



Національний університет  
«Острозька академія»



**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**

Голова Приймальної комісії  
Національного університету  
«Острозька академія»



 І. Д. Пасічник

«28» лютого 2020 року

## **ПРОГРАМА ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ**

для вступників на навчання для здобуття освітнього ступеня **магістра**  
зі спеціальності **029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна**  
**справа»** освітньо-професійної програми **«Інформаційна,**  
**бібліотечна та архівна справа»**



Острог – 2020



Програма фахового вступного випробування для вступників на навчання для здобуття ступеня магістра зі спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» освітньо-професійної програми «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»/ Укладачі к.і.н., доц. Охріменко Г.В., к. н. з держ. упр., ст.в. Бондар В.Д. – Острог: НаУОА, 2020.

Програма розглянута та схвалена на засіданні кафедри документознавства та інформаційної діяльності (Протокол № 7 від 25 лютого 2020 року)

Завідувач кафедри документознавства  
та інформаційної, діяльності



Ганна ОХРИМЕНКО

Програма розглянута та схвалена на засіданні Приймальної комісії Національного університету «Острозька академія» (Протокол № 5 від 28 лютого 2020 року)

Відповідальний секретар  
приймальної комісії



Юлія ХАРЧУК

## I. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

**Мета фахового вступного випробування** полягає у з'ясуванні рівня теоретичних знань та практичних навичок вступників, які вступають на навчання для здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» освітньо-професійної програми «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» на основі освітнього ступеня бакалавра/магістра, освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста здобутого за цією або іншою спеціальністю щодо організації та здійснення інформаційно-документаційного забезпечення менеджменту підприємств, організацій та установ. Поява нових форм поширення інформації обумовили необхідність підготовки фахівців, що володіють різноманітними методами аналітико-синтетичної переробки первинної інформації, новітніми методами поширення інформації та створення нових документно-інформаційних масивів та ресурсів.

Результати фахового вступного випробування використовуватимуться під час формування рейтингового списку та конкурсного відбору вступників у межах ліцензованого обсягу.

## II. ПОРЯДОК СКЛАДАННЯ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Організація фахового вступного випробування здійснюється відповідно до Положення про приймальну комісію Національного університету «Острозька академія» та Положення про організацію та проведення вступних випробувань у Національному університеті «Острозька академія»  
[https://www.oa.edu.ua/ua/abiturijentovi/receiving\\_commission/polozhenya\\_pro\\_pryumalnu\\_komisi](https://www.oa.edu.ua/ua/abiturijentovi/receiving_commission/polozhenya_pro_pryumalnu_komisi)

У

Фахове вступне випробування проводиться у тестовій формі з використанням комп'ютерної техніки та системи Moodle з таких дисциплін як: «Діловодство», «Маркетинг інформаційних продуктів та послуг», Теорія і практика зв'язків з громадськістю», «Менеджмент» та «Системний аналіз інформаційних процесів».

### Вимоги до здібностей і підготовленості вступників

Для успішного засвоєння освітньо-професійної програми магістра вступники повинні мати базову або повну вищу освіту та здібності до оволодіння знаннями, уміннями і навичками в галузі організації та здійснення інформаційно-документаційного забезпечення менеджменту підприємств, організацій та установ. Обов'язковою умовою є вільне володіння державною мовою.

У розрізі зазначених вище дисциплін вступник повинен знати:

#### «Діловодство»:

знати:

- концептуальні засади створення переліків документів, які утворюються в діяльності підприємств, установ та організацій;
- принципи побудови типових та індивідуальних номенклатур справ та формування справ;
- уніфіковані форми організаційно-розпорядчих документів;
- правила приймання, реєстрації та розгляду вхідних документів;
- правила проходження внутрішніх документів;
- правила оброблення і надсилання вихідних документів;
- форми та методи контролю за виконанням документів;
- завдання і порядок здійснення контролю за виконанням документів;
- типові та індивідуальні строки виконання документів;
- порядок формування документів у справи, визначення строків зберігання документів.

вміти:

- розробляти інструкції з діловодства, положення про службу діловодства, посадові

інструкції працівників служби діловодства;

- складати переліки документів, які утворюються в діяльності підприємств, установ і організацій;
- розробляти зведену номенклатуру справ та номенклатуру справ структурних підрозділів;
- складати, оформляти і редагувати різні види організаційно-розпорядчих документів за допомогою комп'ютерної техніки;
- приймати, реєструвати, вести облік, забезпечувати оперативний розшук документів, проводити інформування за документами, надсилати документи системами традиційного та електронного документообігу;
- здійснювати контроль за виконанням документів;
- складати перелік документів, невиконаних у встановлений строк, довідки про хід виконання документів;
- формувати справи згідно із затвердженою номенклатурою справ;
- проводити експертизу цінності документів із метою встановлення строків зберігання документів і відбору їх на державне зберігання та оформляти результати проведення експертизи.

### **«Маркетинг інформаційних продуктів та послуг»**

знати:

- види інформаційного маркетингу, його засоби та сфери застосування; складові маркетингового середовища, його ознаки, види та їх чинники;
- види маркетингових досліджень та організацію їх здійснення, основні принципи та завдання, види маркетингової інформації та джерела її отримання;
- поняття, елементи та мету дослідження кон'юнктури інформаційного ринку;
- сутність, процес та основні елементи маркетингових комунікацій у сфері інформаційних продуктів та послуг;
- сутність і принципи організації управління маркетинговою діяльністю підприємства.

