



ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА “КРОК”

ЗАТВЕРДЖУЮ

Заступник голови Приймальної комісії

Н.М. Літвін

2018 р.



ПРОГРАМА

фахового випробування

для вступу на навчання за спеціальністю «Менеджмент»

(освітня програма «Продакт-менеджмент»)

для здобуття ступеня магістра

на основі здобутого ступеня бакалавра

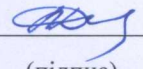
Автор: Данченко О.Б., д.т.н., доцент

РОЗГЛЯНУТО І СХВАЛЕНО

на засіданні кафедри

бізнес адміністрування та управління проектами

(протокол №7 від «16» березня 2018 р.)

Завідувач кафедри  **Данченко О.Б.**
(підпис)

Київ, 2018

ВСТУП

Мета вступних випробувань зі спеціалізації «Продакт-менеджмент» для здобуття ступеня вищої освіти - магістр — виявлення рівня знань, умінь і навичок вступників під час набуття першої вищої освіти та практичної діяльності в сфері управління бізнесом, а саме в управлінні продуктами.

Вимоги до здібностей і підготовленості вступників. Для успішного засвоєння освітньо-професійної програми магістра вступники повинні мати базову вищу освіту за будь-якою спеціальністю та здібності до оволодіння знаннями, уміннями і навичками в галузі економічних, технічних, управлінських наук. Обов'язковою умовою є вільне володіння державною та англійською мовою.

Характеристика змісту програми. Програма вступних випробувань охоплює коло питань, які в сукупності характеризують вимоги до знань і вмінь особи, що бажає навчатись у магістратурі ВНЗ “Університет економіки та права “КРОК” з метою здобуття ступеня вищої освіти – магістр, зі спеціалізації «Продакт-менеджмент» спеціальності «Менеджмент». Програму складено на основі дисциплін циклу професійної підготовки бакалавра з менеджменту, передбачених Освітньо-професійною програмою підготовки бакалавра напряму 073 — «Менеджмент». Разом з тим програма передбачає і певні знання із проектного менеджменту, управління продажами, маркетингу, бізнес-адміністрування.

Програма побудована за темами, які відповідають функціям, для виконання яких має бути підготовлений магістр з напряму 073 «Менеджмент» зі спеціалізації «Продакт-менеджмент». Майбутній продукт-менеджер повинен мати навички управління бізнесом, знати основи управління бізнес-проектами та володіти компетентностями маркетолога та продавця продукту.

У кожній темі інтегровано матеріал певного функціонального спрямування з різних дисциплін. При цьому органічно поєднуються теоретичні, прикладні питання та матеріали операційного характеру, які дозволяють виявити знання й уміння використовувати категоріальний апарат, аналітичне мислення, методи обґрунтувань і розрахунків за окремими функціями менеджменту.

Порядок проведення іспиту визначається Положенням про приймальну комісію ВНЗ “Університет економіки та права “КРОК”.

ПРОГРАМА

1.1. Основи управління продуктами

Життєвий цикл проекту. Життєвий цикл продукту. Продукт проекту. Типи продуктів. Фази життєвого циклу проекту. Фази життєвого циклу продукту. Вимоги споживачів до продукту. Концепція продукту. Підтримка продукту. Управління дослідною експлуатацією нових продуктів та промислових зразків. Дизайн продукту. Цінність продукту.

1.2. Основи маркетингового менеджменту

Методи аналізу конкурентів. Визначення продуктової стратегії та тактичного плану заходів. Розробка документів з дослідження ринків та продуктів. Оцінка можливості договірних відносин та отримання ліцензій. Базове позиціонування та адресування продукту. Презентація демо-продукту споживачам. Методи ціноутворення. Основи креативного менеджменту. Методи довгострокового планування. Методи визначення цільової аудиторії. Розробка маркетингової стратегії компанії. Створення бренду компанії. Поняття брендування.

