгових операцій;
 5. всі відповіді правильні.
27. Тип бартерної операції, яка передбачає обмін списку товарів на список товарів називають:
1. зустрічна закупівля;
 2. толлінг;
 3. компенсаційна операція;
 4. викуп техніки;
 5. всі відповіді правильні.
28. Операції, які передбачають поставку експортером сировини імпортеру, який здійснює її переробку та передає вже перероблену сировину експортеру зі сплатою

- послуг у вигляді частини переробленої сировини, котра залишається імпортеру називають:
1. зустрічна закупівля;
 2. толлінг;
 3. компенсаційна операція;
 4. бартерними;
 5. викуп техніки, що була у використанні.
29. Застосування фундаментальних та прикладних досліджень, технічних розробок, дослідного виробництва, освоєння та поширення нововведень є характерним для:
1. зустрічної торгівлі;
 2. міжнародної науково-технічної кооперації;
 3. орендних операцій;
 4. лізингових операцій;
 5. франчайзингу.
30. Обмін товарів на товар в міжнародній практиці є результатом операцій:
1. зустрічної торгівлі;
 2. міжнародної науково-технічної кооперації;
 3. орендних операцій;
 4. лізингових операцій;
 5. правильних відповідей немає.
31. Довгострокове орендування засобів виробництва у міжнародній практиці слід віднести до:
1. зустрічної торгівлі;
 2. міжнародної науково-технічної кооперації;
 3. орендних операцій;
 4. лізингових операцій;
 5. правильних відповідей немає.
32. Торгове посередництво в ЗЕД включає:
1. перепродаж товару;
 2. пошук закордонного контрагента;
 3. кредитування сторін;
 4. здійснення транспортно-експедиторських операцій;
 5. всі відповіді правильні.
33. Учасниками яких міжнародних економічних інститутів є Україна:
1. Економічні комісії ООН;
 2. СОТ;
 3. ЄС;
 4. Світовий банк;
 5. МВФ.
34. Основною перевагою комісійної операції в ЗЕД є:
1. договірна основа взаємовідносин сторін;
 2. кредитування закупівлі товару;
 3. надання інформації про умови купівлі-продажу товару;
 4. контроль за виконанням контракту;
 5. вірні відповіді а і г.
35. Торгове посередництво в ЗЕД включає:
1. перепродаж товару;
 2. пошук закордонного контрагента;
 3. кредитування сторін;
 4. здійснення транспортно-експедиторських операцій;
 5. всі відповіді правильні.
36. Основною перевагою комісійної операції в ЗЕД є:
1. договірна основа взаємовідносин сторін;
 2. кредитування закупівлі товару;

3. надання інформації про умови купівлі-продажу товару;
4. контроль за виконанням контракту;
5. вірні відповіді а і г.

37. Здійснення експортно-імпортних операцій з товарами або послугами в світовій економіці слід віднести до сфери:

1. Міжнародної торгівлі.
2. Міжнародного руху робочої сили та населення.
3. Міжнародної валютно-фінансової діяльності.
4. Міжнародної науково-технічної діяльності.
5. Міжнародного співробітництва.

38. Забезпечення передумов розвитку міжнародної торгівлі відбувається завдяки :

1. Міжнародного руху капіталу.
2. Міжнародної виробничої діяльності.
3. Міжнародної науково-технічної діяльності.
4. Міжнародного співробітництва.
5. Міжнародної економічної інтеграції.

39. Спеціалізація та кооперування виробництва стали основою для формування:

1. Міжнародної торгівлі.
2. Міжнародного руху робочої сили та населення.
3. Міжнародної виробничої діяльності.
4. Міжнародної науково-технічної діяльності.
5. Міжнародного співробітництва.

40. Сферу світогосподарських відносин пов'язану із регулюванням і обслуговуванням операцій з валютою слід віднести до:

1. Міжнародного руху капіталу.
2. Міжнародної валютно-фінансової діяльності.
3. Міжнародної виробничої діяльності.
4. Міжнародної науково-технічної діяльності.
5. Міжнародного співробітництва.

41. Організоване та стихійне переміщення трудових ресурсів між країнами характерне для такої форми МЄВ:

1. Міжнародної торгівлі.
2. Міжнародного руху капіталу.
3. Міжнародного руху робочої сили та населення.
4. Міжнародної валютно-фінансової діяльності.
5. Міжнародної виробничої діяльності.

42. Сфера здійснення світогосподарських відносин, спрямована на розв'язання існуючих проблем засобом співробітництва:

1. Міжнародної валютно-фінансової діяльності.
2. Міжнародна виробнича діяльність.
3. Міжнародна науково-технічна діяльність.
4. Міжнародне співробітництво.
5. Міжнародна економічна інтеграція.

43. Сфера, в якій відбувається концентрація, розподілення та обмін науково-технічними знаннями та досвідом між країнами, отримала назву:

1. Міжнародної валютно-фінансової діяльності.
2. Міжнародної виробничої діяльності.
3. Міжнародної науково-технічної діяльності.
4. Міжнародного співробітництва.
5. Міжнародної економічної інтеграції.

44. Територіальне об'єднання країн певного регіону за спільними ознаками з метою отримання економічних переваг в здійсненні міжнародної економічної діяльності, пов'язане зі сферою:

1. Міжнародної валютно-фінансової діяльності.
2. Міжнародної виробничої діяльності.
3. Міжнародної науково-технічної діяльності.
4. Міжнародного співробітництва.
5. Міжнародної економічної інтеграції.

45. Найбільшу частку в структурі експорту України займає продукція:

1. Машинобудування.
2. Хімічної промисловості.
3. Металургії.
4. Харчової та переробної промисловості.
5. Рослинництва й тваринництва.

46. Встановленням спеціальних режимів ЗЕД на території України в компетенції:

1. Верховної Ради;
2. Кабінету Міністрів України;
3. Національного банку України;
4. Міністерства зовнішньоекономічних зв'язків;
5. всі відповіді вірні.

47. Зберігання і використання золотовалютного резерву України в компетенції:

1. Верховної Ради;
2. Кабінету Міністрів України;
3. Міністерства фінансів України;
4. Міністерства зовнішньоекономічних зв'язків;
5. вірних відповідей немає.