уміти:

- характеризувати основні функції маркетингових служб підприємств у сфері інформаційних продуктів та послуг;
- оцінювати маркетингові можливості підприємства;
- здійснювати сегментування ринку та позиціонування товару на ринку;
- організовувати маркетингові дослідження у сфері інформаційних продуктів та послуг;
- аналізувати результати маркетингової діяльності підприємства;
- оцінювати ефективність маркетингових заходів;
- розробляти рекомендації щодо покращання товарної, цінової, комунікаційної та розподільної маркетингової політики підприємства у сфері інформаційних продуктів та послуг.

### **«Теорія і практика зв'язків з громадськістю»**

знати:

- основні підходи до окреслення сутності зв'язків з громадськістю;
- історичні моделі розвитку PR;
- принципи роботи спеціаліста з PR та засади професійної етики PR;
- форми роботи PR-спеціаліста;
- методичку та рекомендації щодо написання PR-документів та проведення спеціальних PR-заходів.

вміти:

- планувати окремі PR-акції та цілісні, концептуально виважені PR-кампанії;
- користуватися інструментарієм PR-діяльності;

- проводити оцінку PR-зусиллям;
- надавати рекомендації щодо формування та вдосконалення комунікативної політики підприємств та установ.

### **«Менеджмент»:**

знати:

- класичні теоретичні концепти та закономірності, розроблені науковими школами менеджменту в рамках процесуального, ситуаційного та системного підходів;
- основні управлінські технології, моделі і методи ухвалення управлінських рішень в організаціях приватного, державного та громадського секторів, зокрема в управлінні персоналом, фінансовими, матеріальними ресурсами, а також в інформаційно-комунікативній сфері;
- актуальні управлінські проблеми, а також пріоритетні напрямки розвитку менеджменту організацій;
- основні організаційно-правові засади управлінської діяльності у громадських організаціях;
- особливості реалізації основних функцій управління, принципів, що лежать в їх основі, та сферу застосування у державних та недержавних організаціях; теоретичні засади стратегічного управління.

вміти:

- аналізувати управлінський цикл, конкретні управлінські ситуації та надати рекомендації із розв'язання проблем;
- аналізувати комунікаційні потоки в організаціях та застосовувати свої знання та навички з метою забезпечення ефективних комунікативних зв'язків як всередині організації, так і поза нею;
- аналізувати організаційну культуру, визначати цінності, що лежать в її основі, надавати рекомендації стосовно формування та розвитку організаційної культури, яка б сприяла підвищенню ефективності діяльності організації;
- розробляти стратегію розвитку організації з врахуванням специфіки сектора.

### **«Системний аналіз інформаційних процесів»:**

знати:

- основні принципи системного підходу;
- детальну характеристику загальну теорію систем: структуру системи, співвідношення «система-середовище», класифікацію систем;
- правила функціонування та розвитку комунікативних систем;
- властивості моделей системи та завдання моделювання;
- характеристику структурно-функціональних аспектів організацій;
- методологію системного аналізу та основні методи системного аналізу;
- принципи проектування та прогнозування систем.

уміти:

- оперувати основними поняттями теорії відкритих систем в різних сферах менеджменту;
- аналізувати інформаційно-комунікативні системи: в ретроспективі та в прогнозі, використовуючи основні методи системного аналізу;
- самостійно моделювати системи різного рівня складності;
- на основі емпіричних даних проводити прогнози щодо моделювання систем різного рівня складності.

### **III. НАВЧАЛЬНИЙ МАТЕРІАЛ, ЯКИЙ ВІНОСИТЬСЯ НА ФАХОВЕ ВСТУПНЕ ВИПРОБОВУВАННЯ ТА ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ ПІДГОТОВКИ**

#### **ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ «ДІЛОВОДСТВО»**

1. Теоретичні основи сучасного діловодства: визначення поняття та діловодні процеси
2. Нормативно-методична база документування управлінської інформації
3. Службовий документ як об'єкт документаційного забезпечення управління: визначення поняття, властивості та класифікація
4. Служба діловодства установи, її види, структура, основні завдання та функції
5. Формуляр-зразок організаційно-розпорядчих документів
6. Склад реквізитів організаційно-розпорядчих документів та особливості їх використання для різних видів документів
7. Організаційні документи: визначення поняття, видова характеристика, особливості складання
8. Призначення та склад розпорядчих документів
9. Інформаційно-довідкова документація: призначення та видова характеристика
10. Службове листування: стиль написання та особливості оформлення
11. Кадрове діловодство: визначення та призначення, нормативна база
12. Кадрова служба: структурно-функціональний аналіз
13. Трудовий договір, трудовий контракт, трудова угода: особливості складання та оформлення
14. Документи, що регулюють порядок прийняття, переведення та звільнення працівників з місця роботи: особова картка, особистий листок з обліку кадрів, обхідний лист, штатно-посадова книга
15. Правила оформлення та склад особової справи
16. Накази з особового складу
17. Трудові книжки: порядок їх ведення, облік, зберігання та видача під час звільнення працівників
18. Особисті офіційні документи: основні правила складання
19. Основні етапи та складові традиційного документообігу
20. Порядок оброблення і проходження вхідних документів
21. Порядок обробки і проходження внутрішніх та вихідних документів
22. Реєстрування документів: принципи та основні форми
23. Організація контролю за виконанням документів: типові та індивідуальні строки виконання документів
24. Основи електронного документообігу: нормативна база та основні властивості електронного документа
25. Номенклатура справ: види, принципи складання, структура
26. Методика складання індивідуальної зведеної номенклатури справ та номенклатури справ структурного підрозділу
27. Особливості групування документів у справи та порядок їх розміщення
28. Підготовка і передання справ до архіву установи

#### **РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

##### **Законодавчі акти**

1. Закон України «Про Національний архівний фонд та архівні установи» від 13 грудня 2001 року № 2888-III (зі змінами) // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 11. – Ст. 81.
2. Закон України «Про електронний цифровий підпис» від 22 травня 2003 року № 852-IV // Вісник Державного комітету архівів України. – 2003. – Вип. 2 (14). – С. 23-32.
3. Закон України «Про електронні документи та електронний документообігу» від 22 травня 2003 року № 851-IV // Вісник Державного комітету архівів України. – 2003. – Вип. 2 (14). – С. 15-22.

4. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Примірної інструкції з діловодства у міністерствах, інших центральних органах виконавчої влади, Раді Міністрів Автономної Республіки Крим, місцевих органах виконавчої влади» від 17 жовтня 1997 року № 1153 [Текст] // Офіційний вісник України. – 1997. – № 43. – Ст. 50.

5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Типової інструкції з документування управлінської інформації в електронній формі та організації роботи з електронними документами в діловодстві, електронного міжвідомчого обміну» від 17 січня 2018 року № 55. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/55-2018-%D0%BF>.

6. Методичні рекомендації з розробки та застосування примірних та типових номенклатур справ / Головархів України при Кабінеті Міністрів України. – УДНДІАСД. – К., 1997. – 18 с.

7. ДК 010-98 Державний класифікатор управлінської документації. – чинний від 1 червня 1999 року. – К.: Держстандарт України, 1999. – 50 с.

8. ДСТУ 4163-2003 «Державна уніфікована система документації. Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації. Вимоги до оформлення документів». – К.: Держспоживстандарт України, 2003. – 22 с.

9. ДСТУ 2732:2004. Діловодство й архівна справа. Терміни та визначення понять. – К.: Держспоживстандарт України, 2005. – 32 с.

### **Основна**

1. Бездрабко В. В. Управлінське документознавство : навч. посіб. / В. В. Бездрабко. – К., 2006. – 208 с.

2. Беспянська Г.В. Діловодство : навч. посіб. / Г. В. Беспянська. – К.: Університет «Україна», 2005. – 418 с.

3. Діденко А.Н. Сучасне діловодство: бланки, статuti, положення, інструкції, службові листи, протоколи, довідки, акти, договори, накази, контракти, заяви, анкети: навч. посіб./ А. Н. Діденко. – 3-вид. – К. : Либідь, 2001. – 383 с.

4. Козоріз В.П. Загальне і кадрове діловодство: навч. посіб. / В. П. Козоріз, Н. І. Лапицька. – К. : МАУП, 2002. – 164 с.

5. Матвієнко О. В. Основи організацій електронного документообігу: навч. посіб. / О. В. Матвієнко, М. Н. Цивін. – К.: ЦУЛ, 2008. – 110 с.

6. Палеха Ю. І. Документаційне забезпечення управління: підр. / Ю. І. Палеха. – К.: МАУП, 1997. – 344 с.

7. Палеха Ю. Кадрове діловодство: навч. посіб. (зі зразками сучасних ділових паперів) / Ю. Палеха. – 5-те вид., доп. – К.: Ліра-К, 2009. – 476 с.

8. Пашутинський Є.К. Діловодство кадрової служби (Кадри підприємства) / Є. К. Пашутинський. – К: КНТ, 2004. – 272 с.

9. Слободянюк Н.Ю. Діловодство та управлінська документація: навч. посіб./ Н. Ю. Слободянюк. – Вінниця : ВНТУ, 2004. – 379 с.

10. Сучасне діловодство: зразки документів, діловий етикет, інформація для ділової людини / укл. Н. Г. Горголюк, І. А. Казімірова; за ред. В. М. Бріцина. – К.: Довіра, 2007. – 687 с.

### **Допоміжна**

1. Блощинська В.А. Сучасне діловодство: навч. посіб. / В. А. Блощинська. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 320 с.

2. Головань С.М. Основи організації електронного документообігу: практ. / С. М. Головань – К. : ДУІКТ, 2007. – 134 с.

3. Корбутяк В.І. Діловодство : навч. посіб. / В. І. Корбутяк, З.О. Толканова. – Рівне: НУВГП, 2010. – 122 с.

4. Матвеева В. Кадрова документація : нормативно-технічний матеріал / В. Матвеева. – 3-те вид., перероб. і допов. – Х.: Фактор, 2002. – 332 с.

5. Універсальний довідник-практикум з ділових паперів / укл. С. П. Бибики, І. Л. Міхно, Л. О. Пустовіт, Г. М. Сюта. – 2-ге вид., доп., випр. – К.: Довіра; УНВЦ «Рідна мова», 1998. – 507 с.

6. Хоменко М. Ф. Посібник з діловодства: підручник / М. Ф. Хоменко, О. В. Грабарь. – 2-е вид., вип. і доп. – К.: Генеза, 2003. – 103 с.

### ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ

#### «МАРКЕТИНГ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ ТА ПОСЛУГ»

1. Інформаційні ресурси як основа інформаційного маркетингу
2. Інформаційний маркетинг: визначення поняття, цілі та функції. Види інформаційного маркетингу
3. Основні об'єкти та суб'єкти інформаційного маркетингу
4. Ринок інформаційних продуктів та послуг: структура та основні засоби дослідження
5. Процес сегментації ринку інформаційних продуктів та послуг
6. Маркетинг-мікс: визначення поняття, основні складові та їх еволюція
7. Концепції Дж. Ратмела та П. Ейгліса та Е. Ланжеару
8. Стратегія «інтерактивного маркетингу» К. Гренрооса, концепція «Бермудського трикутника» Ф. Котлера. Трансформаційні концепції «6Р» та «8Р».
9. Рівнева концепція В. Зейтхамль та М. Дж. Бігнер
10. Особливості системи збору даних (банк даних) в маркетингу інформаційних продуктів та послуг
11. Система обробки даних (банк методів і моделей обґрунтування маркетингових рішень)
12. Система маркетингових досліджень
13. Система уніфікованої маркетингової інформації
14. Маркетингові комунікації на ринку інформаційних продуктів та послуг
15. Зміст та значення інтегрованих маркетингових комунікацій. Синергичний ефект
16. Основні ролі реклами у сфері інформаційних продуктів та послуг
17. Система стимулювання збуту у сфері інформаційних продуктів та послуг
18. Персональний продаж інформаційних продуктів та послуг: функції, завдання та форми
19. Директ-маркетинг: особливості планування у сфері інформаційних продуктів та послуг
20. Основні інструменти пропаганди та суспільних зв'язків у маркетингу інформаційних продуктів та послуг
21. Спонсорство у сфері інформаційних продуктів та послуг
22. Виставкова діяльність у маркетингу інформаційних продуктів та послуг: особливості планування
23. Основні технології брендингу у сфері інформаційних продуктів та послуг
24. Контроль комунікативного ефективности маркетингових заходів у сфері інформаційної діяльності

### РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

#### Основна

1. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В.И. Беляев. – М.: Кнорус, 2005. – 672 с.
2. Берни Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Дж. Берни, С. Мориарти. – СПб.: Питер, 2001. 864 с.: ил. – (Серия «Маркетинг для профессионалов»).
3. Блайт Дж. Основы маркетинга = Essentials of marketing / Дж. Блайт. – К.: Знання-Прес, 2003. – 493 с.
4. Близнюк С.В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку / С.В. Близнюк. – 2-ге вид., виправл. і допов. – К.: Політехніка, 2004. – 400 с.



5. Котлер Ф. Новые маркетинговые технологии. Методики создания гениальных идей (Lateral Marketing) / Ф. Котлер, Фернандо Триас де Без. – СПб: Нева, 2004 – 192 с.
6. Крамаренко В.І. Маркетинг: навч. посіб./ В.І. Крамаренко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 264 с.
7. Куденко Н. В. Маркетингові стратегії фірми: монографія / Н. В. Куденко. – К.: КНЕУ, 2002. – 245 с.
8. Маркетинг для магістрів: навч. посіб. / за ред. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2008. – 928 с.
9. Маркетинг: підручник / В. Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко та ін.; ред.-упор. О.І. Сидоренко, Л.С. Макарова. – 2-ге укр. вид. – К.: Навчально-методичний центр «Консоціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2008. – 648 с.
10. Марченко С.М. Маркетинг: навч. посіб./ С.М. Марченко. – К.: МАУП, 2006. – 104 с.
11. Маслова Т.Д. Маркетинг / Т.Д. Маслова, С.Г. Божук, Л.Н. Ковалик. – СПб.: Питер, 2003. – 400 с. – (Серія «Учебники для вузов»).
12. Мельник В.Д. Маркетинг інформаційних продуктів та послуг: конспект лекцій / В.Д. Мельник. – Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2005. – 261 с.
13. Новітній маркетинг: навч. посіб. / Є. Савельєв, С. Чеботар, Д. Штефаніч та ін.; за ред. Є. Савельєва. – К.: Знання, 2008. – 420 с. – (Вища освіта ХХІ століття).
14. Палеха Ю.І. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг: навч. посіб. / Ю.І. Палеха, О.Ю. Палеха. – К.: Видавництво Ліра-К. 2013. – 480 с.
15. Полторак В.А. Маркетингові дослідження: навч. посіб./ В.А. Полторак – К.: ЦУЛ, 2003. – 387 с.
16. Теория маркетинга / под. ред. М. Бейкера. – СПб.: Питер, 2002. – 464 с.
17. Ульянова К. М. Торгова марка як основа марочного капіталу / К. М. Ульянова // Маркетинг в Україні. – 2002. – № 3. – С. 41-42.
18. Черчилль Г. А. Маркетинговые исследования / Г. А. Черчилль. – СПб.: Питер, 2003. – 752 с.: ил. – (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

#### **Допоміжна**

1. Балабанова Л. В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід / Л. В. Балабанова, В. В. Холод. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. – 294 с.
2. Балабанова Л.В. Паблік рилейшнз: навч.посіб. для студ. ВНЗ / Л.В. Балабанова, К.В. Савельєва. – К.: ВД «Професіонал», 2008. – 528 с.
3. Васильєв Г. Основы рекламной деятельности: учеб. пособие для вузов / Г. Васильев, В. Поляков. – М.: ЮНИТИ-Дана, 2004. – 414 с. – (Серия «Профессиональный учебник: «Маркетинг»»).
4. Добробабенко Е. Выставка «под ключ» / Е. Добробабенко, Н. Добробабенко. – СПб: Питер, 2007. – 201 с. + CD – (Серия «Готовые маркетинговые решения»).
5. Королько В. Г. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика: підручник для студентів вищих навчальних закладів / В. Г. Королько, О. В. Некресова. – 3-те вид., доп. і перероб. – К.: ВД КМА, 2009. – 831 с.
6. Лук'янець Т. У. Маркетингова політика комунікацій: навч. посіб. / Т. У. Лук'янець. – К.: КНЕСЕУ, 2000. – 380 с.
7. Макаренко Т. І. Моделювання та прогнозування в маркетингу: навч. посіб. / Т. І. Макаренко. – К.: ЦНЛ, 2005. – 160 с.
8. Норіцина Н. І. Маркетингова політика комунікацій: курс лекцій / Н. І. Норіцина. – К.: МАУП, 2003. – 120 с.
9. О'Шенесси Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход / Дж. О'Шенесси, под. ред. Д. Ямпольской. – СПб: Питер, 2001. – 864 с.
10. Примак Т. О. Маркетингові комунікації на сучасному ринку: навч. посіб. / Т. О. Примак. – К.: МАУП, 2003. – 200 с.
11. Синяева И.М. Маркетинговые коммуникации: учеб. / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев; под. ред. Л.П. Дашкова. – 3-те изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко» 2008. – 324 с.