1.3. Основи бізнес-адміністрування

Стратегічний розвиток бізнесу. Структура стратегічного плану. Бачення, місія, дерево цілей компанії. Критерії визначення цілей бізнесу. Цикл стратегічного управління бізнесом. Місце проектного менеджменту в стратегії компанії. Бізнес-планування. Структура бізнес-плану. Методики розрахунку показників економічної ефективності проекту. Прогнозування прибутку компанії. Лідер бізнесу. Формальне та неформальне лідерство. Креативність лідера. Бізнес-аналітика. Бізнес-статистика та бізнес-звітність. Методи генерації бізнес-ідей. Комунікації в бізнесі. Управління знаннями в компанії. Управління закупівлями.

1.4. Основи управління проектами

Поняття проекту. Класифікація проектів. Місце продукт-менеджера в IT-сфері. Методології управління проектами. Основні структури проекту. Команда проекту. Лідер проекту. Бюджетування проекту, методи. Поняття успіху проекту та успіху продукту. Управління комунікаціями в проекті. Управління зацікавленими сторонами проекту. Організаційна структура проекту. Методи планування часу проекту. Поняття стартапу. Управління закупівлями в проекті. Управління цінністю проекту.

1.5. Основи управління продажами

Види збутових каналів. Сегментування ринку. Методи складання прогнозів потреб. Методи оцінки потреб споживачів. Методи стимулювання збуту. Проекти впровадження нових видів послуг та нових продуктів. Методи просування товарів на ринку. Проекти сервісного обслуговування продукту. Поняття конкурентоспроможності нових продуктів. Методи формування каналів збуту. Оцінка ефективності комерційних угод. Методи веденні переговорів. Розробка альтернативних управлінських рішень. Інструменти продажу. Управління комунікаціями в процесі продажів.

1.6. Правова культура продукт-менеджера

Законодавство України, що регламентує підприємницьку діяльність. Нормативно-правові акти та документи з державного регулювання функціонування підприємств торгівлі та організації продажу продовольчих та непродовольчих товарів. Правила застосування штрих-кодів та сучасних комп'ютерних технологій у системі збуту. Порядок проведення оптово-промислових ярмарків. Кон'юнктура товарного ринку та фактори, які впливають на її формування. Джерела інформації про торговельну кон'юнктуру, закономірності та тенденції формування потреб населення. Методи прогнозування попиту на окремі групи товарів. Принципи та методи кількісного вимірювання показників оцінки задоволення потреб споживачів. Основи зобов'язального та договірної права. Державна та міжнародна системи класифікації товарів та послуг. Категорії і види стандартів, іншу нормативно-технічна документація щодо сертифікації товарів та послуг й торгівлі. Методику та методи визначення ефективності маркетингової діяльності. Міжнародні правила щодо тлумачення торгових термінів «Інкотермс». Основи товарознавства. Методи економічного та статистичного аналізу. Правила і норми охорони праці, протипожежного захисту, виробничої санітарії та особистої гігієни.

1.7. Основи ризик-менеджменту

Поняття ризиків в бізнесі та в проектах. Класифікація ризиків. Характеристики ризику. Маркетингові ризики. Методи ідентифікації ризиків. Процес управління ризиками. Стандарти ризик-менеджменту. Методи і моделі кількісної оцінки ризиків. Стратегії управління ризиками. Методи боротьби з ризиками. План управління ризиками.

Критерії оцінювання відповідей на вступному випробуванні

Критерії визначають загальні підходи до визначення рівня навчальних досягнень вступників та встановлюють відповідність між вимогами до знань і умінь вступників та показником оцінки в балах.

Критерії реалізуються в нормах чотирьох рівнів досягнень: відмінно, добре, задовільно, незадовільно.

Рівень досягнень	Оцінка (5 бальна шкала)	Оцінка (12 бальна шкала)
відмінно	5	12-10
добре	4	9-7
задовільно	3	6-4
незадовільно	2	1-3

Відмінно – вступник дав повні та коректні відповіді на всі три питання білету. Він в достатній мірі володіє основами управління продуктом, розуміє не тільки основні поняття, а й знає методики, підходи, стандарт, засоби просування та продажу продукту на ринку, а також основи бізнес-аналітики, брендінгу, бізнес-планування та маркетингу.

