

**ПИТАННЯ,**  
**які виносяться на державний іспит зі спеціальності**  
**для випускників 2025 р. ОКР «Бакалавр»**  
**галузь знань 07 «Управління та адміністрування»**  
**спеціальність 073 «Менеджмент»**  
**освітня програма «Менеджмент»**

- Програму іспиту складено на основі робочих програм 3 профільних дисциплін, що викладалися протягом навчання студентів в університеті: «Стратегічне управління», «Комунікативний менеджмент», «Теорія прийняття управлінських рішень». Студент повинен мати міцну теоретичну базу з кожної дисципліни для впевненого набуття практичних навичок в галузі управління.
- На екзамен виносяться 90 запитань. Ці запитання становитимуть зміст 30 екзаменаційних білетів по 3 запитання в кожному.

1. SWOT-аналіз як інструмент оцінки управлінських альтернатив.
2. SWOT-аналіз як інструмент оцінки управлінських альтернатив.
3. Аналіз внутрішнього середовища підприємства.
4. Аналіз прийнятих рішень.
5. Аналіз прийнятих рішень.
6. Вибір альтернативної стратегії
7. Вибір місії та правила її формування.
8. Вибір місії та правила її формування.
9. Вибір моделі стратегії комунікативного менеджменту.
10. Визначення ефективних рішень і множина Паретто.
11. Використання ЕОМ при прийнятті управлінських рішень.
12. Використання методів дослідження операцій при прийнятті управлінських рішень.
13. Використання методів математичного програмування при прийнятті рішень.
14. Використання функціонально-вартісного аналізу в процесі оцінки управлінських альтернатив.
15. Відеоконференція: конфігурації побудови відеоконференцій.
16. Внутрішні чинники вибору типу комунікаційної стратегії. Комунікативний аудит.
17. Внутрішньоорганізаційні комунікації: зміст поняття, цілі, завдання, класифікація.
18. Девіз та кредо підприємства.
19. Ділова комунікація: сутність і зміст. Цілі і функції комунікації в організації.
20. Ділові переговори як основна форма ділової комунікації.
21. Дослідження мікро- і макросередовища організації. Цільова аудиторія: сутність поняття та типологія.
22. Електронні комунікації. Аудіоконференція.
23. Задачі і оптимізації: сутність та види.
24. Застосування теорії ігор у прийнятті рішень.
25. Зміст і напрями комунікативного менеджменту.
26. Зміст і причини бар'єрів ділової комунікації в організації.
27. Зовнішньоорганізаційні комунікації: зміст поняття, цілі і завдання.

28. Інтернет у бізнесі. Основні напрями використання мережі Інтернет у бізнесі.
29. Класифікація стратегій бізнесу на основі конкурентної переваги.
30. Класифікація стратегій підприємства.
31. Класифікація управлінських рішень.
32. Класифікація форм ділової комунікації: наради, офіційні і протокольні заходи, зустрічі, прийоми, бесіди, виступи, письмові документи.
33. Комунікативний менеджмент як теорія і практика управління соціальними комунікаціями організації.
34. Комунікаційні стилі ефективного ділового спілкування.
35. Конкуренцеспроможність та конкурентні переваги підприємства.
36. Концепція стратегічного управління.
37. Корпоративні комунікації як предмет комунікативного менеджменту.
38. Корпоративні та специфічні стратегії: їх види та характеристика
39. Кризові комунікації в організації: цілі, причини, об'єкти, класифікації.
40. Критерії вибору правильних комунікативних систем. Об'єкти і суб'єкти комунікативного менеджменту.
41. Мета та принципи стратегічного планування.
42. Метод аналізу ієрархій у прийнятті управлінських рішень.
43. Метод експертних оцінок.
44. Метод морфологічного аналізу при прийнятті управлінських рішень.
45. Методи оцінки стратегічного потенціалу підприємства.
46. Синергізм та планування потенціалу і стратегії підприємства.
47. Методи прогнозування управлінських рішень.
48. Методи прогнозування управлінських рішень. Умови та причини здійснення зовнішньоекономічної діяльності.
49. Мікросередовище і макросередовище підприємства
50. Моделі стратегії (матриця комунікативного менеджменту).
51. Модельовання розробки та прийняття рішень.
52. Модель п'яти сил конкуренції М. Портера.
53. Модель п'яти сил конкуренції М. Портера.
54. Напрями діяльності організації при визначенні стратегії комунікативного менеджменту.
55. Особливості здійснення стратегічного управління в Україні.
56. Особливості розробки та прийняття рішень у групі.
57. Оцінка ефективності прийняття управлінських рішень.
58. Переваги та недоліки глобальної і багатонаціональної стратегій.
59. Перехід від програмно-цільового планування до стратегічного управління.
60. Поняття мети та альтернативи в теорії прийняття управлінських рішень
61. Поняття організаційних комунікацій. Види комунікацій в організації.
62. Постановка багатокритеріальних задач прийняття рішень.
63. Постановка багатокритеріальних задач прийняття рішень.
64. Поточне планування та бюджетування, довгострокове планування, стратегічне планування.
65. Принципи стратегічного планування.
66. Принципи та класифікація методів прогнозування
67. Принципи та класифікація методів прогнозування.

68. Процес розвитку підприємства, його основні фази.
69. П'ять загальних стратегій конкуренції
70. Роль комунікації в управлінні організацією. Комунікація і інформація.
71. Стільниковий і супутниковий зв'язок в забезпеченні ділової комунікації.
72. Стратегія комунікативного менеджменту: поняття, складові та цілі.
73. Суб'єкти і об'єкти зовнішньої організаційних комунікацій організації, їхня структура і особливості взаємодії.
74. Сутність конкурентоспроможності товару та підприємства.
75. Сутність стратегічного управління.
76. Сутність, об'єкт і функції теорії прийняття рішень.
77. Телеконференція і її основні типи (аудіо-, відео- і комп'ютерний).
78. Технології і інструменти комунікативного менеджменту
79. Типи проблем у теорії прийняття рішень.
80. Типи проблем у теорії прийняття рішень.
81. Типи цілей підприємства. Вимоги щодо формулювання цілей.
82. Типологія бар'єрів ділової комунікації: мікробар'єри і макробар'єри.
83. Управління як процес вироблення і реалізації рішень.
84. Фактори, що впливають на стратегії виходу на зовнішні ринки
85. Фактори, які впливають на вибір стратегічних цілей.
86. Форми взаємодії в діловому спілкуванні.
87. Формулювання місії і цілей підприємства.
88. Характеристика етапу цілеутворення.
89. Чинники формування ефективних ділових комунікацій.