12. Смит П. Коммуникации стратегического маркетинга / П. Смит, К. Бэрри, А. Пулфорд; пер. с англ. Л.Ф. Никулина. – М.: ЮНИТИ-Дана, 2001. – 415 с.

13. Смит П. Ф. Маркетинговые коммуникации: комплексный подход / П. Ф. Смит; пер. с англ. – К.: Знання-Прес, 2002. – 796 с.

14. Хулей Г. Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование / Г. Хулей, Дж. Сондерс, Н. Пирси. – Д.: Баланс Бизнес Букс, 2005. – 774 с.

### **ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ «ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ»**

1. Зв'язки з громадськістю: поняття, сутність та проблема визначення
2. Зв'язки з громадськістю та споріднена з ними діяльність: реклама, маркетинг, пропаганда, журналістика.
3. Завдання та функції PR.
4. Принципи PR-діяльності.
5. Компоненти PR.
6. Історичні моделі PR.
7. Проблема етики PR, основні етичні професійні кодекси та задекларовані в них принципи.
8. Поняття громадськості у сфері PR. Типологія груп громадськості.
9. Визначення цільових груп громадськості. Пріоритетні групи громадськості.
10. Процес PR-комунікації та його основні елементи.
11. Рівні PR-комунікації. Принципи ефективності комунікації.
12. Сутність діяльності та якісний склад PR-відділу організації.
13. Статус та стиль діяльності PR-спеціаліста.
14. Планування PR-кампанії. Формула RACE.
15. Основні етапи PR-кампанії.
16. Інструментарій зв'язків з громадськістю: PR-документи.
17. Інструментарій зв'язків з громадськістю: Event-менеджмент та прес-події.
18. Інструментарій зв'язків з громадськістю: Спонсоринг та благодійництво.
19. Фандрейзінг в системі зв'язків з громадськістю.
20. Оцінка ефективності PR-кампаній: параметри та методи оцінки.

### **РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

#### **Основна**

1. Аги У. Самое главное в PR / У. Аги, Г. Кэмерон, Ф. Олт, Д. Уилкокс. – СПб.: Питер, 2004. – 560 с.: ил. – (Маркетинг для профессионалов).
2. Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров: курс лекций / И.В. Алешина. – М.: ИКФ «ЭКМОС», 2002. – 480 с.
3. Балабанова Л.В. Паблік рілейшнз: навч. посіб. / Л.В. Балабанова, К.В. Савельева – К.: Видавничий дім «Професіонал», 2008. – 528 с.
4. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR: учеб. пособ. / Б.Л. Борисов. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. – 624 с.
5. Варакута С.А. Связи с общественностью: учеб.пособ. / С.А. Варакута, Ю.Н. Егоров. – М.: ИНФРА, 2004. – 246 с. – (Серия «Вопрос-ответ»).
6. Джефкинс, Фрэнк. Паблік рилейшнз: учеб. пособие для вузов / Ф. Джефкинс, Д. Ядин; пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 416 с. – (Зарубежный учебник).
7. Катлип Скотт М. Паблік рилейшнз: теория и практика: учеб. пособ. / С.М. Катлип., А.Х. Сенгер, Г.М. Брум. – 8-ге изд. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. – 624 с.: ил.
8. Китчен Ф. Паблік рилейшнз: принципы и практика: учеб. пособие для вузов / Ф. Китчен; пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 454 с. – (Зарубежный учебник).
9. Королько В. Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика: підруч. /

В.Г. Королько. – 2-е вид. доп. – К.: Видавничий дім «Скарби», 2001. – 400 с.

10. Кочеткова А.В. Теория и практика связей с общественностью / А.В. Кочеткова, В.П. Филиппов, Я.Л. Скворцов, А.С. Тарасов– СПб.: Питер, 2006. – 240 с.: ил. – (Учебник для вузов).

11. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии: учеб. для студ. вузов / В.Ф. Кузнецов. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 300с.

12. Мамонтов Андрей. Практический PR. Как стать хорошим PR-менеджером, версия 2.0. / А. Мамонтов. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: Вершина, 2008. – 200 с.

13. Маркони Джо. PR: полное руководство / Дж. Маркони. – М.: Вершина, 2007. – 256 с.: табл.

14. Моисеев В.А. Паблик рилейшнз. Теория и практика / В.А. Моисеев. – ООО «ИКФ Омега». – М., 2001. – 376 с.

15. Музыкант В.Л. Формирование брэнда средствами PR и рекламы: учеб. пособ. / В.Л. Музыкант– 2-е изд., с изм. – М.: ЭкономистЪ, 2006. – 606.: ил.

16. Почепцов Г.Г. Паблік рілейшнз: навч. посіб. / Г.Г. Почепцов; пер. з рос. мови Д.С. Обухова. – К.: Знання, 2000. – 506 с.

### **Допоміжна**

1. Королько В. До питання про соціальну роль та етику паблік рілейшнз / В.Г. Королько // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2000. – № 1 (січень - березень). – С. 62-75.

2. Королько В. Паблік рілейшнз і репутаційний менеджмент / В.Г. Королько // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2001. – № 2 (квітень – червень). – С. 108-116.

3. Литвиненко О.В. Спеціальні інформаційні операції та пропагандистські кампанії: моногр. / О.В. Литвиненко. – К.: Сатсанга, 2000. – 222с.

4. Москаленко В.В. Психологія соціального впливу: навч. посіб. / В.В. Москаленко – К.: ЦУЛ, 2007. – 448 с.

5. Некрасова О. Професія PR-радника: вимоги, умови та функції (методичні питання) / О. Некрасова // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2005. – № 1 (січень - березень). – С. 181-191.