Добре – вступник знає основи управління продуктом, вміє пояснити основні характеристики та закономірності. Відповідь правильна, логічна, обґрунтована, хоча в ній допущені помилки при описі моделей, методик, підходів до управління різними характеристиками та елементами продукту.

Задовільно - вступник в цілому відповідає на питання, але відповіді неповні, неточні, з помилками щодо основних понять. Методик та моделей вступник навести не може.

Незадовільно – відповідь фрагментарна, характеризується початковими уявленнями про продукт-менеджмент.

При оцінюванні відповіді на вступному випробуванні враховуються:
правильність, логічність, обґрунтованість, цілісність;
рівень володіння розумовими операціями: вміння аналізувати, синтезувати, порівнювати, класифікувати, узагальнювати, робити висновки тощо;
вміння виявляти проблеми та розв'язувати їх;
самостійність суджень.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Білоус Т.В. Основи менеджменту: Навчальний посібник/ Т. В. Білоус. - К.: Атіка, 2009. - 160 с.
2. Веснин Р.В. Менеджмент: Учебник/ Р. В. Веснин. - М.: Проспект, 2007. - 504 с.
3. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту: Підручник/ О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. - 2-ге вид., випр., доп.. - К.: Академвидав, 2007. - 464 с. - (АЛЬМА-МАТЕР)
4. Мескон М.Х. Основы менеджмента/ М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. - 3-е изд.. - М.: ООО "И.Д. Вильямс", 2007. - 672 с.
5. Осовська Г.В. Комунікації в менеджменті: Навчальний посібник/ Г. В. Осовська . - К.: Кондор, 2008. - 218 с.
6. Туленков М.В. Сучасні теорії менеджменту: Навчальний посібник/ М. В. Туленков. - К.: Каравела, 2007. - 304 с.
7. Яцура В.В. Менеджмент: Навчальний посібник/ В. В. Яцура. - Львів: Тріада Плюс; К.: Алерта, 2008. - 444 с.
8. Друкер П. Энциклопедия менеджмента.: Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. — 432 с.
9. Мазур И.И. Управление проектами: учеб. пособ./ И.И. Мазур, В.Д. Шапиро, Н.Г. Ольдерогге. – Издательство Омега-Л, 2009. – 960 с.
10. Управління проектами та програмами: підручник / С.Д.Бушуєв, Н.С.Бушуєва, А.Я.Казарєзов, К.В.Кошкін. – Миколаїв: в-во Торубариос, 2010. – 352 с.
11. Управление инновационными проектами и программами на основе системы знаний Р2М: Монография // Ярошенко Ф.А., Бушуев С.Д., Танака Х. – К.: 2011. – 263 с.
12. Руководство к своду знаний по управлению проектами (Руководство РМВоК)– Project Management Institute, 2008. – 389 с. – (Американський національний стандарт).
13. Бушуев С.Д. Управление проектами. Основы профессиональных знаний и система оценки компетенции проектных менеджеров (National Competence Baseline, NCB UA Version 3.1) : / Бушуев С.Д., Бушуева Н.С. - Изд. 2-е. - К.:ІРІДІУМ, 2010. – 208с.
14. А.С. Товб, Г.Л. Ципес, Управление проектами: стандарты, методы, опыт. М.: Олимп-Бизнес, 2005.- 240 с.
15. Риск-менеджмент инноваций : монография / Т. А. Васильева, О. Н. Диденко, А. А. Епифанов. - Сумы : Деловые перспективы, 2005. - 260 с.
16. К.В. Балдин. Риск-менеджмент. Учебное пособие. Эксмо, 2006. – 366с.
17. В.А. Абчук. Риски в бизнесе, менеджменте и маркетинге. – Спб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006. – 480 с.
18. Н.Б. Ермасова. Риск-менеджмент организации. – М.: Издательство «Адьфа-Пресс». 2005. – 240 с.
19. Риск-менеджмент. Учебно-методический комплекс. Иванов А.А., Олейников С.Я., Бочаров С.А. Изд. центр ЕАОИ, 2008. – 193с.
20. Холмс Э. Риск-менеджмент. Монограф./ под ред. А.А.Старостиной. – М.: Эксмо, 2007. – 350 с.
21. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу : [навчальний посібник] / О. А. Біловодська . – К. : Знання, 2011. – 495 с.
22. Брассингтон Френсис. Основы маркетинга / Френсис Брассингтон; [англ. Е. Е. Козлова]. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. – 768 с. – (Пер. С англ.).
23. Бутенко Н. В. Маркетинг : [підручник] / Н. В. Бутенко. - К. : Атіка, 2008. - 300 с.
24. Грант Д. 12 тем: маркетинг 21 века / Д. Грант. - СПб. : Питер, 2007. - 448 с. – (Пер с англ.).
25. Зозулев С. А. Маркетинговые исследования: теория, методология, статистика : [учебное пособие] / А. В. Зозулев, С. А. Солнцев. - К. : Знання, 2008. - 643 с. - (Вища освіта ХХІ століття).