48. Видає експортно-імпортні ліцензії, реєструє контракти:

1. Верховна Рада;
2. Кабінет Міністрів України;
3. Національний банк України;
4. Міністерство зовнішньоекономічних зв'язків;
5. всі відповіді вірні.

49. Сучасний протекціонізм в більшості випадків носить:

1. національний характер;
2. регіональний характер;
3. міжнародний характер;
4. глобальний характер;
5. локальний характер.

50. Товар, який ввозиться понад тарифний контингент:

1. вилучається;
2. обкладається митом;
3. реекспортується;
4. реімпортується;
5. вірних відповідей немає.

51. Внутрішні податки слід віднести до форм:

1. прямого протекціонізму;
2. непрями протекціонізму;
3. тарифного регулювання;
4. нетарифного регулювання;
5. вірні відповіді 2 і 3.

52. Чому галузі економіки країни, що конкурують з імпортом, виступають проти вільної зовнішньої торгівлі:

1. їм необхідно підвищити ефективність виробництва за збереження конкурентоспроможності;
 2. вони втрачають тих споживачів, які надають перевагу імпортній продукції;
 3. їм необхідно буде реалізовувати свою продукцію за низькими цінами, оскільки загостриться конкуренція;
 4. вірні відповіді 1 і 3;
 5. всі відповіді вірні.
53. Чому країна частіше застосовує по відношенню до фірм-імпортерів заходи нетарифного регулювання:
1. їй необхідно підвищити ефективність виробництва за збереження конкурентоспроможності;
 2. з'являється потреба вступу до міжнародних організацій нерівноцінним партнером;
 3. їй необхідно буде реалізовувати свою продукцію за низькими цінами, оскільки загостриться конкуренція;
 4. вірні відповіді 1 і 3;
 5. всі відповіді вірні.
54. Засіб державного регулювання ЗЕД, який полягає у наданні офіційного дозволу на здійснення експорту/імпорту окремих товарів послуг прийнято називати:
1. ліцензування;
 2. контингентування;
 3. забороняючі заходи;
 4. мито;
 5. квота.
55. ЗЕД підприємств здійснюється через організацію та здійснення:
1. експортних операцій;
 2. імпортних операцій;
 3. реекспортних операцій;
 4. реімпортних операцій;
 5. всі попередні відповіді вірні.
56. Збільшення обсягу зовнішньоторговельних операцій, як правило, призводить до:
1. створення спеціальних експортних відділів;
 2. створення спеціальних імпортних відділів;
 3. закордонних відділень збуту;
 4. дочірніх спільних підприємств;
 5. всі відповіді вірні.
57. Прямий метод здійснення зовнішньоекономічних операцій є характерним при:
1. державній продажі чи закупівлі;
 2. збуті споживчих товарів;
 3. просуванні нових товарів;
 4. відсутності власної збутової мережі;
 5. всі відповіді вірні.
58. Маркетинг в системі зовнішньоекономічних зв'язків може включати:
1. планування маркетингової політики;
 2. товарну і марочну політику;
 3. комунікативну політику;
 4. політику поширення товарів;
 5. всі відповіді правильні.
59. На процес ціноутворення в ЗЕД може впливати:
1. попит і пропозиція на товар;
 2. умови обслуговування;
 3. державне регулювання;
 4. обсяг торгівлі;
 5. всі відповіді правильні.

60. Ціна, яка узгоджується та встановлюється в момент підписання контракту й не змінюється протягом строку його дії має назву:
1. фіксованої;
 2. рухомої;
 3. з наступною фіксацією;
 4. ковзаючої;
 5. оптимальної.
61. Зафіксована при укладанні контракту ціна, яка може бути у подальшому переглянута, якщо ринкова ціна даного товару на час виконання контракту зміниться має назву:
1. фіксованої;
 2. рухомої;
 3. з наступною фіксацією;
 4. ковзаючої;
 5. оптимальної.
62. Ціна, яка застосовується у контрактах із тривалими термінами поставок, протягом яких економічні умови поставок можуть суттєво змінитися має назву:
1. фіксованої;
 2. рухомої;
 3. з наступною фіксацією;
 4. ковзаючої;
 5. оптимальної.

2 рівень

63. Прикладами застосування теорії абсолютних переваг є:
1. Виробництво кави в Бразилії.
 2. Виробництво автомобілів у Німеччині.
 3. Видобування нафти в ОАЕ.
 4. Виробництво побутових приладів у Австрії.
 5. Видобуття дорогоцінних металів в Росії.
 6. Вирощування цитрусових в Іспанії.
 7. Виробництва вина у Франції.
 8. Виробництво фармацевтичних препаратів в Україні.
64. Прикладами застосування теорії порівняльних переваг є:
1. Виробництво кави в Бразилії.
 2. Виробництво автомобілів у Німеччині.
 3. Видобування нафти в ОАЕ.
 4. Виробництво побутових приладів у Австрії.
 5. Видобуття дорогоцінних металів в Росії.
 6. Вирощування цитрусових в Іспанії.
 7. Виробництва вина у Франції.
 8. Виробництво фармацевтичних препаратів в Україні.
65. Україна перебуває учасником наступних міжнародних економічних організацій:
1. ГАТТ / СОТ.
 2. МВФ.
 3. Світовий банк.
 4. СНД.
 5. ЄС.
 6. Північноамериканський союз вільної торгівлі.
 7. ЄАВТ.
 8. СРСР.
66. Напрямами інтеграції України в систему МЕВ є:

1. Лібералізація зовнішньої торгівлі.
2. Розвиток інтеграційних зв'язків.
3. Формування імпортоорієнтованої економіки.
4. Участь в процесі міжнародного поділу праці.
5. Створення умов щодо інвестиційної привабливості економіки для іноземних інвестицій.
6. Участь в міжнародній кооперації виробництва.
7. Поглиблення залежності від Росії.
8. Розробка спільних проектів у сфері малого бізнесу з юр. особами іноз. країн.