6. Ольшанский Д.В. Политический PR / Д.В. Ольшанский. – СПб.: Питер, 2003. – 544 с. (Маркетинг для профессионалов).

## **ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ**

### **«МЕНЕДЖМЕНТ»**

1. Менеджмент як навчальна дисципліна: об'єкт, предмет, мета та завдання.
2. Основні наукові школи в менеджменті.
3. Методологічні та наукові підходи у менеджменті.
4. Управлінський процес та управлінський цикл.
5. Типи процесів управління.
6. Загальні функції менеджерів.
7. Функції управління: планування, організація, мотивація, контроль.
8. Суть, характерні особливості, класифікація управлінських рішень.
9. Методи ухвалення управлінських рішень.
10. Розробка та ухвалення управлінських рішень в ситуаціях визначеності, ризику та невизначеності.
11. Організаційна структура: поняття, складові, принципи формування, критерії.
12. Види організаційних структур.
13. Управління та лідерство. Управління групами.
14. Управління конфліктними та стресовими ситуаціями.
15. Завдання та функції кадрових відділів в управлінні людськими ресурсами в організації.
16. Основні мотиви професійної діяльності. Стимули та стимулювання в кадровому менеджменті.

17. Процес навчання персоналу: цілі, завдання та методи навчання.
18. Чотирьохфакторний підхід Л. Болмана та Т. Діла у визначенні організаційної культури.
19. Організаційна символіка та ритуали.
20. Роль менеджера у формуванні та функціонуванні організаційної культури в сучасних умовах.

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна

1. Армстронг М. Практика управління людськими ресурсами / М. Армстронг. – М., 2004. – 831 с.
2. Бардась А.В. Менеджмент: навч. посіб. / А.В. Бардась, М.В. Бойченко, А.В. Дудник. – Дніпро. : Національний гірничий університет, 2012. – 381 с.
3. Гуторова О.О. Менеджмент організації : навч. посіб. / О.О. Гуторова. – Х. : Вид-во ХНАУ, 2017. – 267 с.
4. Дмитренко Г.А. Стратегический кадровый менеджмент / Г.А. Дмитренко, В.М. Колпаков. – К. : МАУП, 2005. – 752 с.
5. Кайлюк Є.М. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. / Є.М. Кайлюк, В.М. Андреева, В.В. Гриненко. – Х.: ХНАМГ, 2010. – 279 с.
6. Котлова Л.О. Психологія конфлікту: курс лекцій : навч. посіб. / Л.О. Котлова. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2013. – 112 с.
7. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; пер. с англ. – М. : Дело, 1999. – 800 с.
8. Основы менеджменту : навч. посіб. / укл. В.О. Кравченко. – Одеса : Атлант, 2012. – 211 с.
9. Основы менеджменту : підручник / за ред. А.А. Мазаракі. – Х. : Фоліо, 2014. – 848 с.
10. Основы менеджменту. Теорія і практика : навч. посіб. / Г.Є. Мошек, І.П. Миколайчук, Ю.І. Палеха та ін. – К. : Ліра-К, 2017. – 528 с.
11. Сладкевич В.П. Современный менеджмент (в схемах): опорный конспект лекций / В.П. Сладкевич. – К. : МАУП, 2003. – 152 с.
12. Сладкевич В.П. Сучасний менеджмент організацій: навч. посіб. / В.П. Сладкевич. – К. : МАУП, 2007. – 488 с.
13. Стахів О.Г. Основы менеджменту: навч. посіб. / Г.О. Стахів, О.І. Явнюк, В.В. Волошук; за наук. ред. док. екон. наук, проф. М.Г. Бойко. – Івано-Франківськ: Лілея-НВ, – 2015. – 336 с.
14. Сучасний менеджмент у питаннях і відповідях : навч. посіб. / за ред. А.М. Балашова, Г.Є. Мошека. – К. : Алерта, 2018. – 620 с.
15. Шатун В.Т. Основы менеджменту : навч. посіб. / В.Т. Шатун. – Миколаїв : Вид-во МДГУ ім. П. Могили, 2006. – 376 с.
16. Щёкин Г.В. Теория и практика управления персоналом : учебно-методическое пособие / Г.В. Щёкин. – К.: МАУП, 2003. – 280 с.

### Допоміжна

1. Андрушко В.К. Управління персоналом: навч.-метод. посіб. / В.К. Андрушко, Ю.М. Комар, С.Ю. Комар. – Хмельницький: ХІРУП, 2008. – 468 с.
2. Анисимова А. Наука и практика эксперта-физиогномиста / А. Анисимова. – Режим доступа к статье : <https://cil.in.ua/ru/uslugi/fiziognomika.html> – Название с экрана.
3. Менеджмент персоналу : навч. посіб. / В.М. Данюк, В.М. Петюх, С.О. Цимбалюк та ін. – К.:КНЕУ, 2004. – 398 с.
4. Сторожилова У.Л. Розвиток сучасного менеджменту в Україні / У.Л. Сторожилова, Д.Г. Йолкін // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2013. – № 4. – С. 44-54.

5. Хміль Ф.І. Практикум з менеджменту організацій : навч. посіб. / Ф.І. Хміль. – Л. : Магнолія-плюс, 2005. – 333 с.

6. Цуруль О. Менеджмент у державних організаціях / О. Цуруль. – Режим доступу до книги : <http://www.studentbooks.com.ua/content/view/98/42/>. – Назва з екрану.

