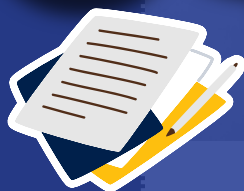




ЄФВВ

2023



ПРИКЛАДИ ЗАВДАНЬ



Відповідно до Порядку організації та проведення вступних випробувань, що проводяться з використанням організаційно-технологічних процесів здійснення зовнішнього незалежного оцінювання для вступу на другий (магістерський) рівень вищої освіти, процесами підготовки тестових завдань ЄФВВ опікується Науково-методичний центр ВФПО.

Завдання 1–20 мають по чотири варіанти відповіді, з яких лише ОДИН правильний. Виберіть правильний, на Вашу думку, варіант відповіді й позначте його.

- Компанія «А» володіє 30 % акцій компанії «Б». Який має статус компанія «Б» по відношенню до компанії «А» відповідно до законодавства України?
 - Партнерська.
 - Материнська.
 - Асоційована.
 - Коопераційна.
- Визначте, з якою метою фірма застосовує весь набір контрольованих змінних, що утворюють комплекс маркетингу.
 - Здійснити товарне сегментування ринку.
 - Вплинути на попит своєї продукції.
 - Встановити правила гри на ринку.
 - Провести пошук цільового ринку.
- Укажіть вид влади менеджера, що володіє даними про стратегічні та тактичні плани підприємства, календар подій і особистий графік керівника.
 - Експертна.
 - Інформаційна.
 - Еталонна (прикладу).
 - Комунікаційна (зв'язків).
- Компанія-виробник продає товар через ланцюг: офіційний дистриб'ютор → регіональний дилер → локальний дилер, який водночас розповсюджує товар через локальну роздрібну мережу. Канал якого рівня маємо в цьому випадку?
 - Дворівневий.
 - Трирівневий.
 - Чотирирівневий.
 - П'ятирівневий.
- Яку вимогу, крім своєчасності, порушив підлеглий, коли невчасно надав неопрацьовану інформацію, що НЕ стосувалася завдання менеджера?
 - Точність.
 - Повнота.
 - Корисність.
 - Доступність.
- Які існують підприємства залежно від способу створення (заснування) та формування статутного капіталу?
 - Комерційні та некомерційні.
 - Унітарні та корпоративні.
 - Приватні та комунальні.
 - Головні та дочірні.

- 7 Який елемент товару визначає характер конкуренції на ринках, що характеризуються високою насиченістю товарів та жорсткою конкуренцією?
- А Додаткові послуги.
 - Б Якість.
 - В Упаковка.
 - Г Дизайн.
- 8 Визначте, у чому полягає сутність закону спеціалізації управління.
- А Передбачає розподіл управлінської діяльності на засадах застосування конкретних функцій менеджменту й таких категорій, як повноваження, компетентність, відповідальність тощо.
 - Б Спрямований на досягнення єдності зусиль усіх підрозділів, служб, працівників для виконання завдань організації шляхом застосування правил, процедур ієрархії управління, особистих зв'язків, стилів керівництва.
 - В Спрямований на підвищення ефективності управлінської праці, зменшення трудомісткості через впровадження передових методів і прийомів праці.
 - Г Передбачає послідовну та перманентну (постійну) еволюцію всіх управлінських систем організації (виробничої, фінансової, соціальної, інформаційної тощо).
- 9 У якому товаристві всі учасники здійснюють підприємницьку діяльність від імені товариства й несуть додаткову солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном?
- А Командитному.
 - Б З обмеженою відповідальністю.
 - В З повною відповідальністю.
 - Г Акціонерному.
- 10 Про що свідчить зігнутий на 1/4 й розправлений правий верхній кут візитної картки?
- А Візитна картка передана через посередника й засвідчує прощання з особою.
 - Б Візитна картка передана поштою і засвідчує неприязність власника картки до особи, якій передана ця картка.
 - В Візитна картка передана кур'єром і засвідчує зайнятість власника картки.
 - Г Візитна картка передана особисто й засвідчує особливу повагу до особи, якій залишена картка.
- 11 Яке завдання повинен вирішити маркетолог під час формування комплексу маркетингових комунікацій зі споживачами, якщо більша частина цільової аудиторії не обізнана з товаром (послугою)?
- А Сформувати необхідну поінформованість, упізнаваність товару (послуги).
 - Б Сформувати вичерпні знання про товар (послугу).
 - В Сформувати переконання щодо ціннісної значимості товару (послуги).
 - Г Мотивувати споживачів проаналізувати відмінності пропонованого товару (послуги) з аналогами.