67. Об'єктами МЕВ є:

1. Валютні цінності.
2. Товари та послуги.
3. ТНК.
4. Міжнародні організації.
5. Державні органи.
6. Ліцензії та патенти.
7. ГАТТ.
8. Спеціалізація та кооперування виробництва.

68. Суб'єкти МЕВ:

1. Валютні цінності.
2. Товари та послуги.
3. ТНК.
4. Міжнародні організації.
5. Державні органи.
6. Ліцензії та патенти.
7. ГАТТ.
8. Спеціалізація та кооперування виробництва.

69. Прикладами застосування теорії абсолютних переваг є:

1. Виробництво кави в Бразилії.
2. Виробництво автомобілів у Німеччині.
3. Видобування нафти в ОАЕ.
4. Виробництво побутових приладів у Австрії.
5. Видобуття дорогоцінних металів в Росії.
6. Вирощування цитрусових в Іспанії.
7. Виробництва вина у Франції.
8. Виробництво фармацевтичних препаратів в Україні.

70. Прикладами застосування теорії порівняльних переваг є:

1. Виробництво кави в Бразилії.
2. Виробництво автомобілів у Німеччині.
3. Видобування нафти в ОАЕ.
4. Виробництво побутових приладів у Австрії.
5. Видобуття дорогоцінних металів в Росії.
6. Вирощування цитрусових в Іспанії.
7. Виробництва вина у Франції.
8. Виробництво фармацевтичних препаратів в Україні.

71. Цілями зовнішньоекономічної політики України нині є:

1. Інтеграція в світове господарство.
2. Динамізація зовнішньоекономічних зв'язків.
3. Забезпечення збалансованості економіки та рівноваги внутрішнього ринку.
4. Стимулювання прогресивних структурних змін у сфері зовнішньоекономічних зв'язків.
5. Органічне поєднання заходів щодо лібералізації зовнішньоекономічних зв'язків із

використанням засобів державного регулювання ЗЕД.

6. Орієнтація на цілеспрямоване формування та ефективну реалізацію експортного потенціалу країни.
 7. Застосування у політиці переважно заходів обмеження ЗЕД: ембарго та ін.
 8. Багатовекторність зовнішніх економічних стосунків.
72. Митно-тарифна політика України регулюється:
1. Законом України «Про ЗЕД».
 2. Законом України «Про регулювання товарообмінних операцій у сфері ЗЕД».
 3. Законом України «Про митний тариф України».
 4. Декретом Кабінету Міністрів України «Про квотування та ліцензування експорту товарів».
 5. Законом України «Про систему валютного регулювання і валютного контролю».
 6. Митним кодексом України.
 7. Положенням про порядок ліцензування імпорту товарів.
 8. Господарським кодексом України.
73. Створення зовнішньоекономічної служби на підприємстві доцільно за умов:
1. Великої частки експорту в загальному товарообороті фірми.
 2. Нерегулярності здійснення ЗЕД.
 3. Випуску унікальної або високо конкурентоспроможної продукції.
 4. Значного рівня конкуренції на світовому ринку.
 5. Відсутності адаптації продукції до умов використання на світовому ринку.
 6. Наявності необхідної кількості фахівців із ЗЕД.
 7. Налагодження активної співпраці із посередницькими структурами на світових ринках.
 8. Формування лінійно-функціональної організаційної структури управління.
74. Управління міжнародним маркетингом передбачає:
1. Наявність необхідних умов для його здійснення.
 2. Вивчення можливостей планування міжнародного маркетингу.
 3. Уточнення напрямів розвитку товарної та марочної політики.
 4. Діагностику зовнішніх факторів впливу на ЗЕД фірми.
 5. Уточнення дій підприємства, спрямованих на його взаємодію із суб'єктами міжнародної маркетингової системи.
 6. Пошук оптимальної системи розповсюдження товарів на зовнішніх ринках.
 7. Формування системи стратегічних планів фірми, одним із елементів якої є міжнародний маркетинг.
 8. Уточнення філософії та інструментарію міжнародного бізнесу.
75. Розташування партнерів ЗЕД по відношенню до центрів світової торгівлі та наявність розбіжностей у техніко-економічних показниках порівнюваної продукції може призводити до появи:
1. Поправки на кількість.
 2. Поправки на вторговування.
 3. Поправки на умови оплати.
 4. Поправки на техніко-економічні відмінності.
 5. Поправки на комплектацію.
 6. Поправки на місце поставки.
 7. Поправки на сезонність.
 8. Поправки на інфляцію.
76. Система регулювання державою ЗЕД підприємств на національному рівні може включати такі складові:
1. Форми іноземного інвестування суб'єктів ЗЕД.
 2. Вимоги до результатів співпраці з міжнародними економічними організаціями.
 3. Вимоги до результатів діяльності суб'єктів ЗЕД.
 4. Внесення змін до статуту ЄС, антидемпінгового міжнародного права тощо.

5. Встановлення інвестиційних пільг і обмежень на діяльність суб'єктів ЗЕД.
 6. Сприяння співпраці центральних банків країн світу.
 7. Надання гарантій дотримання прав іноземних суб'єктів ЗЕД.
 8. Регулювання трансферту прибутку іноземного інвестора.
77. Нетарифна політика України регулюється:
1. Законом України «Про ЗЕД».
 2. Законом України «Про регулювання товарообмінних операцій у сфері ЗЕД».
 3. Законом України «Про митний тариф України».
 4. Декретом Кабінету Міністрів України «Про квотування та ліцензування експорту товарів».
 5. Законом України «Про систему валютного регулювання і валютного контролю».
 6. Митним кодексом України.
 7. Положенням про порядок ліцензування імпорту товарів.
 8. Господарським кодексом України.
78. Підставою для укладання зовнішньоекономічного контракту може бути:
1. Письмова домовленість сторін про поставку товару з однієї країни в іншу.
 2. Оферта.
 3. Домовленість контрактантів про встановлення взаємних зобов'язань в ЗЕД.
 4. Домовленість посередників, які представляють сторони в ЗЕД.
 5. Обмін візитками партнерів по ЗЕД.
 6. Фуршет з нагоди завершення міжнародного ярмарку чи виставки.
 7. Домовленість керівників держав про майбутню співпрацю в певній сфері ЗЕД.
 8. Припинення візиту представника компанії в іншій країні з питань налагодження співпраці.
79. Маркетинг в системі ЗЕД повинен передбачати:
1. Розробку філософії та інструментарію міжнародної підприємницької діяльності.
 2. Визначення ключових напрямків товарної та марочної політики фірми.
 3. Розвиток політики комунікацій в сфері міжнародного маркетингу.
 4. Оприділення напрямків розповсюдження товарів на міжнародних ринках.
 5. Діагностику зовнішніх факторів впливу на ЗЕД фірми.
 6. Формування системи стратегічних планів фірми, одним із елементів якої є міжнародний маркетинг.
 7. Встановлення умов співпраці з іноземними партнерами.
 8. Розробка спільних проектів у сфері міжнародного бізнесу з юр. особами іноземних країн.
80. Нарощування обсягів поставки товарів може призводити до появи:
1. Поправки на кількість.
 2. Поправки на вторговування.
 3. Поправки на умови оплати.
 4. Поправки на техніко-економічні відмінності.
 5. Поправки на комплектацію.
 6. Поправки на місце поставки.
 7. Поправки на сезонність.
 8. Поправки на інфляцію.

4. КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ЗНАНЬ ВСТУПНИКІВ

Вступнику пропонується 30 тестів. Відповіді оцінюються наступним чином:

| Оцінка | Кількість правильних відповідей | Кількість балів |
|------------------------|---------------------------------|-----------------|
| Оцінка “відмінно”: | 30-25 | 180-200 |
| Оцінка “добре”: | 24-20 | 160-179 |
| Оцінка “задовільно”: | 20-15 | 128-159 |
| Оцінка “незадовільно”: | 14-0 | 0-128 |

5. ЛІТЕРАТУРА

1. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. – М.: ОАО «Типография «Новости», 2000. – 255 с.
2. Аммельбург Г. Предприятие будущего: структура, методы и стиль руководства (Пер. с нем.). – М.: Международ. отношения, 1997.
3. Андрійчук В. Г., Бауер Л. Менеджмент: прийняття рішень, ризик. (навч. посібник). – К.: КНЕУ, 1998.
4. Андрушків Б. М., Кузьмін О. Е. Основы менеджменту. – Львів: Світ, 1995.
5. Аникин Б.А., Высший менеджмент для руководителей. - М.: ИНФРА-М., 2000.- 136с.
6. Ансофер Н. Стратегическое управление. /Пер. с англ. – М.: Экономика, 1989
7. Базаров Т.Ю. Еремик Б.Л. Управление персоналом. – М.: 1998
8. Бандурка А.М., Бочарова С.П., Землянская Е.В. Психология управления. – Харьков: ООО «Фортуна-пресс», 1998
9. Блинов А.О., Василевская О.В. Искусство управления персоналом. –М.: ГЕЛАН, 2001. –411с.
10. Блинов В.И. Математические основы менеджмента. – 2-е изд. – К.: МАУП, 1997.- 68 с.
11. Бобровникова Г.Н. и др. Качество продукции и научно-технический прогресс. – М.: Изд-во стандартов, 1988.
12. Бовыкин В. Новый менеджмент: Управление предприятиями на уровне высших стандартов. Теория и практика эффективного управления. – М.: Экономика, 1997.
13. Бодди Д., Пэйтон Р. Основы менеджмента: пер. с англ./ Под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб: Питер, 1999. – 816 с.
14. Боровский А.Б., Потапенко Т.М., Щекин Г.В. Система методов профессиональной ориентации: учеб. метод. пособие. в 2-х кн. – К.: МЗУУП, 1993.
15. Будзан Б.П. Менеджмент в Україні: сучасність і перспективи. – К.: Вид-во Соломії Павличко “Основи”, 2001. – 349 с.
16. Васильев Ю. П. Управление развитием производства: / Опыт США /- М.: Экономика, 1989.
17. Версан В.Г. Интеграция управления качеством продукции. Новые возможности. – М.: Изд-во стандартов, 1994.
18. Веснин В.Р. Практический менеджмент персонала. – М.: ЮРИСТЪ, 1998.
19. Виссема Х. Менеджмент в подразделениях фирмы: Предпринимательство и координация в децентрализованной компании. /пер. с англ. – М.: ИНФРА – М., 1996.
20. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс.: 2-е изд. Учебник. – М.: Фирма Гардарика, 1996.
21. Войчак А. . Маркетинговый менеджмент: Підручник. – К.: КНЕУ, 1998.
22. Волгин А.П., Матирко В.Н. и др. Управление персоналом в условиях рыночной экономики. М., 1992.
23. Волгин Н.А, Японский опыт решения экономических и социально-трудовых проблем. –М.: Экономика, 1998