### **ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ «СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ»**

1. Методологічні основи курсу «Системний аналіз інформаційних процесів»: причини виникнення, завдання та методи вивчення системології.
2. Зародження системних уявлень: від античності до теорії хаосу
3. Становлення та етапи формування системного підходу: передумови виникнення та альтернативні підходи (логічний позитивізм, аналітична дедукція, казуальна логіка).
4. Системний підхід: два періоди становлення загальної теорії систем Л. фон Берталанфі та М. Месаровича.
5. Системний підхід та нова парадигма наукового мислення: порівняльна характеристика традиційної та холістичної парадигми щодо природи та структури системи.
6. Поняття системи, навколишнього середовища та мети.
7. Поняття елемента, структури, функцій і види зв'язків в системі.
8. Види інформаційних потоків в загальній теорії систем.
9. Класифікація систем.
10. Основні властивості складних та відкритих систем.
11. Ступінь відкритості системи.
12. Означення моделі, властивості моделі.
13. Співвідношення «модель-система»: види подібності та зв'язки між моделлю та системою (ізоморфізм та гомоморфізм).
14. Функції моделей системи.
15. Класифікація моделей системи.
16. Поняття, складові та завдання моделювання. Життєвий цикл моделі системи.
17. Системно-методологічні аспекти моделювання: аналітичний та синтетичний підходи.
18. Системно-методологічні аспекти моделювання: аксіоматичний та емпірико-статистичний підходи.
19. Організація як відкрита система. Життєвий цикл організації.
20. Поняття структури організації та принципи її побудови. Концепції та підходи до формувань організаційної структури.
21. Внутрішнє та зовнішнє середовище організаційної системи.
22. Система законів організації.
23. Принципи, підходи та види системного аналізу.
24. Індивідуальні якісні методи системного аналізу: метод вільних асоціацій, метод записної книжки та метод анкетування.
25. Індивідуальні якісні методи системного аналізу: методи морфологічного аналізу.
26. Групові якісні методи системного аналізу: метод «мозкового штурму», метод синектики, метод сценаріїв, метод експертних оцінок, метод Делфі.
27. Кількісні методи системного аналізу: метод дерева цілей, сітковий метод, метод когнітивних карт.
28. Прогноз та прогнозування. Класифікація прогнозів.
29. Основні методи прогнозування.
30. Проектування систем та основні етапи проектування.

### **РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

#### **Основна**

1. Анфілатов В. С. Системный анализ в управлении / В. С. Анфилатов,

- А. А. Емельянов, А. А. Кукушкин – М.: Финансы и статистика, 2002. – 468 с.
2. Бурганова Л. А. Теория управления: учеб. пособ. / Л. А. Бурганова. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 139 с.
  3. Згуровський М. З. Основи системного аналізу/ М. З. Згуровський, Н. Д. Панкратова. – К.: Видавнична група ВНУ, 2007. – 544 с.
  4. Катренко А. В. Системний аналіз об'єктів та процесів комп'ютеризації: навч. посіб. / А. В. Катренко. – Львів: «Новий світ-2000», 2003. – 424 с.
  5. Кожухар В. М. Основы теории организации: учеб. пособ./ В. М. Кожухар. – М.: Изд.-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2006. – 184 с.
  6. Коренченко Р. А. Общая теория организации: учеб. для вузов / Р. А. Коренченко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 286 с.
  7. Латфуллин Г. Р. Теория организации / Г. Р. Латфуллин, А. В. Райченко. – СПб.: Питер, 2003. – 400 с.
  8. Матвеев Ю. Н. Основы теории систем и системного анализа: учеб. пособ. Ч. 1 / Ю. Н. Матвеев. – 1-е изд. – Тверь: ТГТУ, 2007. – 100 с.
  9. Монастирський Г. Л. Теорія організації: навч.-метод. комплекс / Г. Л. Монастирський, О. Ф. Овсянюк-Бердадына. – Тернопіль: Екон. думка, 2007. – 84 с.
  10. Парахина В. Н. Теория организации: учеб. пособ. / В. Н. Парахина, Т. М. Федоренко. – М.: КНОРУС, 2006. – 296 с.
  11. Полковников А. В. Управление проектами / А. В. Полковников, М. Ф. Дубовик. – М.: Издательство: Эксмо, 2010. – 528 с.
  12. Системний аналіз інформаційних процесів: навч. посіб. / В.М. Варенко, І.В. Братусь, В.С. Дорошенко, Ю.Б. Смольніков, В.О. Юрченко. – К.: Університет «Україна», 2013. – 203 с.
  13. Системный анализ в информационных технологиях: учеб. пособ. / Ю. Ю. Громов, Н. А. Земской, А. В. Лагутин и др. – Тамбов : Изд. Тамб. гос. техн. ун-та, 2004. – 176 с.
  14. Сорока К. О. Основы теории систем і системного аналізу: навч. посіб. / К. О. Сорока. – Х.: ХНАМГ, 2004. – 291 с.
  15. Старіш О. Г. Системологія: підруч. / О. Г. Старіш. – К., 2004. – 240 с.
  16. Старіш О. Г. Теорія відкритих систем як парадигма процесів глобального розвитку / О. Г. Старіш. – Сімферополь, 2003. – 375 с.
  17. Сурмин Ю. М. Теория систем и системный анализ: учеб. пособ. / Ю. М. Сурмин. – К.: МАУП, 2003. – 435 с.
  18. Чорний Н.Б. Теорія систем і системний аналіз: навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів / Н. Б. Чорний, Р. К. Чорний. – К.: МАУП, 2005. – 325 с.
  19. Шаратов О. Д. Системний аналіз: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / О. Д. Шаратов, В. Д. Дербенцев, Д. Є. Семьонов. – К.: КНЕУ, 2003. – 154 с.