26. Корінев В. Л. Маркетингова цінова політика : [навчальний посібник] / В. Л. Корінев, М. Х. Корецький, О. І. Дацій. - К. : Центр учбової літератури, 2007. - 200 с.
27. Котлер Ф. Маркетинговий менеджмент : [підручник] / Ф. Котлер, К. Л. Келлер, А. Ф. Павленко та ін. - К. : Хімджест, 2008. - 720 с.
28. Левинсон Д. Партизанский маркетинг за 30 дней: Пошаговое руководство / Д. Левинсон. - М. : Издательский дом Гребенникова, 2008. - 256 с. – (Пер. с англ.).
29. Малхотра Нэresh К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство : [ученик] / Нэresh К. Малхотра. - 4-е изд. - М. : ООО "И.Д. Вильямс", 2007. - 1200 с. – (Пер. с англ.).
30. Маркетинг : [підручник] / За ред А. Ф. Павленка. - К. : КНЕУ, 2008. - 600 с.
31. Маркетинговий аналіз : [навчальний посібник] / За ред В. В. Липчука. - К. : Академвидав, 2008. - 216 с. - (АЛЬМА-МАТЕР).
32. Новітній маркетинг : [навчальний посібник] / За редакцією Є. В. Савельєва. - К. : Знання, 2008. - 420 с.
33. Ромат Е. В. Реклама : [учебное пособие] / Е. В. Ромат. - 2-е изд. - СПб. : Питер, 2007. – 208 с.
34. Захарова, Ю.А. Продакт-менеджмент, или искусство управления товаром: практ.пособие/ Ю.А.Захарова. – М.: Дашков и Ко, 2010. – 124с.
35. Expert Product Management: Advanced Techniques, Tips and Strategies for Product Management & Product Marketing.— Happy About Brian Lawley, 2007. — С.104. — ISBN 1-60005-079-4 (англ.)
36. Токарев Б.Е. Метод оценки потенциала продаж инновационных продуктов // Менеджмент инноваций, №1, 2013. – с.72-81.
37. Токарев Б.Е. Маркетинговые исследования рыночных ниш инновационных продуктов: Учебник / Б. Е. Токарев. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2013. – 272с.
38. Williams L. Disrupt: Think unthinkable to spark transformation in your business. – FT Press, 2011.
39. Lehmann D.R. Product management / Donald R. Lehmann, Russel S. Winer – McGrawHill, Irwin, 2004. - 686p.
40. The 13th annual Product Management and Marketing Survey. Режим доступа : www.pragmaticmarketing.com
41. www.stage-gate.com
42. Чесбро Г. Открытые инновации. Создание прибыльных технологий. / Генри Чесбро : Пер. с англ. – М.: Поколение, 2007. – 236с.
43. Хау Дж. Краудсорсинг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Джефф Хау; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 288с.
44. <http://www.microsoft.com/downloads/details.aspx?FamilyID=c54114a3-7cc6-4fa7-ab09-2083c768e9ab&DisplayLang=en>
45. KPMG LLP Study, 2012. Режим доступа : www.kpmg.com
46. Дойль П., Штерн Ф. Маркетинг менеджмент и стратегии / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2007. – 544с.
47. <http://www.productleadership.in/10-must-have-product-management-skills> 13. Фуколова Ю. Драйв на работе // Секрет фирмы, №12, 2013 – с.62-65.