24. Воробьев Л.И., Щекин Г.В. Делопроизводство, учёт и отчетность в кадровой службе: в 3-х ч. – К.: ВЗУУП, 1990.
25. Вудкок М., Френсис Д. Раскрепощённый менеджер. Для руководителя-практика: пер. с англ. – М.: Дело, 1991.
26. Гаджинский А.М. Основы логистики: Учеб. Пособие. – М.: ИБЦ «Маркетинг», 1995. – 124 с.
27. Гаевский В.А., Основи науки управління. Навч. Посібник. – 2-е вид. К.: МАУП, 1998
28. Гаркавенко С.С. Маркетинг.-К.: Лібра, 1996.-384 с.
29. Гвишиани Д.М. Организация и управление. – 3-е изд., пере раб. – М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 1998. – 332.
30. Гейк П., Джексон П. Вчить аналізувати ринок. Пер. з англ.-Львів: "Сейб-Світло",1995.-270 с.
31. Герасимчук В.Г. Маркетинг: теорія і практика. - К.: Вища школа, 1994. - 327 с.
32. Герчиков И.Н. Менеджмент: Учебник. – М.: ЮНИТИ,1995.–478 с.
33. Гличев А.В. Основы управления качеством продукции. – М.: Изд-во стандартов, 1988.
34. Годин В.В., Корнеев И.К. Управление информационными ресурсами: 17-модульная программа для менеджеров “Управление развитием организации”: Модуль 17. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 327 с.
35. Гомба Л. А. Культура управління і культура організації. – К.: КТЕІ, 1994.
36. Гомба Л. А. Організація праці менеджера. – К.: КТЕІ, 1994.
37. Гончаров В.В. Руководство для высшего управленческого персонала. – М.: МП “Сувенир”, 1993. – 488 с.
38. Грачёв М.В. Суперкадры: управление персоналом и международные корпорации. М.: Дело, 1993
39. Грейсон Дж. К. Мл., О’Дейл К. Американский менеджмент на пороге XXI века: Пер с англ. / Авт. предисл. Б. З. Мильнер. – М.: Экономика, 1991.
40. Грейсон Дж., О’Делл К. Американский менеджмент на пороге XXI века. –М.: Экономика, 1991. – 319с.
41. Гріфін Р., Яцура В. Основи менеджменту: Підручник / Наук. ред. В. Яцура, Д. Олесевич. – Львів: БаК, 2001. – 624 с.
42. Гунин В.Н., Баранчеев В.П., Устинов В.А. Управление инновациями: 17-модульная программа для менеджеров “Управление развитием организации”: Модуль 7. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 312 с.
43. Дафт Р.Л. Менеджмент. – СПб.: Питер, 2001. – 832 с.
44. Демченко А.А. – Задоркин В.И., Скляр В.Ф. Управление персоналом. Теоретический курс. – М., 1994.
45. Десслер Г. Управление персоналом. – М.: Бинум, 1997.
46. Дилфорт Д. Производственный и операционный менеджмент. – Минск, 1995.
47. Дмитренко Г.А. Стратегический менеджмент: целевое управление персоналом организации. –К.: МАУП, 1998
48. Дятлов В.А., Кибанов А.Я., Пихало В.Г. Управление персоналом. – М.: Приор, 1998.
49. Егоршин А.П. Управление персоналом. 2-е изд. – Н.Новгород: НИМБ, 1999. – 624 с.
50. Економіка та менеджмент. За наук. ред. д.е.н., професора Кузьміна О.Є. – Львів: Львівська політехніка, 1996. – 830 с.
51. Ефремов В.С. Стратегия бизнеса: концепции и методы планирования / Учеб пособие. – М.: Финпресс, 1998. – 192 с.
52. Жигалов В. Т., Шимановська Л. М. Основи менеджменту та управлінської діяльності. – К.: Вища школа, 1994.

53. Журавлев П.В., Карташов С.А., Маусов Н.К., Одегов Ю.Г. Технология управления персоналом. – М.: Экзамен, 2000
54. Заболотная С.П. В помощь работнику отдела кадров. – Днепропетровск: Баланс-клуб, 1999.
55. Задихайло Д.В., Кібенко О.Р., Назарова Г.В. Корпоративне управління: Навчальний посібник. – Х.: Еспада, 2003. – 688 с.
56. Зайцев Г.Г., Файбушевич С.И. Управление кадрами на предприятии (персональный менеджмент). – СПб, 1992
57. Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом». // Газета «Голос України», - 2000.- 31 вересня. - №159.
58. Зигерт В., Ланг Л. Руководить без конфликтов. – М.: Экономика, 1992.
59. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики: Монография. – Харьков: ХГЕУ, 1997. – 246 с.
60. Ивановская Л.В., Свистунов В.М. Обеспечение системы управления персоналом на предприятии: М.: ГАУ, 1995
61. Иванцевич Дж. М., Лобанов А.А. Человеческие ресурсы в управлении персоналом. – М.: Дело, 1993
62. Ильшева Н.Н., Устовицкая З.М. Контроль и анализ использования оборудования на предприятиях. – К.: Техника, 1990. – 159 с.
63. Исаенко А.Н., Кадры управления в корпорациях США. – М.: Наука, 1998
64. Кабаченко Г.С. Психология управления. М.: Эконом информ, 1996
65. Как работают японские предприятия: Сокр. Пер. с англ. Под ред. В.Е. Хруцкого. – М.: Экономика, 1989. – 212 с.
66. Карнеги Дейл. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей: Пер. с англ. – М.: Экономика, 1989
67. Клейнер Г.Б., Тамбовцев В.А., Качалов Р.М. Предприятие в нестабильной экономической среде: Риски, стратегии, безопасность. – М.: ОАО «Изд-во Экономика», 1997. – 288 с.
68. Клуб директоров: опыт программно-целевого управления предприятиями. / А. Г. Аганбегян, В. Д. Речина. – М.: Экономика, 1989.
69. Колдин Л. Я., Колдина С. В. Практикум по дисципліні “Адміністративний менеджмент” / Сум. дер. ун-т. – Суми: ВВП “Мрія – 1”, ЛТД, 1996.
70. Колесников Г. А. Влияние ментальности украинского народа на формирование организационной культуры управления предприятием. Вестник Сев ГТУ. Вып. 9: Философия и политология: Сб. науч. тр. / Ред. кол.: А. А. Чемшит (отв. ред.) и др.; Севастоп. гос. техн. ун-т. – Севастополь, 1998.
71. Колесников Г. А. Концепция управления качеством работы. Збірник матеріалів 3-ї Міжнародної науково-методичної конференції “Інтеграція освіти науки і виробництва”. 25-28 вересня 1997 року, м. Луцьк: ВІЕМ. 1997.
72. Колесников Г. А. Методика составления бизнес-плана предприятия. Збірник матеріалів 3-ї Міжнародної науково-методичної конференції “Інтеграція освіти науки і виробництва”. 25-28 вересня 1997 року, м. Луцьк: ВІЕМ. 1997.
73. Колесников Г. А. Системный подход к принятию и реализации управленческих решений. Вестник Сев ГТУ. Вып. 11. Экономика и финансы: Сб. науч. тр. / Ред. кол.: В. И. Плаксин (отв. ред.) и др.; Севастоп. гос. техн. ун-т. – Севастополь, 1998.
74. Колесников Г.А. Организационная культуры стратегического менеджмента // Проблемы управления в переходном обществе на пороге XXI века: Сборник научных трудов. Приложение к научному журналу «Персонал». – 1999. - №4(52). – С. 104-108.
75. Колесников Г.А. Формирование организационной культуры коммерческого банка // Интеграция образования, науки и производства: Тез. докл. IV Междунар. научн.-метод. конф. 24-27 мая 2000 г. – Луцк: ВИЭМ, 2000. – С. 36.