#### **Допоміжна**

1. Богданов А. А. Тектология. Всеобщая организационная наука / А. А. Богданов. – М.: Финансы, 2003. – 496 с.
2. Винер Н. Кибернетика и общество / Н. Винер. – М.: Тайдекс Ко, 2002. – 184 с.
3. Зуб А. Т. Системный стратегический менеджмент: методология и практика / А. Т. Зуб, М. В. Локтионов. – М.: Генезис, 2002. – 403 с.
4. Кривошеїн В. Системологія політичного світосприйняття / В. Кривошеїн. – Дніпропетровськ, 2004. – 180 с.
5. Ларичев О. И. Качественные методы принятия решений / О. И. Ларичев, Е. М. Мошкович. – М.: Физматлит, 1996. – 243 с.
6. Месарович М. Теория иерархических многоуровневых систем / М. Месарович, Д. Мако, М. Такахара. – М.: Мир, 1973. – 344 с.
7. Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации / Г. Минцберг; пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 512 с.
8. Мухин В. И. Исследование систем управления: учеб. для вузов / В. И. Мухин – М.:

Издательство «Экзамен», 2003. – 384 с.

9. Павлов А. Н. Принятие решений в условиях нечеткой информации: учеб. пособ. / А. Н. Павлов, Б. В. Соколов. – СПб. : ГУАП, 2006 – 72 с.

10. Туровец О. Г. Теория организации: учеб. пособ. / О. Г. Туровец, В. Н. Родионова. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 128 с.

11. Хакен Г. Основные понятия синергетики / Г. Хакен // Синергетическая парадигма. Многообразие поисков и подходов. – М.: Прогресс-Традиция, 2000. – С. 28-55.

12. Шафер Д. Ф. Управление программными проектами: достижение оптимального качества при минимуме затрат / Д. Ф. Шафер, Р. Т. Фатрел, Л. И. Шафер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 1136 с.

13. Янг С. Системное управление организацией / С. Янг. – М.: Дело, 1992. – 540 с.

#### IV. КРИТЕРІЙ ОЦІНЮВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ ТА ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕНОСТІ ВСТУПНИКІВ

Фахове вступне випробування для вступників освітнього ступеня магістр на основі ступеня бакалавра (ОКР спеціаліста, ступеня магістра) проводиться у формі тестування з використанням комп'ютерної техніки та системи Moodle.

Бал фахового вступного випробування визначається як сума балів, одержаних за вирішення 60 тестових завдань. Правильна відповідь на одне тестове завдання оцінюється в 1 бал, неправильна – 0 балів.

Загальна оцінка за виконання фахового вступного випробування виставляється системою Moodle за 12-бальною шкалою за заданою формулою, після чого автоматично переводиться у 200-бальну шкалу відповідно до таблиці 1.

Таблиця 1

Переведення бала за виконання завдань фахового вступного випробування, обрахованого за 12-бальною шкалою, в шкалу 100-200 балів

<b>1</b>	<b>100</b>
1,1	100
1,2	100
1,3	100
1,4	100
1,5	100
1,6	100
1,7	100
1,8	100
1,9	100
<b>2</b>	<b>100</b>
2,1	101
2,2	102
2,3	103
2,4	104
2,5	105
2,6	106
2,7	107
2,8	108
2,9	109
<b>3</b>	<b>110</b>
3,1	111
3,2	112

<b>4</b>	<b>120</b>
4,1	121
4,2	122
4,3	123
4,4	124
4,5	125
4,6	126
4,7	127
4,8	128
4,9	129
<b>5</b>	<b>130</b>
5,1	131
5,2	132
5,3	133
5,4	134
5,5	135
5,6	136
5,7	137
5,8	138
5,9	139
<b>6</b>	<b>140</b>
6,1	141
6,2	142

<b>8</b>	<b>160</b>
8,1	161
8,2	162
8,3	163
8,4	164
8,5	165
8,6	166
8,7	167
8,8	168
8,9	169
<b>9</b>	<b>170</b>
9,1	171
9,2	172
9,3	173
9,4	174
9,5	175
9,6	176
9,7	177
9,8	178
9,9	179
<b>10</b>	<b>180</b>
10,1	181
10,2	182

3,3	113
3,4	114
3,5	115
3,6	116
3,7	117
3,8	118
3,9	119

6,3	143
6,4	144
6,5	145
6,6	146
6,7	147
6,8	148
6,9	149
<b>7</b>	<b>150</b>
7,1	151
7,2	152
7,3	153
7,4	154
7,5	155
7,6	156
7,7	157
7,8	158
7,9	159

10,3	183
10,4	184
10,5	185
10,6	186
10,7	187
10,8	188
10,9	189
<b>11</b>	<b>190</b>
11,1	191
11,2	192
11,3	193
11,4	194
11,5	195
11,6	196
11,7	197
11,8	198
11,9	199
<b>12</b>	<b>200</b>

Вступник допускається до участі у конкурсі, якщо оцінка за виконання завдань фахового вступного випробування складає 100 балів і більше за 200-бальною шкалою оцінювання.

Якщо результат складання фахового вступного випробування вступника становить менше 100 балів, то він не допускається до участі у конкурсному відборі.

## V. ПОЛІТИКА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Складаючи фахове вступне випробування, Ви погодились виконувати положення Кодексу академічної доброчесності<sup>1</sup>.

Окреслимо його основні складові:

Виконувати всі завдання самостійно без допомоги сторонніх осіб.

Надавати для оцінювання лише результати власної роботи.

Не вдаватися до кроків, що можуть нечесно покращити Ваші результати чи погіршити/покращити результати інших вступників.

Не публікувати відповіді на питання, що використовуються у рамках фахового вступного випробування для оцінювання знань вступників.

---

<sup>1</sup> Кодекс академічної доброчесності Національного університету «Острозька академія» / [https://www.oa.edu.ua/ua/info/kodeks\\_akademichnoj\\_dobrochesnosti](https://www.oa.edu.ua/ua/info/kodeks_akademichnoj_dobrochesnosti)