12. Що таке маркетингові можливості підприємства?
- А Сприятливі фактори маркетингового середовища, які дають змогу зрозуміти основний напрям необхідних дій підприємства для досягнення конкурентних переваг.
 - Б Один чи кілька факторів макромаркетингового середовища підприємства, які сприяють успішній реалізації його ринкової стратегії.
 - В Найбільш вигідні фактори мікромаркетингового середовища у їх взаємозв'язку, які дають змогу підприємству визначити основу своїх майбутніх ринкових переваг.
 - Г Потенційні фактори маркетингового середовища підприємства, які дають змогу йому вибрати основний напрям зусиль для досягнення найбільших ринкових переваг.
13. Що належить до гігієнічних факторів згідно з теорією мотивації Ф. Герцберга?
- А Своєчасна виплата заробітної плати.
 - Б Професійне та кар'єрне зростання.
 - В Змістовна робота.
 - Г Визнання людини як особистості.
14. Який із чинників впливає на досягнення цілей організації за критеріями SMART?
- А Достатність ресурсів організації.
 - Б Наявність конкретного терміну отримання результату.
 - В Узгодженість з іншими цілями підприємства.
 - Г Наявність показників вимірювання результату.
15. Характерною ознакою якого типу організаційної структури управління є оперативність у прийнятті рішень за рахунок прямої комунікації між керівником і безпосереднім виконавцем?
- А Лінійна.
 - Б Функціональна.
 - В Матрична.
 - Г Мережева.
16. Яка із наведених характеристик показників товарної номенклатури визначає її ширину?
- А Загальне число асортиментних груп товарів компанії.
 - Б Кількість варіантів кожного товару в рамках асортиментної групи.
 - В Рівень подібності між товарами різних асортиментних груп за певними ознаками.
 - Г Загальне число окремих товарів, що становлять товарну номенклатуру.
17. Яке управлінське рішення приймає адміністратор медичної установи під час складання графіка роботи медсестер і санітарів?
- А Запрограмоване.
 - Б Незапрограмоване.
 - В Компромісне.
 - Г Інтуїтивне.

- 18** Яку роль у діяльності підприємства відіграє активна частина основних засобів?
- A** Не задіяні безпосередньо у виробництві продукції, але забезпечують належні умови для її виготовлення.
 - B** Задіяні безпосередньо у виробництві продукції та визначають виробничу потужність підприємства.
 - B** Опосередковано впливають на виробничу потужність підприємства та масштаби виробництва продукції.
 - Г** Не задіяні безпосередньо у виробництві та використовують для обслуговування потреб житлово-комунального господарства, охорони здоров'я тощо.
- 19** Як називають інвестиції, визначені як господарські операції, які передбачають купівлю різних видів фінансових активів за кошти на біржовому ринку?
- A** Венчурні.
 - B** Тезавраційні.
 - B** Альтернативні.
 - Г** Портфельні.
- 20** Виберіть умову успішного застосування методу безбитковості та забезпечення цільового прибутку в маркетинговому ціноутворенні.
- A** Зменшення витрат підприємства.
 - B** Збільшення рівня споживчої лояльності.
 - B** Підвищення споживчої цінності товару.
 - Г** Масштабування бізнесу.

№ завдання	Правильна відповідь
1	В
2	Б
3	Б
4	Б
5	В
6	Б
7	А
8	А
9	В
10	Г
11	А
12	А
13	А
14	А
15	А
16	А
17	А
18	Б
19	Г
20	А