76. Колесников Г.А., Косенюк Г.В. Современный подход к лидерству в управлении // Управління організацією: регіональні аспекти: Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції. 12-13 квітня 2002р. - К.: ІВЦ "Видавництво "Політехніка", 2002. - 143-144
77. Колесников Геннадий. Стратегическое управление и организационная культура // Персонал. – 2000. - №3. – С. 42-46.
78. Колесніков Г. О. Організаційна культура підприємства як інструмент підвищення ефективності роботи особистості, групи та колективу. Управління організацією: діагностика, стратегія, ефективність. Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції. 26-27 березня 1998 року. – Київ- Трускавець: НТТУ "КПІ". ДДПУ, 1998.
79. Колесніков Г.О. Волинська школа бізнесу. Матеріали з проблем менеджменту. // Бізнес-аналіз – Український інформаційно-аналітичний тижневик. – Луцьк, – 2000, - № 17...
80. Колесніков Г.О. Діагностика стану організаційної культури підприємств і напрямки її вдосконалення // Корпоративна культура організацій XXI століття: Зб. наук. праць / Під заг. ред Г.Л. Хаєта. – Краматорськ: ДДМА, 2003. – с. 126 – 129.
81. Колесніков Г.О. Комплексна система мотивації персоналу як найважливіший елемент організаційної культури управління підприємством // Управління персоналом: економіка, інновації, освіта/ Тез. доп. та повід. 2-ої Міжнародної науково-практичної конференції. - Львів: ЛьВЦНТЕІ, 2001.- С. 35-39
82. Колесніков Г.О. Системна модель організаційної культури підприємства // Економіка і управління. – 2002. - №4. – С. 45-49.
83. Колесніков Г.О. Соціалізація, демократизація та гуманізація організаційної культури управління // Вісник Українського державного університету водного господарства та природокористування. Економіка. Збірник наукових праць. – 2003. - №1(20). – с.515-520.
84. Колесніков Г.О. Соціальні аспекти організаційної культури управління підприємством // Економіка і управління. – 2001. - №2 (12). – С. 41-46.
85. Колесніков Геннадій Концептуальні основи формування організаційної культури українського менеджменту // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – 2002. - №7/4. – с.23-26.
86. Колесніков Геннадій. Вплив ментальності українського народу на політико-економічні процеси в суспільстві // Проблеми педагогічних технологій: Збірник наукових праць. – Луцьк, 2000. - №2. – С. 13-20.
87. Колот А.М., Мотивація, стимулювання і оцінка персоналу. – К.: Вид. КНЕУ, 2000. –224с.
88. Колпаков В.М. Методы управления. – К.: МАУП, 1997. – 160 с.
89. Костоглодов Д.Д., Харисова Л.М. Распределительная логистика. – Ростов-на-Дону: Экспертное бюро, 1997. – 127 с.
90. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент. – СПб: Питер Ком, 1998. – 896 с.
91. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. /Общ. ред. и вступ. Ст. Е.М. Пеньковой.-М.: Прогресс, 1990. - 736 с.
92. Коханок Е.Ф. Отбор персонала и введение в должность. М., ГАУ, 1996.
93. Крикавський Є.В., Чухрай Н.І. Промисловий маркетинг: Підручник. – Львів: Вид-во Національного університету «Львівська політехніка», 2001. – 336 с.
94. Курочкин А.С. Организация производства. – К.: МАУП, 1997. – 116 с.
95. Лавров С.Н., Злобин С.Ю. Основы маркетинга промышленных объектов. – М.: Внешторгиздат, 1995. – 215 с.
96. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. Пер. с франц. - СПб.: Наука, 1996. - 589 с.
97. Лебедева И.П. Японские корпорации: стратегия развития. – М.: Экономика, 1995
98. Летенко В.А., Туровец О.Г. Организация машиностроительного производства: Теория и практика. – М.: Машиностроение, 1982. – 208 с.
99. Липатов В.С. Управление персоналом предприятий и организаций: Учебник для вузов. – М.: ТОО «Люкс-Арт», 1996

100. Лозниця В.С. Психологія менеджменту: Навч. Посібник. – К.: ТОВ “УВПК “ЕксОб”, 2000. – 512с.
101. Лэнд Питер Э. Менеджмент – искусство управлять. Пер с англ. – М.: ИНФРА-М, 1995.
102. Макаренко М.В., Махалина О.М. Производственный менеджмент. Учебн. пособие для вузов. – М.: Приор, 1998.- 384 с.
103. Маркетинг промышленных товаров. М.: Прогресс, 1978. – 261 с.
104. Маркетинг: Учеб /А.Н. Романова, Ю.Ю. Корлюгов, С.А. красильников и др.; Под ред. А.Н. Романова.- М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995 .- 560 с.
105. Маслов Е.В. – Управление персоналом предприятия :Учебное пособие /Под ред. П.В. Шеметова. – М.: ИНФРА-М, Новосибирск, НГАЭУ и У. 1999. –312с.
106. Мексон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Дело, 1992. – 699с.
107. Мельник Л.П., Психологія управління: Курс лекцій. – К.: МАУП, 1999. – 176с.
108. Менеджмент (Современный российский менеджмент) / Под ред. Русинова Ф.М., Разу М.Л./ Учебник. – М.: ИД ФБК-Пресс, 2000. – 502 с.
109. Менеджмент организации. Учебное пособие (Румянцева З.П., Саломатин Н.А., Акабердин Р.З. и др.)- М.: ИНФРА –М, 1995. – 432 с.
110. Мерсер Д. ИБМ: управление в самой успешной корпорации мира: Пер. с англ. / Общ. ред. и предисл. В. С. Загашвили. – М.: Прогресс, 1991.
111. Мескон М., Альберт М., Федоури Ф. Основы менеджмента / пер. с англ.. общ. ред., вступ. ст. Л. И. Евенко. – М.: Дело, 1997.
112. Методика оценки уровня конкурентоспособности промышленной продукции. – М.: Изд-во стандартов, 1984.
113. Мильнер Б. З., Евенко Л. И., Раппорт В. С. Системный подход к организации управления. – М.: Экономика, 1983.
114. Минаев Э.С., Агеева Н.Г., Аббата Дага. Управление производством и операциями: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации»: Модуль 15. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 328 с.
115. Минин Б.А. Качество. Как его анализировать? –М.: Финансы и статистика, 1989. – 96 с.
116. Мордовин С.К. Управление человеческими ресурсами: 17- модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации», Модуль 16. – М.: ИНФРА –М.,2000. –288с.
117. Наговицына Л.П. Как управлять товарными запасами. – М.: Экономика, 1989. – 11 с.
118. Немцов В.Д., Довгань Л.Є., Сініок Г.Ф. Менеджмент організацій: навч. посібник. – К.: ТОВ “УВПК “ЕксОб”, 2000. – 392 с.
119. Ноздрева Р.Б. Цигичко Л.И. Маркетинг: как побеждать на рынке. - М.: Финансы и статистика, 1991.- 304 с.
120. Обозов Н.Н., Щекин Г.И. Психология работы с людьми. 4-е изд. Перер. К.: МАУП, 1998.
121. Одегов Ю.Г. Журавлев П.В. Управление персоналом – М.: Финанстатинформ, 1997
122. Окрепилов В.В. Управление качеством: учебник для вузов. – М.: Экономика, 1998. – 639 с.
123. Организация, нормирование и материальное стимулирование труда в машиностроении: Учебное пособие для машиностр. спец. вузов / Глаголева Л.А., Пуртов С.Г., Смирнов С.В. и др. – М.: Высшая школа, 1988.

124. Организация, планирование и управление деятельностью промышленного предприятия (Антонец А.В., Белов Н.А., Бухало С. и др.)- К.: Вища школа, 1989. – 472 с.
125. Организация, планирование и управление машиностроительным производством. Уч. пособие. Под общей редакцией Родионова Б.Н. – М.: Машиностроение, 1989. – 328 с.
126. Основы менеджмента: Учеб. пособие для вузов /Науч. ред. А. А. Радугин. – М.: Центр, 1998.
127. Основы менеджмента: Учебное пособие для вузов по дисциплине «Основы менеджмента» / Ю. В. Соболев и др.; под ред. В. С. Верлони, И. Д. Михайлова. – К.: Основа, 1996.
128. Основы управления персоналом. /Под ред. Б.М. Генкина. –М.: Высшая школа, 1996
129. Панина Н.В. Технологія соціального дослідження : Курс лекцій. - К.: Наукова думка, 1996.
130. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии. Харків: Основа, 1993. – 288 с.
131. Петюх В.М. Управління персоналом. Навч. посібник для
132. Пешкова Е.П. Маркетинговый анализ деятельности фирмы. - М.: "Ось 89", 1997.
133. Пимкин С.Н. Железнов В.А. Как сохранить кадры предприятия. – СПб, 1992
134. Портер М. Международная конкуренция / Пер с англ. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
135. Портер Майкл Э. Стратегія конкуренції / Пер. з англ. К.: Основи, 1998. – 390 с.
136. Потеряхин А.Л. Психология управления. – К.: ВНРА-Р, 1999. – 384 с.
137. Прауде В.Р., Білий О.Б. Маркетинг: Навч. посібник. - К.: Вища школа, 1994. - 256 с.
138. Пригожин А.И. Современная социология организаций. – М., 1995
139. Про власність: Закон України // голос України, 1991. – 21 жовтня.
140. Про господарські товариства: Закон України // Відомості Верховної Ради України, 1991. - № 49.
141. Про підприємництво: Закон України. – К.: Україна, 1991.
142. Про підприємства в Україні: Закон України. – К.: Україна, 1991.
143. Промисловий маркетинг: Теорія і господарські ситуації: Підручник /Під ред. А.О. Старостіної.- К.: "Іван Федоров", 1997.
144. Прочников В.А., Ладанов Н.Д. Управление персоналом в Японии. – М.: Наука, 1989
145. Пугачёв В.П. Руководство персоналом организации. – М.: Ас. Пресс, 1998
146. Пушкар М. С. Контролінг: Монографія /Терноп. акад. нар. гос-ва. – Тернопіль: СМП “Карт-бланш”, 1997.
147. Радченко В.В. Міжнародний менеджмент. –К.: МАУП, 2000 –240с.
148. Райзберг В.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – М.: ИНФРА-М, 1996.
149. Санталайпен Т и др. Управление по результатам. Пер. с финск. / Общая ред. и предисл. Леймана Я.А. – М.: Прогресс, 1993.
150. Саусов Н.К., Кокарев Н.А. Ламская О.М. Мотивация и карьера персонала. – М.: РЭА. 1998
151. Сацков Н.Я. Практический менеджмент. – Днепропетровск: Сталкер, 1998. – 448 с.
152. Селье Г. Стресс без дистресса. – М., 1992
153. Скопилатов И.А., Ефремов О.Ю. Управление персоналом. СПб, 2000. –399с.
154. Скотт ЖД. Конфликты: пути их преодоления: К.: Внешторгиздат, 1991. –190с
155. Скупар Г.М., Панков В.А. Учебно-методическое пособие “Курс корпоративного менеджмента. Часть 3 – Корпоративная культура. Система ценностей фирмы”. - Краматорськ: ДГМА - НКМЗ, 2000, - 51 с.

156. Служебная карьера./Под. Ред. Е.Б. Охатского/. М.: Экономика, 1998. – 303с.
157. Смирнов Б.М. Кадровые нововведения в системе управления персоналом. М.: ГАУ, 1996
158. Смирнова В.Г., Мильнер Б.З., Латфуллин Г.Р., Антонов В.Г. Организация и её деловая среда: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации»: Модуль 2. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 316 с.
159. Современный маркетинг /В.Е. Хруцкий, И.В. Корнеева, Е.Э. Автухова. Под. ред. В.Е. Хруцкого.- М.: Финансы и статистика, 1991,- 256 с.
160. Соколицын С.А., Кузин Б.И. Организация и оперативное управление машиностроительным производством. – Л.: Машиностроение, 1988. – 526 с.
161. Соловьёв Б.А. Управление маркетингом: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации»: Модуль 13. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 314 с.
162. Старобинский Э.Е. Как управлять персоналом. А.О. «Бизнесшкола», «Интел – Синтез». 1995
163. Тактика особистої роботи менеджера: (Персон. Менеджмент) /Петренко В. П., Данилюк М. О., Понадюк А. В., Табахарнюк М. О.; Регіон. Агенство екон. розвитку, Івано-Франківський держ. техн. ун-т нафти і газу. – Івано- Франківськ: Б. В., 1996.
164. Тарнавська Н. П., Пушкар Р. М. Менеджмент: теорія та практика: Підручник для вузів. – Тернопіль: ВКФ “Карт-бланш”, 1997.
165. Татриков А.А. Управление кадрами в корпорациях США, Японии, Германии. – М.: ВНИЭНТИ, 1992
166. Тейлор Ф.У. Принципы научного менеджмента: Пер. с англ. / Научная ред. И предисл. Кочерина Е.А. – М.: Контролинг, 1997.
167. Терещенко В.И. Организация и управление: опыт США. М., 1996
168. Травин В.В., Дятлов В.А. Менеджмент персонала организации. – М.: Дело, 1998.
169. Травин В.В., Дятлов В.А. Основы кадрового менеджмента. – М.: Дело, 1997.
170. Управление организацией. Учебник (под ред. д.е.н., проф. А.Г.Поршнева, З.П.Румянцевой, Н.А.Саломатина). – М.: Инфра-М, 2000. – 669 с.
171. Управление персоналом в условиях социальной рыночной экономики / Под науч. ред. проф., д-ра Р. Марра, д-ра Г. Шмидта. – М.: Изд-во МГУ, 1997. – 480 с.
172. Управление персоналом организации. Под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА – М, 2000 –512с
173. Управление персоналом организации. Практикум: Учеб. пособие /Под ред. А.М. Кабанова. –М.: ИНФРА-М, 2000. – 296с
174. Управление персоналом. / Под ред. Т.Ю.Базарова, Б.Л.Еремина. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998.
175. Управление персоналом. Энциклопедический словарь /Под. ред. А.Я. Кабанова. – М.: ИНФРА –М, 1998
176. Управление персоналом: учебник для вузов / Под ред Т.Ю. Базарова, Б.Л. Яремина. – 2-е изд., пере раб. и доп. – М.: ЮНИТИ, 2001. – 560 с.
177. Фатхутдинов Р.А. Производственный менеджмент: для вузов. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997.
178. Хаєт Г.Л., Еськов А.Л. Управление мотивацией труда и оптимизация его среды. 2-е изд. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 2000. – 548 с.
179. Хміль Ф. І. Менеджмент: Підручник. – К.: Вища школа, 1995.
180. Хміль Ф.І. Становлення сучасного менеджменту в Україні: Проблеми теорії та практики (Інститут змісту та методів навчання. Львівська Комерц. академія). – Львів ЛКА, 1996.
181. Хучек М. Стратегия управления трудовым потенциалом предприятия. –М.: ГАУ, 1993

182. Цветаев В.М. Управление персоналом. – СПб, «Питер», 2000 – 192с.
183. Ч. Сэндидж , В.В. Фрайбургер, К. Ротцолл. Реклама. Теория и практика.- М.: Прогресс, 1989.
184. Чернышев В.Н., Двинин А.П. Человек и персонал в управлении, СПб, 1997
185. Чернявский А.Д. Организация управления. – К.: МАУП, 1998. – 136 с.
186. Шахмалов Ф.И. Американский менеджмент: Теория и практика. – М., 1993.
187. Швальбе Б., Швальбе Х. Личность, карьера, успех. Пер. с нем. –М.:Прогресс – интер., 1993.
188. Швальбе Х. Практика маркетинга для малых и средних предприятий / пер. с нем. – М.: Республика, 1995. – 317 с.
189. Шегда А. В. Основы менеджмента: Учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений. – К.: КОО О-ва «Знания», 1998.
190. Шегда А.В. Менеджмент: Навч. посібн. – К.: Т-во “Знання”, КОО, 2002. – 538 с.
191. Шекшня С.В. Управление персоналом современной организации. –М.: Бизнес-школа, 1998
192. Шершньова З.Є., Оборська С.В. Стратегічне управління. – К.: Вид. КНЕУ, 2000. – 160с
193. Шкатулла В.И. Настольная книга менеджера по кадрам. – М.: Норма-инфра-М, 1998.
194. Щекин Г.В. Организация делопроизводства, учёта и отчетности в кадровой службе. –К.:МЗУУП, 1992
195. Щёкин Г.В. Организация и психология работы с кадрами управления. –В 2-х ч. – К.: ВЗУУП, 1990
196. Щекин Г.В. Основы кадрового менеджмента. –К.:МАУП, 1999. –228с.
197. Щекин Г.В. Планирование и организация работы персоналом. – К.: МЗУУП, 1993
198. Щекин Г.В. ПрофорIENTATION – основы эффективного кадрового обеспечения. –К.: МЗУУП, 1992
199. Щекин Г.В. Теория и практика управления персоналом. –К.: МАУП, 1998 – 256с.
200. Щекин Г.В. Теория кадровой политики: Монография. – К.: МАУП, 1997.
201. Щекин Г.В. Управление мобильностью кадров на производстве. –К.:1990
202. Щекин Г.В. Управление трудовой дисциплиной на производстве. –К.,1990
203. Щокін Г.В. Соціальна теорія і кадрова політика: Монографія. – К.: МАУП, 2002. – 576 с.
204. Эванс Дж., Берман Б. Маркетинг. М.: Экономика, 1990
205. Юргутіс І.А., Кравчук І.І. Основи менеджменту. – К.: Освіта, 1998. – 253 с.
206. Яккока Ли. Карьера менеджера: Пер. с англ. /общ. Ред. и предисл. С.Ю. Медведкова. –М.: Прогресс, 1991